

eSports: pasado y presente de las competiciones de videojuegos

Las competiciones de videojuegos comienzan con el nacimiento del medio, pero a mediados de los años 90, con la extensión de la banda ancha, toman fuerza, comienzan a adquirir valores propios del deporte profesional y empieza a hablarse de eSports.

Se ha competido en videojuegos desde el mismo nacimiento del medio como producto de consumo. Antes, incluso: la primera competición de la que se tiene constancia tuvo lugar en el laboratorio de inteligencia artificial de la Universidad de Stanford, en octubre de 1972. El juego utilizado fue *Spacewar!*, un programa creado diez años antes por trabajadores del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT, por las iniciales de su nombre en inglés, *Massachusetts Institute of Technology*). En esa época solo los laboratorios informáticos contaban con el *hardware* necesario para correrlo. El premio: una suscripción a la revista Rolling Stone. Seis semanas después, en noviembre de 1972, Atari comercializaba la primera máquina de arcade de *Pong*, el célebre simulador de ping-pong. Nació una nueva industria.

En 1980, Atari lanzó la primera competición a gran escala de la historia. Fue para su juego *Space Invaders*, los famosos "marcianitos". Participaron más de 10.000 jugadores. Aunque *Spacewar!* y *Pong* enfrentaban a dos jugadores, *Space Invaders* y la mayoría de los juegos de la época eran para un solo jugador, por lo que se competía por alcanzar la mayor puntuación. Ese mismo año nace [Twin Galaxies](#), organización que pretende recoger todos los récords de puntuación de las máquinas de arcade a nivel mundial.

Vistos con ojos de 2018, esos videojuegos primitivos producen una sensación similar a la de ver una película de la época muda. El desarrollo del medio ha venido marcado por los avances tecnológicos en computación, como puede apreciarse a simple vista comparando imágenes de juegos de cada década. Pero el desarrollo tecnológico ha venido acompañado por una evolución en la consideración del videojuego como producto: de ser una curiosidad tecnológica, ha pasado por los estadios de juguete y pasatiempo, hasta alcanzar actualmente el estadio de estilo de vida, madurando como industria a medida que lo hacía su público.



Hablamos de estilo de vida en el sentido de que la práctica del videojuego provoca cambios en pautas más amplias de comportamiento: del consumo de música, ropa o vacaciones a la elección de la carrera profesional.

Así, a medida que la importancia económica, social y cultural de los videojuegos ha ido en aumento, competir en ellos se ha convertido en una actividad cada vez más relevante. El impulso definitivo vino en la década de los noventa, cuando se dieron las condiciones técnicas para universalizar el juego en línea, lo que abrió las puertas a competir contra cualquier persona en cualquier lugar y en cualquier momento.

Fue durante esos años cuando la competición en videojuegos fue adquiriendo valores asociados

tradicionalmente a los deportes, en particular al deporte profesional, y comienza a hablarse de [eSports](#).

Nacen los eSports

Independientemente de si jugar a un videojuego puede ser clasificado como deporte —cuestión que sobrepasa el ámbito de este artículo y en cualquier caso de escasa importancia práctica—, lo que es incuestionable es que un subsector de la industria del videojuego se ha apropiado de una serie de valores tradicionalmente asociados al deporte. Por un lado, los relacionados con la deportividad —o proceder “ajustado a normas de corrección semejantes a las que deben observarse en el deporte”, según el Diccionario de la Real Academia Española— y por otro lado los relacionados con el profesionalismo —o “cultivo o utilización de ciertas disciplinas, artes o deportes, como medio de lucro”—.

Es tan pronto como en 1997, cuando surge en EE. UU. la primera organización que explota comercialmente la idea de competir de manera profesional en videojuegos: la [Cyberathlete Professional League \(CPL\)](#). Pese a operar principalmente en EE. UU., la CPL estableció un incipiente circuito internacional, que llegó a tener presencia en España con un evento en Barcelona en el año 2005.

El desarrollo tecnológico ha venido acompañado por una evolución en la consideración del videojuego como producto: de ser una curiosidad tecnológica, ha pasado por los estadios de juguete y pasatiempo, hasta alcanzar actualmente el estadio de estilo de vida

Los primeros años del milenio vieron la aparición de grandes torneos internacionales. Organizaciones que, a la sombra de la CPL, establecieron circuitos que intentaban mimetizar —con mejor voluntad que resultados— eventos de los deportes de masas; por ejemplo, los *World Cyber Games* (los juegos olímpicos de los videojuegos), nacidos el año 2000, o la *Electronic Sports World Cup* (la copa del mundo), en 2003. Es también la época en la que empiezan a llenarse pabellones deportivos para celebrar torneos de videojuegos, aunque estas ocasiones eran la excepción a una cotidianeidad basada en cibercafés, *LAN parties*, un nicho adolescente y una escasa profesionalización de todos los actores del sistema.

A fecha de hoy, estas organizaciones o bien han desaparecido o bien han derivado en eventos de escasa relevancia, superados por un nuevo tipo de organización que aparece en los primeros años del nuevo milenio y que se convertirá en el paradigma de la competición a nivel internacional.

El nuevo milenio

En el año 2000, la organización alemana Deutsche ClanLiga cambia su nombre a [Electronic Sports League](#)

(ESL). De esta manera, surge la que será la organización internacional de mayor éxito de la corta historia de los eSports. Poco después, en 2002, surge en Estados Unidos la empresa [Major League Gaming \(MLG\)](#).

Durante la primera década del milenio, ESL y MLG son las organizaciones que personifican el crecimiento y expansión geográfica de los eSports en el continente europeo y norteamericano, respectivamente. Ambas basan sus operaciones en la competición en línea, accesible a todo el mundo —MLG lo hace al fusionarse con Game Battles, web nacida en 2003—.

Adicionalmente, ambas representan dos culturas muy diferentes y que sólo han convergido recientemente: la de la competición en ordenador —ESL— y en consola —MLG—.

Mientras tanto, en Corea del Sur, la inmensa popularidad del juego *StarCraft* (Blizzard Entertainment, 1998) provoca en el año 2000 la creación de la [Korean eSports Players Association \(KeSPA\)](#). A pesar del nombre, la KeSPA no es una asociación de jugadores sino una colusión entre varias empresas —fundamentalmente operadores de telecomunicaciones— y el Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo de la República de Corea, con el objetivo de repartirse de manera ordenada la explotación de un sector que acababa de nacer pero que resonaba fuertemente con la obsesión nacional por el progreso técnico y educativo y la rigurosa ética del trabajo coreana.

Esta mezcla de intereses público-privados es típica de la sociedad coreana y difícilmente replicable en occidente, pero es responsable de que hoy en día el país cuente con la mayor profesionalización de operadores, jugadores, medios de comunicación, etcétera., lo que se refleja en su desarrollo económico como industria nacional y en su dominio deportivo en diferentes disciplinas a nivel mundial.

El gran desarrollo de la competición profesional en Corea ha llevado a pensar que el origen de los eSports se produce en este país y que desde allí se difundió al resto del mundo. Por el contrario, como hemos visto el nacimiento se produce en varias de las economías más desarrolladas del mundo —EE. UU., Alemania, Corea del Sur— prácticamente a la vez.

Es la aparición y popularización de los servicios de streaming gratuito —en particular de Twitch.tv, abierto en junio de 2011— lo que provoca un crecimiento exponencial de la audiencia de competiciones de videojuegos

Servicios gratuitos

En la década actual, un nuevo fenómeno tecnológico da un nuevo y definitivo impulso a la naciente industria de las competiciones de videojuegos: la aparición de los servicios gratuitos de distribución de vídeo en directo

a través de [streaming](#).

Gracias a YouTube y al fenómeno de los creadores de contenido, o *youtubers*, la oferta de contenido sobre videojuegos disfrutó de una primera ola (o más bien [sunami](#)) de expansión a partir de 2006, en particular con los vídeos de tipo *gameplays* o *Let's Play*. Pero es la aparición y popularización de los servicios de *streaming* gratuito —en particular de [Twitch.tv](#), abierto en junio de 2011— lo que provoca un crecimiento exponencial de la audiencia de competiciones de videojuegos. Sin duda, el espíritu de la competición exige que esta esté accesible en directo para el espectador interesado. Previamente, las competiciones debían servir directamente el vídeo con una infraestructura propia de servidores y gran capacidad de ancho de banda, lo que era antieconómico.

A falta de datos fidedignos de las plataformas chinas, Twitch se ha convertido en el mayor distribuidor de contenido de eSports del mundo y en la piedra de toque para valorar la relevancia de un título frente a otro.

Así, aunque la palabra eSports nos conduce a pensar en deportes, la realidad que muestra Twitch es que los videojuegos de género deportivo tienen una audiencia mucho más pequeña que los mastodontes de la industria como *League of Legends*, *Counter-Strike: Global Offensive* o *Dota 2*.



Tabla: los 15 videojuegos de mayor audiencia en Twitch.tv en 2017, en millones de horas de consumo (Fuente: AEVI, sobre datos de Gamoloco.com)

En relación con esta audiencia, la consultora Newzoo estimó en 2017 el número total de entusiastas de los eSports a nivel mundial en 143 millones. La consultora augura un crecimiento de dos dígitos durante los próximos años hasta alcanzar los 250 millones de entusiastas en 2021.

Por último, aunque la audiencia de las competiciones de videojuegos no hace más que crecer, actualmente el impacto económico aún es limitado. Newzoo cifra en 655 millones de dólares el volumen de ingresos de los eSports en 2017. Una cifra que puede impresionar a primera vista, pero que empequeñece si se compara con los más de 100.000 millones de dólares que facturó globalmente la industria de los videojuegos el mismo año.



Fuente: Global ESports Market Report 2018, Newzoo

Actores globales

Actualmente, cuatro son los principales actores mundiales en eSports.

[Tencent](#)

El gigante chino, una de las mayores compañías de internet del mundo, es por derecho propio el principal actor del sector. Posee el 100 por ciento de Riot Games, desarrolladores de *League of Legends*, el juego que

desde hace siete años es el [benchmark](#) con el que medir el éxito de otros juegos, ligas y eventos de eSports. Tencent también controla otras compañías con grandes títulos, como Supercell (*Clash Royale*) o Epic Games (*Fortnite*), además de publicar sus propios juegos, como el inmensamente popular en China *Honor of Kings* (conocido en occidente como *Arena of Valor*).

[Modern Times Group](#)

La multinacional de producción y distribución audiovisual sueca es propietaria de ESL, el mayor organizador mundial de torneos independiente de una casa de edición. Posee también la competición americana ESEA y el circuito internacional de festivales DreamHack, con presencia en países como EE. UU., Suecia, España, Francia y Rumanía.

[Activision Blizzard](#)

A pesar de contar con el mayor porfolio de títulos de eSports de toda la industria (*Call of Duty*, *StarCraft*, *Heroes of the Storm*, *Hearthstone*, *Overwatch*, e incluso *World of Warcraft*), el control férreo de la competición, sumado a su escaso interés por cultivar partenariados, ha coartado el crecimiento competitivo de sus propiedades intelectuales. Actualmente, Activision Blizzard ha redoblado sus esfuerzos con la compra de Major League Gaming, la creación de la [Call of Duty World League \(CWL\)](#) y, en particular, la nueva y ambiciosa [Overwatch League](#), la primera competición de videojuegos que mimetiza las competiciones deportivas americanas de franquicias.

[Valve Corporation](#)

La implicación de Valve en eSports siempre ha sido errática e indirecta. A pesar de ello, son propietarios de *Counter-Strike* y *Dota 2*, los dos títulos con mayor proyección en eSports tras *League of Legends*, por lo que su papel no puede menospreciarse.

A estos podemos unir una serie de actores a nivel regional o nacional como [Garena](#) en el sureste asiático o LVP en España y América Latina, además de aspirantes a nivel global como [Alisports](#) —filial del gigante chino Alibaba—.

Retos futuros

En los próximos años, la industria de los eSports se enfrenta a diversos retos; el mayor, la búsqueda de ingresos. Entre el 70 por ciento y el 80 por ciento de los ingresos mundiales deriva de la publicidad y el patrocinio de marcas, flujos cíclicos y dependientes de un número limitado de clientes. Y aunque no hay cifras fidedignas, parece claro que los ingresos actuales son insuficientes para cubrir la actividad, por lo que la industria consume inversión. El sector debe explorar nuevas vías de ingreso, en particular por el lado del consumidor final, aunque actualmente no existe ninguna alternativa clara a las marcas.

Quizás, futuros avances tecnológicos pondrán a disposición de la industria nuevas fuentes de ingreso. Sería coherente en un sector que ha crecido a golpe de innovaciones: banda ancha, *streaming*, etcétera. En cualquier caso, es evidente que el desarrollo tecnológico, indisociable al nacimiento y evolución de los eSports, a la vez que abrirá nuevas oportunidades creará problemas que habrá que resolver, como la brecha digital entre personas y países, amenazas a la integridad (dopaje tecnológico) y desafíos a la libre competencia.