Ángel Bartolomé Muñoz de Luna
Sonia Martín Gómez

Esports: comunidad, broadcasters y desarrollo de negocio

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

SALAMANCA
2023

1ª edición: Salamanca (España), 2023.

Esta obra, tanto en su forma como en su contenido, está protegida por la Ley, que establece penas de prisión y multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaren, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización por escrito del titular de los derechos de explotación de la misma.

Diseño y producción gráfica: Pepa Peláez, Editora.

Del texto:
© *by* Ángel Bartolomé Muñoz de Luna y Sonia Martín Gómez, 2023.

De esta edición:
Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, sello propiedad de:
© *by* Pedro J. Crespo, Editor (2023).

Contacto:
Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca, España.

Taller editorial y almacén:
c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora, España).

Correo electrónico: info@comunicacionsocial.es
Web: https://www.comunicacionsocial.es

ISBN: 978-84-17600-80-8
Depósito Legal: DL S 48-2023
Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

1. Esports, concepto e historia 9

2. Relevancia de los esports. El sector en cifras 17

3. Géneros prevalentes 21

4. El ecosistema competitivo 29

5. Cuestiones legales vinculadas a los esports 37

6. Discusión sobre su reconocimiento olímpico 39

7. Los 'proplayers': jugadores profesionales. Entrevista con Diego Fuentes García (Evangelion) 41
Entrevista con Diego Fuentes García (Evangelion) 42

8. Los organizadores de eventos: la escena amateur. Entrevista con Tao Martínez Lorite, responsable de Desarrollo Universitario en Esports para GGTECH 63
Entrevista con Tao Martínez Lorite 64

9. Los broadcasters: emisores y animadores. Entrevista con Jordi Soler Cantalosella, Director General de LVP (Liga de Videojuegos Profesional) 79
Entrevista con Jordi Soler Cantalosella 81

10. Las grandes desarrolladoras. El caso de éxito del MOBA League of Legends y el shooter, Valorant Entrevista con Maye MacSwiney, Marketing & COMS Manager IBIT en Riot Games 93
Entrevista con Maye MacSwiney 94

11. Los clubes y las redes de stakeholders. Entrevista con Sergio Benet, General Manager del Valencia CF Esports y fundador de WEC (World Esports Corporation)..... 121
Entrevista con Sergio Benet 121

12. La relevancia de los públicos y sus «comunidades» de interés. Entrevista con Lucas Millán Tomás, Lead Community Manager para la región EMEA (Europe, Middle East, Africa) para Amazon Games 151
Entrevista con Lucas Millán Tomás..... 152

13. Conclusiones..... 165

Bibliografía 179

1.

Esports, concepto e historia

El diccionario Cambridge define *esport* como aquella «actividad de jugar a videojuegos contra otras personas por internet, a menudo por dinero, frecuentemente en competiciones organizadas especiales, seguidas por espectadores a través de este mismo medio». Suelen ser torneos de tipo multijugador en los que participan jugadores profesionales y que, cada vez más, tienen también público presencial.

Los *esports*, también conocidos como competiciones profesionales de videojuegos o deportes electrónicos, se han convertido en una nueva forma de ocio que supone una forma alternativa de consumo de videojuegos, lejos de la concepción habitual. Históricamente, los videojuegos eran una actividad eminentemente individual, pero han ido evolucionando hacia un consumo cada vez más social, favorecido por el desarrollo de las nuevas tecnologías, que además han democratizado el acceso a los videojuegos, haciéndolos mucho más económicos y accesibles a un público cada vez más amplio.

Los juegos «arcade» (las máquinas de las antiguas salas recreativas que funcionaban con monedas) se consideran los precursores de los *esports* (Lee; Schoenstedt, 2011). La década de los noventa supuso un gran impulso en el desarrollo de los *esports* con la evolución (y revolución) tecnológica, cambiando el modelo inicial de competición humano-contra-máquina por otro de humano-contra-humano, tal y como señalan Chikish *et al*. (2019). Dentro de estos precursores de los *esports* destacan OXO, un videojuego desarrollado por AS Douglas en 1952 que simula un juego de ceros y cruces (el mítico «tres en

raya») para un único jugador, o el *Tennis for Two*, un videojuego de tenis desarrollado por William Higginbotham en 1958 usando para ello un osciloscopio del Laboratorio Nacional de Brookhaven a modo de monitor conectado a una computadora analógica y que es considerado como el primer videojuego de la historia. Ya en los años 70, Atari desarrolló sus primeros títulos como *Pong* y *Space Invaders*.

Pero el origen de los *esports* hay que buscarlo justamente en el paso de esta forma de jugar, para aparecer en el ranking de la máquina, a los grandes eventos multitudinarios de hoy en día.

Parece haber unanimidad en que el primer videojuego que podemos considerar *esport* nació en 1962 en el Instituto de Tecnología de Massachusetts, tal y como señala Escabias (2017). Un grupo de estudiantes universitarios, de los que ha pasado a la historia el nombre de Steve Russell, desarrolló un programa de ordenador llamado *Spacewar!* que consistía en un juego en el que dos naves espaciales trataban de destruirse sin caer en la fuerza gravitatoria de una estrella.

Diez años después, el 19 de octubre de 1972, el Artificial Intelligence Lab de la Universidad de Standford celebró una competición de *Spacewar!* a la que se llamó «Olimpiadas Intergalácticas». Participaron 24 contendientes. Fue el primer torneo con las características de las actuales competiciones de *esports*, en el que los jugadores competían por una suscripción anual a la famosa revista *Rolling Stone*. *Spacewar!* puede todavía jugarse en el *Computer History Museum* de Mountain View (California).

Ya en 1980, Atari tomó el testigo organizando el primer macroevento de la historia de los *esports*, el *Space Invaders Championship* en Nueva York. Compitieron más de 10.000 personas llegadas de todos los rincones de Estados Unidos, de forma presencial, ya que en aquel momento aún no se habían producido los avances técnicos que revolucionarían por completo este sector. La primera persona en ganar un torneo nacional de videojuegos fue una mujer, Rebecca Heineman, que posteriormente desarrolló una exitosa carrera como programadora y diseñadora de videojuegos.

Tuvieron que transcurrir otros diez años hasta que, entre el 8 y el 11 de marzo de 1990, se celebrara el primer *Nintendo World Championship*, en 29 ciudades de Estados Unidos, con competiciones de los juegos Super Mario Bros., Tetris y Rad Racer. El campeonato consistió en distintas pruebas, tanto individuales como por parejas. Para dotar de mayor atractivo al torneo, la revista *Nintendo Power* llevó a cabo un concurso, de forma paralela a la competición, en el que sorteaban un cartucho dorado con los tres juegos de la competición que en la actualidad está valorado en más de 15.000 dólares.

A partir de 1996, la «fiebre Pokémon» impulsó de nuevo a Nintendo a organizar eventos competitivos. El detonante fue la salida de *Pokémon Stadium* en el año 2000, un videojuego para Nintendo 64 en el que se podían usar los equipos entrenados en los cartuchos de las distintas versiones del videojuego disponibles para Game Boy para competir por parejas.

Ese mismo año se realizaron competiciones nacionales por todo el mundo, incluida España, donde se celebró un multitudinario evento en el Parque de Atracciones de Madrid, para buscar a los mejores «entrenadores». El campeón de España se clasificó para competir contra los mejores de Europa, consiguiendo clasificarse para el Campeonato Mundial de Sídney, donde obtuvo el tercer puesto.

Sin embargo, Nintendo no supo ver el potencial de estos torneos y la competición de Pokémon, que podía haber supuesto la revolución y el verdadero nacimiento de los *esports*, poco a poco fue quedando relegada a un segundo puesto.

Pokémon no fue el único ejemplo de lo que, siguiendo nuevamente a Escabias (2017), podríamos llamar la era «pre-*esports*». Paralelamente se celebraron otros eventos como el torneo *Red Annihilation* en 1997, considerado uno de los primeros ejemplos de *esport* «moderno», en el que los 2.000 participantes competían por conseguir el Ferrari del desarrollador jefe del juego, John Carmack.

Pero fue en Corea del Sur donde se profesionalizaron las competiciones de *esports*, se les comenzó a dar tratamiento de «atletas» a los jugadores y las partidas comenzaron a retras-

mitirse por televisión. También surgieron los primeros clubes, patrocinadores y sindicatos de jugadores.

A finales de la década de los noventa, debido a la crisis financiera que estaba viviendo Asia, el gobierno surcoreano puso su atención en las infraestructuras de internet y de telecomunicaciones, de modo que en la actualidad el país tiene una de las redes de banda ancha más rápidas y desarrolladas del mundo. Nacieron así los PC Bangs, un tipo de negocio donde los clientes pueden jugar videojuegos en línea por una tarifa fija. El concepto es muy similar a un cibercafé, si bien los ordenadores están específicamente adaptados para jugar deportes electrónicos. Dado que muchos permanecen abiertos las 24 horas, suelen contar con servicios de bar y cafetería.

Para el año 2000, ya se había formado una comunidad de jugadores que gracias a los PC Bangs podía poner a prueba su habilidad compitiendo entre ellos. Como resultado de toda esta nueva infraestructura, los canales de televisión también se vieron atraídos por esta nueva tendencia, creándose canales exclusivos donde se retransmitían partidas las 24 horas del día. Años después, las empresas comenzaron a patrocinar sus propios equipos y jugadores de *esports*. Así, encontramos a los equipos de Samsung, SK Telecom, CJ Games, etcétera.

Los clientes de los PC Bangs tienen la posibilidad de jugar a juegos como *Overwatch*, *League of Legends* o *Starcraft*, este último considerado como el deporte nacional «no oficial» del país, junto al taekwondo. Si bien, tras una serie de escándalos que salpicaron la competición a nivel profesional, la Korean Esports Association anunció, en octubre de 2016, la disolución de la *Starcraft ProLeague*, poniendo así fin a los torneos del juego que más ha aportado al desarrollo de los deportes electrónicos en Corea del Sur.

También en 2016, la escuela politécnica de Ahyeon, en Seúl, creó su propio departamento de deportes electrónicos y su propio equipo profesional de *League of Legends* —conocido como *Wanna B.*, cuenta con el apoyo y respaldo del Instituto, cuyo fin último es conseguir que todos sus miembros se dediquen profesionalmente a los *esports*—, convirtiéndose en

una de las principales instituciones de educación en implementar los *esports* como disciplina. Cuando el director, Bang Seung-ho, se dio cuenta de que muchos estudiantes dejaban las clases, o simplemente no asistían a algunas porque habían pasado toda la noche jugando, decidió abrir un PC Bang en la escuela. Mientras los estudiantes estudiasen materias regulares por la mañana, podrían jugar *esports* en la tarde y la noche.

En poco tiempo, la escuela se convirtió en una especie de centro de alto rendimiento para futuros jugadores profesionales. Y así fue como comenzó una nueva era en Corea del Sur que se trasladó al mundo entero en forma de disciplina deportiva

Este fenómeno supuso además un gran cambio en el tratamiento mediático y el alcance social de los videojuegos, como trataremos de demostrar a lo largo de la presente investigación. Los *esports* han irrumpido con fuerza en la escena de los medios de comunicación y también en el mundo deportivo, favoreciendo así el desarrollo de un sector que se encuentra en continuo crecimiento.

En definitiva, podemos contrastar que el origen de los *esports* es más remoto del que habitualmente se tiene en cuenta a la hora de analizar los deportes electrónicos modernos, constatando que los rasgos definitorios del fenómeno, como son la profesionalización de su estructura deportiva y la «espectacularización» mediática, siguiendo nuevamente a Antón (2018: 344), surge ya en la etapa de las salas recreativas y antes de la consolidación de los juegos para ordenador y consolas de nueva generación, entendiendo que dichos aspectos de profesionalización y espectacularización han ido evolucionando a medida que la escena se ha ido desarrollando, existiendo un punto de inflexión clave en este desarrollo, como es la consolidación de internet y el juego competitivo en línea, momento histórico que abrió una nueva etapa en las competiciones profesionales de videojuegos.

Los *esports* se han convertido en un interesante objeto de estudio, debido a sus numerosas implicaciones sociales y mediáticas, tal y como destacan autores como Taylor (2012: 2), al

afirmar que «es irrelevante el camino que tome el juego profesional, merece nuestra consideración porque no solo representa una parte fascinante de la cultura del juego, sino porque nos lleva al corazón de las preguntas sobre la naturaleza y estatus de los videojuegos, las posibilidades (y limitaciones) de nuevas formas de deporte en esta era digital, y los retos afrontados por las subculturas de juego a medida que se incorporan (a menudo de forma ambivalente) a la cultura de masas».

El interés por el estudio académico de los *esports* se debe fundamentalmente a que los mismos plantean una doble naturaleza mediática, a medio camino entre el fenómeno social y el espectáculo deportivo, lo que supone un tratamiento informativo con distintos grados de especialización.

Pero pese al progreso y éxito del que disfrutan hoy en día los *esports*, el interés que genera este fenómeno en el mundo académico es todavía muy limitado. Así, numerosos autores subrayan esta falta de estudios que sirvan de marco teórico respecto a los *esports* (Al Dafai, 2016: 14; Bornemark, 2013: 10; Wagner, 2006: 439).

Por su parte, Carrillo (2016), basándose en el análisis de las fuentes documentales existentes, constata el aumento de la literatura científica sobre *esports* a partir del año 2011, con un pico interesante de producción en 2013 que identifica con el aumento de la repercusión mediática de los deportes electrónicos.

Las principales perspectivas desde las que comienza a estudiarse este fenómeno en la primera década del siglo plantean cuestiones sobre la adquisición de experiencia por parte del jugador de videojuegos competitivos, el ambiente de los jugadores de alto rendimiento, la propia materialidad del juego competitivo o su recorrido histórico (Witkowski, 2012).

Pero no son las únicas, algunos autores han abordado el estudio de los *esports* de forma transversal al objeto de su investigación. Esta aproximación se puede observar especialmente en trabajos que estudian los deportes electrónicos como parte de un proceso de ludificación o gamificación. Una de las publicaciones pioneras en esta línea es la de Ruizalba *et al.* (2013),

quienes llevan a cabo un análisis teórico del fenómeno, estudiándolo como una herramienta de marketing interno en el ámbito de la empresa como estrategia para incrementar la satisfacción laboral y el compromiso.

También desde el punto de vista del marketing, Seo (2013) elabora su estudio desde la teoría de la economía de la experiencia. En este trabajo se abordan los *esports* como una práctica de consumo del mundo virtual, en la que se ven involucrados numerosos agentes, desde los jugadores, hasta organismos gubernamentales, pasando por organizaciones empresariales. Además, se plantea la relevancia de que las empresas apliquen estrategias diferenciadas para el sector de los *esports* separadas de otros aspectos más genéricos propios de la industria del videojuego, entendiendo así el mercado de los deportes electrónicos como una realidad diferenciada del mercado tradicional de los videojuegos.

La creciente relevancia económica y social de los *esports* es uno de los principales motivos por los que se ha incrementado su interés en los estudios académicos durante los últimos años, muy especialmente en el área de la comunicación.

Gómez y Navarro (2013) identifican las bases sobre las que se sostiene la legitimación del videojuego como medio de comunicación, destacando «su relevancia económica como industria del ocio, su popularización entre grupos no asociados tradicionalmente al medio, su importancia en la creación de iconos y tendencias sociales como industria cultural y su retroalimentación tecnológica con respecto a diferentes sectores de I+D».