



**FACULTAD
DE
COMUNICACIÓN**

La evolución de los eSports

TRABAJO FIN DE GRADO

Alba del Río González

Tutor: Juan José Vargas Iglesias

Sevilla, junio 2018

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

HEROES
OF THE STORM™



STARCRRAFT
III

LA
EVOLUCION
DE LOS ESPORTS

Alba del Río González
Comunicación Audiovisual 2017/2018



CS GO™

Resumen	3
Palabras Clave	3
Introducción	4
Hipótesis	6
Metodología	7
Marco Teórico	7
1. La aparición del multijugador	8
2. Videojuegos en el ordenador	10
3. La aparición de los eSports	13
3.1. Qué son los eSports	13
3.2. La evolución de los eSports desde su aparición hasta la actualidad	15
3.3. El caso coreano	19
3.4. Los eSports en España	23
4. Principales eSports	25
4.1. Los MOBA (Multiplayer Online Battle Arena)	25
4.2. Los RTS (Real-Time Strategy)	29
4.3. Los FPS (First Person Shooter)	31
4.4. Los juegos de deporte	34
4.5. Los CCG (Collectible Card Games)	34
4.6. Los juegos de lucha	36
4.7. Los MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Games)	37
5. Un recorrido por <i>League of Legends</i>	38
6. Principales figuras españolas en los eSports	41
7. Hipótesis sobre el futuro de los eSports	44
8. Plataformas de visionado de juegos	45
8.1. Twitch	45
8.2. YouTube	48
Resultados	49
Conclusión final	73
Referencias bibliográficas	76

RESUMEN

En este documento nos vamos a centrar en los videojuegos y en los eSports. Por ello tenemos que empezar por conocer qué es el modo multijugador y cómo ha influido en los eSports. Como ya sabemos, los eSports se dan sobretodo en PC, por lo que tenemos que dar un recorrido por los videojuegos de PC, para ver cómo surgieron y cómo avanzaron hasta llegar a los eSports tal y como los conocemos en la actualidad. Vamos a adentrarnos en conocer qué son los eSports y cómo han afectado a la sociedad actual, además de conocer el caso coreano, pues no podríamos entender los eSports como los entendemos ahora sin conocer qué pasó en Corea del Sur y por qué los eSports están más asentados allí que en el resto del mundo.

También vamos a estudiar cuáles son los eSports que más se juegan en la actualidad, haciendo especial hincapié en el *League of Legends*, el eSport más jugado de la historia y el que más ha crecido a nivel competitivo, además de ser el que más dinero ha invertido en los torneos. Por esta misma razón no podemos olvidar la mención a las figuras españolas más representativas en el mundo de los eSports.

Además, a través de una serie de encuestas sobre eSports vamos a conocer cuáles son las preferencias de los jugadores a la hora de jugar a los distintos eSports, además de ver si estos mismos encuestados siguen las retransmisiones de los torneos o no.

PALABRAS CLAVE

Corea, Deporte electrónico, Desarrolladora, eSports, Jugador, League of Legends, Plataforma, Twitch, Videojuego, YouTube.

INTRODUCCIÓN

Los videojuegos forman parte de una sociedad de entretenimiento que cada vez se ha vuelto más importante en nuestras vidas. Vivimos en una sociedad en la que el tiempo libre es escaso y donde la tecnología evoluciona a un nivel vertiginoso. Es por ello por lo que las personas buscan cada vez más nuevas formas para entretenerse y a las que dedicar el tiempo libre que tienen. Es aquí donde entran los videojuegos, pues nos permiten desconectar de la frenética vida que llevamos y transportarnos a otros mundos. Los videojuegos han conseguido adaptarse a las necesidades de los jugadores, por lo que cada vez se han ido especializando más y más, hasta llegar a tener una gran variedad de videojuegos diferentes, para todo tipos de gustos, a la vez que se busca nuevas técnicas que atraigan a quienes aún no han entrado a formar parte de este mundo.

Los primeros videojuegos tenían gráficos muy poco desarrollados y carecían de historia. Poco a poco se fueron introduciendo mejores gráficos y empezaron a verse juegos más elaborados, creando una historia alrededor de los personajes o un objetivo que el jugador tenía que conseguir, yendo más allá de la simple jugabilidad. En la actualidad, los juegos han llegado a un nivel de elaboración muy complejo, donde incluso las tramas tienen muchas ramificaciones, e incluso hay videojuegos con finales alternativos, para que así el jugador pueda decidir y jugar varias veces hasta conseguir su final ideal. Además, la reciente aparición de los eSports en las sociedades actuales hace que nos planteemos los videojuegos como un modelo de negocio y social, ya que han tenido repercusión a nivel nacional e incluso internacional y cada día parece que crece más y más.

Es por este motivo por el que en este documento vamos a centrarnos a analizar el recorrido que han tenido los eSports desde su aparición y hacia donde parece que se están dirigiendo. Es por ello por lo que tenemos que poner especial atención al caso coreano. Como veremos, Corea del Sur fue la cuna de los eSports gracias a las innovaciones en tecnología y telecomunicaciones por parte del Gobierno, algo que atrajo el interés de las grandes empresas del país. Esto, unido al interés de los surcoreanos por los videojuegos harán que Corea del Sur se convierta en un referente para el resto del mundo en cuestión al tratamiento de los eSports. Es por esto por lo que hay que estudiar qué paso en este país. No podemos conocer los eSports sin saber cómo se crearon o cómo evolucionaron, pues lo que hoy conocemos como eSports no vino de la nada.

España aún está lejos de alcanzar el nivel de Corea del Sur en cuanto a los eSports. Sin embargo, el interés por los eSports es más que notable entre la sociedad. Al igual que

pasó en Corea del Sur, son muchas las empresas que están viendo el potencial de los eSports, por lo que son muchas las que están empezando a apoyar a distintos equipos. E incluso equipos de fútbol están creando sus propios equipos de eSports. Por este motivo, vamos a hablar también del caso español.

Como vemos, los eSports son más que videojuegos, algo que empezó de una forma casual, o como medida para salir de una crisis, se ha convertido en un fenómeno mundial, en algo seguido por miles y miles de personas de todo el mundo. Estamos, pues, ante una revolución en el mundo de los videojuegos que ha traspasado las fronteras hacia lo social.

HIPÓTESIS

Si nos centramos en lo que conocemos de la historia de los videojuegos y de los eSports, todo parece indicar que los videojuegos van a ir avanzando como lo han hecho hasta la actualidad, gracias a las nuevas innovaciones en tecnología y a la nueva búsqueda de formatos nuevos con los que probar, y que los eSports van a ir también avanzando hasta ocupar el lugar que ocupan otros deportes en la actualidad.

Sin embargo, no podemos decirlo a ciencia cierta sin estudiar acerca de la evolución que están teniendo. Es por ello por lo que vamos a ver la evolución que los eSports han tenido desde su aparición, además de cómo fue esta y cuáles fueron las circunstancias que lo impulsaron.

Como veremos más adelante, los eSports parecen tener más público a medida que pasan los años, sobretodo con el videojuego *League of Legends*. Este juego, por lo que sabemos, ha ido recopilando una gran comunidad que parece que no tiene fecha límite para parar de crecer, además de contar con campeonatos profesionales, los cuales, cada vez más, mayor número de personas se animan a seguir.

Además, vamos a poder observar que la inversión de las desarrolladoras en el mundo competitivo de los eSports ha sido cada vez mayor, por lo que puede que aún nos encontremos en el inicio de algo que puede alcanzar muchísima importancia a nivel de cada país y, a nivel mundial.

Aunque la visión que se tiene de los jugadores de videojuegos es la de un adolescente “friki”, también se va a demostrar a través de las encuestas que hay jugadores de todas las edades, y que también dedican su tiempo en otras cosas.

*“For success in eSports,
it’s critical to recognize that today’s ‘average’ gamer
is not the stereotype of a male teen in their parents’ basement”*

- Cinnamon Booth, COO of GameCo, Inc.

METODOLOGÍA

Para demostrar la hipótesis ya planteada, primero tenemos que acercarnos a los eSports de una manera historiográfica y sociológica, pues necesitamos saber cuál es la historia de los eSports, de dónde vienen y cómo han impactado en la sociedad. No podemos plantearnos su evolución desde la actualidad en adelante si no sabemos cómo ha evolucionado hasta ahora, además de saber cuáles han sido sus puntos fuertes y por qué unos países destacan más que otros.

Por ello, vamos a empezar con el marco teórico, donde a través de una serie de puntos vamos a conocer qué son los eSports y su evolución. Es necesario saber el caso coreano, pues Corea del Sur es el país referente en cuanto a los eSports, por lo que es necesario saber qué pasó y qué hicieron para que los eSports ganaran tanta importancia entre la sociedad surcoreana. Compararemos este caso con la situación de los eSports en España actualmente, destacando cuáles son los puntos fuertes en nuestro país en este ámbito, además de las figuras que hacen posible que los eSports en España sean más importantes que en otros países.

Para terminar, vamos a terminar el documento abordando un estudio cuantitativo para conocer cuál es el futuro de los eSports aquí en España, cuáles son las preferencias de los jugadores y cuáles son sus aspiraciones en los eSports. A través de este estudio, vamos a demostrar que el modelo de jugador de videojuegos ha cambiado en los últimos años, y que ya no se trata de un joven “friki”, pues, como demostraremos, sus vidas van más allá de los videojuegos. Para realizar este estudio se ha realizado una encuesta en la página <https://www.survio.com/en/>. La encuesta consta de 23 preguntas, algunas de ellas con múltiples respuestas, pero todas ellas planteadas a conocer cómo están implantados los eSports en la sociedad actual y hacia dónde parecen ir. Además, es anónima. En un primer momento, la encuesta se creó para 100 personas máximo porque era el número de encuestados que me permitía la web por una suscripción gratuita. Sin embargo, de un momento a otro se llegó a 300 encuestados. Al ver este número, como reto personal, me propuse llegar a mil personas. En cuestión de pocos días alcancé las mil personas y cerré la encuesta. Pagué una mensualidad y rescaté las respuestas de los mil encuestados. La web me permitió descargarme estas respuestas en PNG y en forma de gráfico, por lo que dejaba ver con más claridad los resultados.

Así, con las respuestas, saqué conclusiones de cada una de ellas para poder sacar una conclusión global más adelante. Gracias a la encuesta y a la participación de tantas personas pude demostrar lo que al principio de este documento se planteaba.

MARCO TEÓRICO

1. La aparición del multijugador

Antes de adentrarnos en el mundo de los eSports, que es el objeto de estudio de este documento, vamos a conocer primero qué es el modo multijugador y cómo apareció, ya que es muy importante para la aparición de los eSports, ya que es un requisito indispensable para los deportes electrónicos. Como veremos más adelante, los eSports son videojuegos que ofrecen un enfrentamiento contra otros jugadores. Es por ello por lo que tenemos que conocer cómo es posible que se den dichos enfrentamientos.

Competir es un acto intrínseco del ser humano. El hombre, por naturaleza, compite desde incluso antes de ser consciente de ser hombre. El ser humano lucha para sobrevivir. Por ello, desde que aparecieron los videojuegos, los jugadores han buscado que tengan un reto, un objetivo, ya sea el de batir una puntuación o el de llegar al final de una fase y derrotar a enemigos. De esta necesidad de vencer, de sobrevivir y llegar al final, nace el multijugador, ya que los jugadores necesitan enfrentarse a algo o a alguien. Por ello, podemos definir un juego multijugador como aquel que permite la interacción de dos o más personas en el mismo juego al mismo tiempo. Puede ser de forma física en la misma consola o soporte o a través de servicios on-line. Su creación se debe a la necesidad de querer incluir un oponente al que pueda enfrentarse el propio jugador que vaya más allá del oponente “máquina”. En los juegos multijugador siempre se enfrentan de 2 a 4 jugadores al mismo tiempo, aunque hay juegos que permiten más oponentes. Normalmente se nos da la opción de poder unirnos a un juego que haya abierto otro jugador o iniciar un juego propio en el que se van uniendo otros jugadores.

El primer videojuego de la historia que permitió partidas dobles fue el *Spacewar!*, lanzado en 1962. Sin embargo, no podemos hablar de juegos con partidas multijugador masivas hasta la década de los 70, década en la que se lanzaron los videojuegos *Empire* (1973) y *Spasim* (1974). Ambos videojuegos utilizaban la red PLATO System, una red propia de la Universidad de Illinois. La primera versión del videojuego *Empire* permitía un máximo de 8 jugadores a la vez, aunque con las versiones posteriores este número se amplió hasta

30. *Spasim (Space Simulation)* fue considerado el primer shooter en primera persona (FPS). Este videojuego permitía hasta un máximo de 32 jugadores, divididos en 4 equipos, por lo que podía haber un máximo de 8 personas en cada equipo.

Dentro del modo multijugador, hay dos modalidades de las cuales podemos hacer una clasificación: la primera se llama “modo único” y la segunda se llama “sistemas de red”.

En cuanto al modo único, podemos destacar los siguientes sub-modos:

- **Hot seat:** no es un multijugador como tal, sino que es una partida por “turnos”. Esto quiere decir que los jugadores van turnándose, pasándose el mando o el periférico entre ellos cada vez que el jugador muera.
- **Simultáneo:** se le asignan unos controles a cada jugador y ambos pueden participar a la vez en la partida.
- **Pantalla dividida:** es el más destacado de este modo. Esta modalidad trata de un mismo juego, una misma partida, donde la pantalla aparece dividida, es decir, la pantalla se divide en dos o más partes, ofreciendo visión distinta a cada jugador para crear así una independencia en cada jugador y poder moverse libremente. Un ejemplo de esto se ve en el juego Mario Kart 64. En 2011, sin embargo, apareció un sistema conocido como Dual Vision, en la que se utiliza una misma pantalla y cada jugador tiene unas gafas que le ofrecen una imagen distinta de la pantalla.

En cuanto a los sistemas de red, cabe destacar los siguientes:

- **Red local:** se trata de conectar dos o más dispositivos mediante una red de área local.
- **En línea:** se trata de conectar dos o más dispositivos mediante una red de área global.
- **Por correo electrónico:** se parece a la modalidad de “hot seat”, pero con la particularidad de que los jugadores acuerdan sus turnos mediante correos electrónicos, diciéndose donde han dejado la partida.

Aunque pensemos que los juegos de red son prácticamente nuevos, los más antiguos rozan las 3 décadas desde su lanzamiento. Los avances en las telecomunicaciones y la gran acogida de Internet han hecho que los juegos online multijugador sean uno de los requisitos más aclamados por los jugadores, por lo que, en la actualidad, la mayoría de los juegos cuentan con este modo, a diferencia que hace décadas, quienes solo podían disfrutar de estos juegos algunos afortunados, ya que el Internet no llegaba a todos los

lugares. Tenemos que tener en cuenta que, en ese entonces, Internet no era como el Internet que conocemos hoy en día. En sus inicios, esta conexión se podía llevar a cabo comprando un modem por el que poder conectarnos al equipo de otra persona remotamente, siempre que esta persona tuviera otro módem, todo ello a través de la línea de teléfono. Con la llegada de los primeros servicios online, nos conectábamos remotamente a cada servicio y estos nos ofrecían distintas alternativas. Normalmente se cobraba por el tiempo que alguien permanecía conectado al servicio. Esto fueron los inicios de Internet, que ha ido evolucionando hasta lo que conocemos hoy.

Dentro del modo multijugador no podemos olvidar el **modo cooperativo**. Este consiste en que dos o más jugadores trabajan juntos en equipo para conseguir así un objetivo en la misma partida. Puede ser online, en la misma videoconsola o inalámbricamente.

Sin embargo, el modo cooperativo no es lo mismo que un **PvP** (Player vs Player). En esta modalidad se compete con el resto de jugadores humanos que hay en la misma partida, mientras que en el modo cooperativo el jugador colabora con los otros jugadores. Además, existe el modo **PvE**, donde el jugador interactúa únicamente con el entorno controlado por la Inteligencia Artificial de la consola.

Los juegos con modo multijugador son más difíciles de programar, ya que desde el principio se orienta el videojuego para que funcione en este modo sin contar con bugs. Esto es lo que complica cada apartado del juego, ya que es una tarea doble porque implica mirar mensajes de la red, y ya no solo del propio juego. Es esta una de las razones por las que aún hay juegos que no cuentan con este modo, además de la propia temática del videojuego.

Como vemos, el modo multijugador es más importante de lo que creemos en los juegos actuales. De hecho, es uno de los requisitos básicos para un eSports, ya que un deporte electrónico necesita de un rival, entre otros requisitos, para ser considerado como tal.

2. Videojuegos en el ordenador

Como veremos más adelante, la mayoría de los eSports se juegan en ordenadores, por lo que no podemos hablar de los videojuegos para ordenador sin saber antes cuál es el inicio de lo que hoy conocemos como “ordenadores”.

En 1945 aparece el primer “ordenador”. Se llamaba ENIAC y era un calculador e integrador numérico digital electrónico. Era demasiado grande y pesado. Sin embargo, no es hasta 1947 cuando se puede hablar del concepto de “ordenador” tal y como lo conocemos en la actualidad, gracias a la invención del transistor. Este invento permite ver y escuchar los vídeos. Además, en 1958 aparece lo que conocemos como “chip”.

Sin embargo, no podemos hablar de ordenadores personales hasta 1977. Estos ordenadores utilizaban el lenguaje de programación BASIC, ya que los demás lenguajes de programación eran muy pesados y no cabían en las memorias de estos ordenadores.

La creación de los juegos para ordenador no era más que una forma de demostrar a las personas que podían utilizar los ordenadores sin dificultad. Como dice David Martínez (2003: p48-49), *“en cuanto la gente perdió el miedo a los teclados, los ordenadores empezaron a venderse a mayor ritmo que cualquier consola”*.

Más adelante aparecieron los ordenadores de 16 bits, que competían con las máquinas recreativas.

Hasta el momento de la crisis de las consolas en Estados Unidos, los ordenadores se habían mantenido en un segundo plano. Sin embargo, los juegos para ordenador eran más realistas que los de las videoconsolas. Además, estos juegos tenían una fabricación menos costosa. Poco a poco se fueron fabricando más juegos para ordenador y sustituyeron pronto a los videojuegos de las consolas. Además, los videojuegos para PC fueron los que impulsaron de nuevo el mercado de las videoconsolas, pues se pensaba que era un mercado en declive y que ya no interesaba.

La empresa Atari fue una de las grandes investigadoras que tuvieron un gran papel en la evolución de la informática para hogares. En esta empresa estaban Steve Jobs y Steve Wozniak, quienes más tarde desarrollaron el Apple II.

Hasta este momento, el único intento de comercializar un ordenador doméstico fue con la consola Colecovision, que se convertía en un ordenador doméstico gracias a una serie de periféricos. Sin embargo, esta consola no tuvo tanto éxito como se esperaba, algo que no pasó con Apple II. Esta última empujó a otras empresas a lanzar sus propios ordenadores.

La venta de los ordenadores personales creció mucho en la década de los 80, coincidiendo con el nuevo auge de las videoconsolas gracias a la industria de Japón. Esto fue así porque la producción de consolas en Norteamérica cayó mucho, por lo que tanto Japón como las

industrias dedicadas al desarrollo de los ordenadores aprovecharon la ocasión y apostaron por nuevos retos. En este momento, los videojuegos que se creaban para PC ya tenían más nivel de realismo que los videojuegos creados para consolas. Una de las características que hacía más atractivos aún a los ordenadores es la inclusión de aplicaciones con las que poder trabajar y ya no sólo jugar, algo que hasta ese momento sólo se concebía en los ordenadores profesionales.

Respecto a los videojuegos, la primera generación de videojuegos de PC solían ser aventuras con texto o ficción interactiva, donde el jugador interactuaba con la máquina a través de comando de teclado. Un ejemplo de esto es el juego “Adventure”.

En la década de los 80, los gráficos de los videojuegos empezaron a mejorar, convirtiéndose en una de las características más importantes. Además, durante esta década, los juegos fueron desarrollados y distribuidos por aficionados y revistas, las cuales daban un código de juego que se escribía en el ordenador para poder ser jugado. Un ejemplo de esto fue el juego “Microchess”. Los primeros juegos para ordenador eran una copia de lo que se encontraba en las máquinas recreativas del momento, por lo que eran juegos arcade.

Cabe destacar que los videojuegos para PC eran más baratos de fabricar que los videojuegos para consolas, ya que utilizaban cintas de casete en vez de cartuchos como hacían las consolas. Aunque al principio había muy pocos videojuegos para PC, poco a poco fueron llamando la atención de las personas, a medida que también la calidad de los gráficos iba mejorando. Además, tras la crisis de los ochenta por parte de las videoconsolas, “nadie podía anticipar que el mercado de los videojuegos estaba a punto de resucitar gracias a estas complicadas máquinas”, según añade Martínez.

No podemos olvidar que los ordenadores ofrecían algo que las consolas no ofrecían, y era la posibilidad de crear programas informáticos gracias a sus aplicaciones incorporadas. Hasta ese entonces, esa posibilidad solo la tenían los ordenadores profesionales, pero a partir de esta revolución, todos podían acceder a un ordenador con estas características. Según Levis (1997: p58), *“por primera vez, el público en general tenía acceso a tratamientos de textos, a pequeñas bases de datos o a sencillos programas de gestión contable. No obstante, pese a las importantes posibilidades educativas recalculadas con énfasis en la publicidad de los fabricantes, los ordenadores de este tipo se utilizaban exclusivamente para jugar”*.

Ante esto, destaca el ordenador ZX Spectrum, creado por Clive Sinclair. Según Martínez (2003: p49), Clive Sinclair dijo: *“Inicialmente tratamos de dirigirnos hacia la gente que quería aprender algo de ordenadores, pero pronto nos dimos cuenta de que el mejor modo de lograrlo era a través de los juegos que ellos mismos tenían que teclear”*. Sin embargo, Vicent Montagnana (2008: p49) puntualiza que las capacidades de este ordenador eran bastante limitadas y que la mayoría de los jóvenes de la época no estaban interesados en las posibilidades que daba este ordenador, sino que estaban interesados en los juegos, *“de ahí que muy pronto floreciese una incipiente industria del ocio electrónico que abrió las puertas a muchos programadores a los que, a decir verdad, no les atraía mucho la perspectiva de pasar su vida encerrados en un centro de cálculo”*.

Más tarde, las empresas empezaron a centrarse en títulos de películas de éxito o en personajes famosos para los nuevos videojuegos, entre las que destacan empresas como Ocean y Ultimate. Esta última, por ejemplo, cambió su nombre por Rare en años posteriores y comenzó a trabajar en exclusiva para las compañías de Nintendo y Microsoft.

Los videojuegos para ordenador han conseguido mantener su importancia frente a las nuevas consolas que se crearon a manos de las empresas japonesas. Sin embargo, hasta la llegada de los eSports no se han valorado como tal los juegos para ordenador. Hoy en día, los ordenadores son el soporte preferido por los jugadores, sobretodo en lo que respecta al ámbito de los eSports.

3. La aparición de los eSports.

3.1. Qué son los eSports.

En la actualidad aún no existe una definición exacta de qué son los eSports, ya que abarca un universo muy grande de opiniones. Además, por su poco tiempo de existencia, aún no se puede dar una definición general, ya que aun está en estudio y se necesitan más años para tener una idea clara de qué es. Sin embargo, se le considera como la práctica competitiva, ya sea contra otros jugadores o contra variables como el tiempo, de los videojuegos actuales. Este enfrentamiento no tiene por qué ser directo, sino que también puede ser indirecto, como ya se ha mencionado. La variable del tiempo no es la única que podemos encontrarnos en el enfrentamiento indirecto, sino que a veces dependemos también de la habilidad del jugador, es decir, el jugador, para ganar, depende de su

habilidad, la cual puede ir mejorando con la práctica. Sin embargo, esto no es suficiente a la hora de catalogar un videojuego como eSports, pues una de las variables que necesita cumplir es que tenga modo espectador. Es por esto por lo que aún no se considera a Fortnite como un deporte electrónico, ya que no tiene la opción de modo espectador, algo que se pretende añadir próximamente.

Según Sergi Mesonero, fundador de la LVP o Liga de Videojuegos Profesional en una entrevista recogida en el libro de eSports de Chanson (2003, p31): *“Los eSports son competiciones de videojuegos estructuradas, ni más ni menos. No creo que haya que complicarse demasiado. En esta definición caben tanto las competiciones amateurs como las competiciones profesionales, que están dirigidas más hacia el espectáculo y a los espectadores. Hay intentos de definir a los eSports desde una perspectiva más cerrada incluyendo sólo las competiciones profesionales, pero para mí, siempre que las amateurs tengan una estructura y un espíritu deportivo detrás, se deben incluir también”*. Por tanto, podemos definir a los eSports como toda práctica competitiva de videojuegos en la que los jugadores sólo pueden enfrentarse a través de las pantallas, como las competiciones de videojuegos estructuradas a través de jugadores, equipos o ligas, además de espectadores. Se puede jugar de forma amateur o profesional.

Los eSports son parte de una tendencia más amplia de lo que imaginamos en la industria del entretenimiento, ya que nos permite disfrutar de los videojuegos de manera individual y colectiva, pero, sobretodo, de manera social. Esta actividad social incluye la competición a través de la participación, que puede ser profesional a la vez que diversión para los participantes, ya que se busca utilizar distintas estrategias, habilidades y destrezas a la misma vez que se busca la diversión por parte del propio jugador, una nueva forma de entretenerse que se aleje de las distintas formas de entretenimiento convencionales. Además, a nivel de valores, los eSports son un referente para todas las personas que los siguen. Los eSports intentan dar ejemplo, luchando así contra el dopaje o las trampas, por lo que buscan un juego limpio, además de enseñar que hacer trampas no es el mejor camino y que pasa factura. Esto es así gracias a asociaciones como WESA, que se dedican a analizar constantemente las posibles amenazas. Según Byung-Chul Han (2014, 77) *“el juego emocionaliza, incluso dramatiza el trabajo, y así genera una mayor motivación. A través de una rápida experiencia exitosa y de un sistema de gratificación instantánea se aumentan el rendimiento y el producto”*. Se trata de un escaparate de videojuegos que nos muestra a grandes jugadores que gracias a su entrenamiento y constancia han conseguido

abrirse camino entre tantos jugadores, destacando así por encima de otros. Estos jugadores suelen transmitir valores como la autosuperación, el esfuerzo y el propio éxito.

Los eSports se han convertido en un elemento de propaganda de las desarrolladoras, ya que los utilizan para destacar los logros que han conseguido. Además, muchos jugadores deciden probar un eSports por el hecho de que ha sido creado por una determinada desarrolladora. En la actualidad, miles de personas de todas las partes del mundo siguen competiciones de eSports. Incluso en Corea del Sur, se ha llegado a ver como un entretenimiento nacional, siendo algo retransmitido hasta en algunos canales de televisión, como ya veremos posteriormente cuando hablemos del caso coreano. Además, universidades, tanto coreanas como del resto del mundo, como la Universidad Alemana del Deporte en Colonia ha empezado a reconocer a los jugadores profesionales de eSports como deportistas. Esto es así porque las universidades han reconocido que los universitarios son el público objetivo de los eSports, y los que consideran estos como un deporte. Es por esto que la Universidad Británica de Staffordshire ha creado el primer grado de deportes electrónicos, el cual consiste en 3 años de preparación en el ámbito competitivo. En España, algunas universidades ya están preparando cursos de másteres centrados en los eSports.

En resumen, no podemos obviar la importancia que están llegando a alcanzar los eSports, tanto es así que ya no se trata de jugar a videojuegos, sino que supone prácticas sociales que han pasado a la barrera de la educación y la cultura de los distintos países. Es un fenómeno que está cogiendo fuerza y que cada vez se integra más. Es por ello por lo que no podemos hacer como que son un simple modo de entretenimiento, ya que para muchas personas se ha convertido en un modo de vida.

3.2. La evolución de los eSports desde su aparición hasta la actualidad

La industria del videojuego fue creada y desarrollada a lo largo de la década de los 70 y de los 80. Este desarrollo se dio gracias a juegos como *Pong* o *Space Invaders*, ambos de la compañía Atari. Estos dos juegos estaban destinados a los salones y máquinas recreativas del momento y el nacimiento de las primeras consolas. Sin embargo, el interés por el competitivo por parte de los usuarios no tuvo su fuerte hasta la aparición del videojuego *Street Fighter*. Este juego hizo que se empezaran a dar los primeros torneos, siempre de forma presencial. Tal y como dice T. L. Taylor (2012, p.4), “*el espacio, la*

distancia, era una de las principales barreras para la competición que debían ser superadas". Fue en la década de los 90, con la llegada de Internet, cuando esta barrera cayó definitivamente, dando paso a los juegos online. Entre los videojuegos destacados de esta época encontramos *Doom* (1993) y *Quake* (1996), ambos del género FPS (First Person Shooter o Tirador en Primera Persona). Tanto un juego como el otro se podían jugar en Internet, pero no fue este el que traspasó las fronteras, extendiéndose a nivel mundial y ganando importancia. El juego que hizo esto fue *Warcraft* (1994), de la desarrolladora Blizzard Entertainment. Se trataba de un RTS (Real Time Strategy o Juego de Estrategia en Tiempo Real). En este videojuego, los jugadores tenían que enfrentarse en un mapa y tenían que administrar sus recursos para vencer al rival. Como vemos, no era algo novedoso si recordamos los juegos de la época, pero sí era novedoso en cuanto a la velocidad y tiempo de respuesta entre los jugadores. Según Taylor (2012), *"la importancia de estos videojuegos no solo residió en su popularidad, sino en su capacidad para crear a su alrededor importantes comunidades de jugadores"*.

Poco a poco los eSports se fueron extendiendo por todo el mundo, por lo que cada vez han sido más las personas que lo han practicado. Como esta nueva práctica de los videojuegos no era mediatizada, los enfrentamientos solían darse entre jugadores de una misma región, quienes quedaban para competir. Además, una de las cosas que más llamaba a la participación en las LAN-Parties (Local Area Network – Parties) era el ambiente, por lo que pronto se hicieron famosas. Una LAN-Party es una reunión de distintas personas con sus ordenadores para jugar, además de para socializar, utilizando la misma conexión de red. Pueden ser de distintas escalas, desde una reunión de amigos en casa de alguien como una reunión de cientos de personas en un pabellón. Debido al gran éxito de las LAN-Parties, pronto surgieron los primeros organizadores de torneos de eSports con el objetivo de reunir a los mejores jugadores de cada región para que compitieran delante de un público y en un sitio más acorde a esta práctica. Así aparecieron las primeras comunidades de fans en esta práctica.

Sin embargo, hasta 1996 no tuvo lugar el primer torneo de eSports moderno, conocido como *QuakeCon*, donde jugadores del videojuego *Quake* se reunieron durante un fin de semana para enfrentarse los unos a los otros y poner a prueba sus habilidades y destrezas. En 1997, Ángel Muñoz funda la *Cyberathlete Professional League* (CPL), liga por la cual se organizaron distintos torneos y competiciones de videojuegos como *Counter Strike* o *Quake*. La primera competición organizada por esta liga tuvo lugar en 1997 en Dallas y

en ella participaron más de 400 jugadores. Estos torneos fueron traspasando fronteras, por lo que más adelante se dieron más allá de las ciudades de Estados Unidos, llegando así a Europa.

Una de las personas más destacadas en este terreno fue Johnathan “Fatal1ty” Wendel, uno de los pioneros en demostrar que los videojuegos no eran simplemente un juego, sino que competir podía ser una forma de vida. Destacó en el videojuego *Quake*, videojuego con el que participó en más de 70 torneos. De esta forma, fue uno de los primeros jugadores que jugaron competitivamente, aun cuando no había espacios llenos de seguidores. Fue entrevistado en numerosas ocasiones por canales como MTV, canal que entre otros comenzó a retransmitir algunos de estos torneos, algo que despertó un mayor interés en los videojuegos competitivos.

En 1998 se lanzó el videojuego *Starcraft*, de la desarrolladora Blizzard, tras el éxito que había tenido *Warcraft* los años anteriores. Este videojuego acabó revolucionando el mundo competitivo respecto a la competición online. Además, fue record de ventas e ingresos. Aunque era otro RTS más, su popularidad se dio gracias a una mejor jugabilidad respecto a su antecesor, además de su temática basada en un mundo futurista y la necesidad de coordinar los recursos y mejorar la habilidad para ganar. Este videojuego traspasó fronteras y llegó a todas las partes del mundo, siendo muy bien recibido en todas ellas. De esta forma, en el año 2000, se dio la primera edición de *World Cyber Games* en Corea del Sur, que tuvo como evento principal el campeonato de *Starcraft*. Este torneo fue patrocinado por la gran conocida empresa Samsung y por el propio Gobierno, como explicaremos posteriormente. No podemos olvidar que la competición online no fue posible hasta el lanzamiento de una nueva herramienta: el servicio *Battle.net*. Antes de la aparición de esta herramienta, los jugadores que querían competir con otros tenían que inscribirse en una página web para obtener las direcciones IP de los demás jugadores y quedar con ellos. Esta herramienta, sin embargo, simplificó este proceso, pues creó un espacio virtual donde los jugadores podían enfrentarse desde cualquier lugar del mundo con tan solo estar conectado. Además, se creó una sala de chat para que los jugadores hablaran y se conocieran. Poco más tarde se creó, además de lo anterior, unas clasificaciones que permitían ver quiénes eran los mejores jugadores de cada continente.

El torneo de *Starcraft* llamó la atención de patrocinadores y empresas, lo que dio lugar a la creación de nuevas ligas profesionales, conocidas en la actualidad por el nombre de *ESL (Electronic Sports League)* y *Major League Gaming*. Además, muchos de los

videojuegos que se crearon a partir del nuevo milenio no eran más que un formato ya existente pero enfocado al ámbito competitivo. De esta forma, las competiciones fueron evolucionando y cada vez se daba un premio mayor a los ganadores, lo que hizo que cada vez más los jugadores quisieran especializarse y profesionalizarse en los videojuegos. Esto, posteriormente, ha sido incentivado gracias a plataformas de visionado de videojuegos como *YouTube* y *Twitch*.

En 2001 se creó una especie de Juegos Olímpicos de videojuegos que cambió la forma de ver los eSports hasta el momento, por lo que se empezó a ver mucho más nivel en las competiciones. Esto hizo que se crearan poco a poco los grupos profesionales dedicados a los eSports.

Durante años, las desarrolladoras adoptaron una estrategia parecida a la que utilizan las industrias musicales. Esta estrategia consiste en invertir mucho dinero en la difusión de un videojuego que acaban de lanzar, además de invertir una pequeña cantidad en la organización de un torneo con el que mostrar el aspecto competitivo, atrayendo así a toda clase de público a participar o a interesarse. Sin embargo, esto no es algo que interesa a los eSports, donde se pretende conseguir una comunidad que crezca mes a mes y que vea los cambios que se realicen, además de aprender las distintas técnicas y habilidades. Es por esta razón por la que esta estrategia se ha cambiado en los últimos años, centrándose así más en el videojuego y en cómo mejorarlo para atraer así a más jugadores y mantener los que ya tenían frente a los lanzamientos de nuevos juegos. Además, se impulsó el modelo *free to play* (gratis), sobretodo a manos de la desarrolladora *Riot Games* con el videojuego *League of Legends*. Este modelo conlleva una fidelización de los jugadores, ya que dedican su tiempo a un videojuego que está en continuo cambio. Otra estrategia que las desarrolladoras utilizaron fue la de sacar una nueva versión del juego sin modificar las reglas, como pasa con *FIFA* o *Call Of Duty* en consolas. De esta forma los jugadores no tienen que aprenderse nuevas reglas o formas de jugar.

La industria de los eSports y la de los videojuegos fueron adaptándose de esta forma y encontrando un nuevo modelo de monetización, lo que llevó a que algunas desarrolladoras empezaran a organizar sus propios torneos.

En la actualidad, son muchos los eSports que podemos encontrar, entre los que destacan *League of Legends*, *Overwatch*, *CS:GO* y *Hearthstone*, entre otros. Esto lo estudiaremos más adelante cuando, a través de las encuestas, veamos cuáles son los juegos preferidos por los encuestados.

3.3. El caso coreano

Después de la guerra de Corea, en 1960, el país quedó dividido en dos, Corea del Norte y Corea del Sur. Esta segunda quedó prácticamente en la pobreza, por lo que sus habitantes tuvieron que trabajar muy duro año tras año para volver a levantarlo. No fue un trabajo sencillo, por lo que después de un mal año sus habitantes siempre decían que el año siguiente sería mejor. Esa constancia hacía que se marcaran un reto, el de mejorar, por lo que competían cada año por ser mejores de lo que eran el año anterior. Esta competitividad es la que ha alimentado a los eSports desde su llegada a este país. En 1990, el Gobierno de Corea del Sur decidió invertir en el desarrollo de las telecomunicaciones con el objetivo de salir de la crisis económica en la que se encontraban. Esto hizo que se diera un gran avance en las nuevas tecnologías, por lo que muchas empresas aprovecharon la llegada de Internet.

Muchas pequeñas empresas del sector decidieron abrir *PC Bang* (son lo que aquí se conoce como “Centros Gaming” o “Cibercafés”), donde los jóvenes del país pudieran jugar a videojuegos y a la misma vez estar con sus amigos. La creación de estos sitios se debió en gran medida a la tardía incorporación de *PlayStation* y *Nintendo* al mercado surcoreano. Esto se debía, en gran medida, a la gran animadversión por todo lo japonés en Corea del Sur por la colonización nipona a principios del siglo XX. Esto hizo que los PC Bangs tuvieran una gran popularidad y que, en muy poco tiempo, se extendieran por todo el país. Como dice Taylor (2012), *“el crecimiento del sector de los PC Bangs se relaciona profundamente con el coste de los videojuegos en Corea del Sur”*. Esto se debe, según Hunh (2018), a que *“el sistema de las suscripciones online es bastante diferente al norteamericano y al europeo: mientras que en Occidente cada jugador individual compra su propia licencia y paga (en el caso que lo requiera) su suscripción mensual, en los PC Bangs surcoreanos esto no ocurre. En su modelo, cada cibercafé adquiere un nuevo fijo de licencias, así los usuarios no tienen que pagar las suscripciones de su bolsillo”*. Esto puede explicar que los jóvenes surcoreanos tuvieran cada vez más interés en estos lugares, ya que cuanto más tiempo se pasaba en el cibercafé, menos se tenía que pagar por cada hora. Además, Hunh añade lo siguiente (2008, p.28): *“aunque a la larga los costes finales fueron más elevados para los usuarios, este método ofrecía mayor flexibilidad de horario para ellos”*. El videojuego *Starcraft* fue quien más partido le sacó a todo esto, ya que de entre los 10 millones de copias que se vendieron en todo el mundo, unas cinco millones,

aproximadamente, solo fueron en Corea, muchas de las cuales fueron compradas por los *PC Bangs*.

Los eSports tal y como los conocemos en la actualidad comenzaron a darse en el año 2000 en Corea del Sur. En este año, los jugadores de videojuegos ya se habían ganado la denominación administrativa de “Ciberatletas” gracias a la popularidad que había adquirido el videojuego Starcraft y su expansión BroodWar. De esta forma, en este año, el Ministerio de Deporte, Cultura y Turismo de Corea del Sur se fijó en la gran importancia que estaban adquiriendo los videojuegos, sobretudo en el ámbito competitivo, por lo que decidió promover los deportes electrónicos en el país, creando así la KeSPA (Korea e-Sports Association), asociación que regula y promueve los eSports en el país. Este apoyo por parte del Gobierno hizo que empresas como Samsung o SK Telecom empezaran a apoyar a equipos y jugadores. Es por ello que podemos destacar tres factores fundamentales que determinan la importancia de Corea del Sur en los eSports. Estas son el creciente desempleo que el país tenía en ese momento, la regulación de los eSports por parte del Gobierno y la creciente importancia de la tecnología en el país

En el año 2000, se dio la primera edición de los *Cyber Games en Seúl, ya mencionado anteriormente*. En 2004, el Gobierno anunció el Plan de Promoción de la Industria del Juego a largo plazo. Según Jin (2006), “*en abril de 2006, el gobierno promulgó la conocida como Ley de Promoción, con la que pretendía proteger la industria del videojuego. Pero, en vez de censurarlo, el gobierno liberalizó el mercado del videojuego, lo que produjo el rápido crecimiento de la inversión extranjera*”. Para los surcoreanos, estas medidas eran una forma de reconocer y favorecer el desarrollo de los avances tecnológicos.

En la actualidad, los videojuegos constituyen una parte muy importante de la cultura juvenil de este país. Muchos estudiantes pasan horas jugando en los PC Bangs., donde entrenan durante días para alcanzar la victoria. Esto es así porque en Corea del Sur se ha fomentado la idea de que hay que ganar pase lo que pase porque lo único que determina si algo es popular en los eSports es su nivel en el juego.

Sin embargo, los eSports no tienen toda la importancia que deberían en el país, ya que la educación es lo más importante. Son muchas las horas que los jóvenes tienen que dedicar a estudiar y ser los mejores, debido a su cultura, por lo que apenas les queda tiempo para jugar a videojuegos. De esta forma, dedicarse profesionalmente a los eSports no es visto

como prestigioso, ya que no es algo que tenga que ver con la educación. Es por esto por lo que ya se han dado universidades coreanas que reconocen los eSports como deportes profesionales, para así poder becar a diferentes profesionales del sector. Se trata de una integración del sector en la cultura del país y esto no es más que el primer paso que se ha dado para que los eSports sean reconocidos como deporte, ya no solo en el país, sino también en el resto del mundo.

La creciente popularidad que estaban adquiriendo los videojuegos en todo el país, las principales empresas coreanas empezaron a prestarle atención tanto a los torneos como a los jugadores de estos. Durante los primeros años del nuevo milenio, empresas como *Samsung*, *Coca-Cola* o *Microsoft* se dedicaron a estos patrocinios. Como dijo Yung Jogyong, ejecutivo de Samsung (Korea Times, 2004): *“cada año pagamos más de la mitad de los costes de los World Cyber Games, pero no esperamos con ello un aumento inmediato en las ventas [...] La mayoría de los adolescentes, más de un millón de personas que participaron en este evento de más de 60 países, recordarán nuestras marcas por el resto de sus vidas”*. A finales de la década, las principales marcas surcoreanas ya habían invertido en los eSports, formando parte de la LCK (LOL Champions Korea), la liga profesional de *League of Legends* más famosa del mundo.

La escuela politécnica de Ahyeon, en Seúl, es una de las principales instituciones que han implantado los eSports en el plan de estudios. Cuando el director del centro se dio cuenta de que muchos estudiantes no asistían a clase o las dejaban porque habían pasado horas jugando a videojuegos, decidió hacerle frente al problema. Es por ello por lo que abrió una especie de PC Bang dentro de la propia escuela. Esto hizo que los estudiantes se motivaran, y con el tiempo el director comprobó que la escuela estaba convirtiéndose en un campo de entrenamiento del que estaban creando muy buenos profesionales. Es así como se ha dado comienzo a una nueva era de los eSports, ya no solo en Corea del Sur.

Como dice Taylor (p.17), *“para muchos, Corea del Sur es vista como una especie de tierra prometida para el pro gaming [...] Se cuentan historias de jóvenes que han ascendido al nivel de héroes nacionales jugando a videojuegos”*.

La LCK, ya mencionada anteriormente, es, con diferencia, la mejor liga regional de *LOL* del mundo e integra en ella a los mejores jugadores. Los jugadores de esta liga innovan en tácticas y estrategias y en composiciones de los equipos, creando incluso nuevos “meta” (formas de jugar, lo que se lleva). Tanto los jugadores coreanos como sus equipos son un referente para el resto del mundo, llegando incluso a ser envidiados fuera del

propio país. Algo así pasó con Faker, considerado el mejor jugador de Corea. Se ha demostrado en numerosos torneos y en numerosas veces que el nivel del servidor coreano está muy por encima de otros servidores de otras regiones, por lo que se ha convertido en el servidor en el que equipos de todo el mundo se preparan antes de un torneo.

Además, Corea se ha convertido en un referente para el resto de países. Tanto es así que países como Estados Unidos o Canadá han empezado a reconocer a los jugadores de eSports. Por ejemplo, el primer jugador de eSports que ha sido reconocido como atleta profesional o deportista en Estados Unidos ha sido Danny “Shiphur” Le. Además, cada vez son más las universidades estadounidenses que intentan enfocar sus títulos a los eSports, ofreciendo así becas a sus alumnos más cualificados en los eSports para que lleguen a ser profesionales. Además, también se juegan torneos de universidades que son seguidos por miles de personas a través de Twitch. En Europa esto ha tardado más en llegar, pero ya se está empezando a reconocer a los jugadores. Aunque en el sur de Europa esto no se ha acabado de asentar, en el norte de Europa ya se han aprobado asignaturas y clases de eSports en los institutos. Siguiendo el modelo de la KeSPA coreana, en Europa se ha creado la World eSports Association (WESA). En cuanto a España, la LVP (Liga de Videojuegos Profesional) ha asumido un rol parecido a la KeSPA coreana en cuanto a la organización de los torneos, aunque aún falta mucho para llegar a alcanzar al nivel coreano.

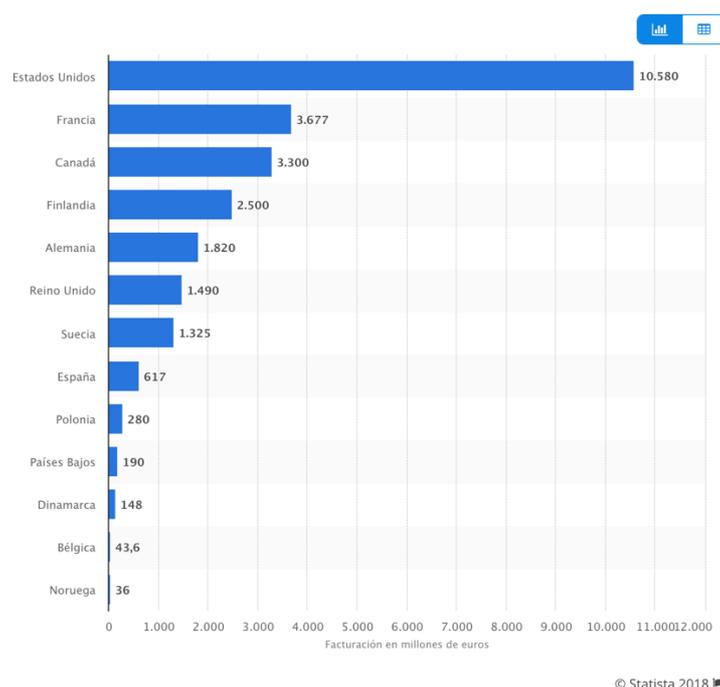
Cabe destacar que desde 2015, los equipos coreanos ya no son tan invencibles como antes. En el mundial organizado este mismo año, dos equipos europeos (Origen y Fnatic) llegaron a semifinales. Es cierto que no ganaron a los coreanos, pero lograron llegar más lejos de lo que habían llegado anteriormente. Como dice Enrique “xPeke” Cedeño: *“mientras estábamos jugando, nos dimos cuenta de que esas personas no eran dioses”* (The Score eSports, 2015). Además, el nivel de *SK Telecom T1* en las temporadas de la LCK de 2016 y su derrota en los *PlayOffs* de verano han dejado entrever que el nivel coreano no es tan elevado como era hace años, y que ya son invencibles aunque sigan siendo fuertes. Además, en el MSI (Mid-Season Invitational) de 2018, por primera vez no ha ganado un equipo coreano, ganando así Royal Never Give Up, un equipo chino.

Como vemos, Corea del Sur se ha convertido en una potencia respecto a los eSports gracias a sus innovaciones y sus inversiones en este ámbito. Aunque otros países están empezando invertir en esta industria, aún falta mucho para llegar al nivel de este país. Sin embargo, podemos ver que los eSports están ganando más peso a medida que pasa el

tiempo, llegando incluso a ser parte de la cultura de un país. No parece que esto vaya a parar el los próximos años, por lo que aún nos queda aprender mucho de esta industria y ver hacia dónde va su importancia respecto a otros deportes e intereses culturales.

3.4.Los eSports en España.

España ha progresado de forma importante en el terreno de los eSports, tanto es así que tres compañías telefónicas (Orange, Movistar y Vodafone) han apostado por esta práctica. Además, como ya hemos mencionado, existe la LVP (Liga de Videojuegos Profesional), quienes regulan y organizan torneos de forma parecida a como se hace en Corea del Sur. Esto, sumado al hecho de que haya equipos españoles como Giants Gaming o G2 en el ámbito europeo han colaborado a que España se vea como una potencia de eSports a nivel europeo. Según Newzoo, una consultora de videojuegos, España es el doceavo país del mundo en el ranking de audiencia de eSports. Como sabemos, España es el país número 14 en cuanto a PIB según el Banco Mundial, mientras que ocupa la octava posición en cuanto a facturación de videojuegos. Además, en España ya se encuentra un variado ecosistema de competición a nivel amateur y profesional, con la presencia de compañías como LVP (Liga de Videojuegos Profesional), que es la mayor liga nacional a nivel europeo, GAME Esports y compañías internacionales como ESL o Dreamhack. En el siguiente gráfico vemos cuáles son los países que más invierten en videojuegos y la posición de España respecto a estos.



El ecosistema en España respecto a los eSports ha evolucionado muchísimo desde 2010, pasando de verse unos cuantos torneos amateurs a ver verdaderas ligas profesionales de equipos que empezaron siendo formados por amigos que se reunían para jugar y pasar el rato. Además, la LVP ha aumentado su importancia respecto a años anteriores, llegando a tener más de 17 millones de espectadores acumulados en 2017, un 44% más que en 2016. En la siguiente imagen se recogen los datos que la LVP ha tenido en 2017.



Las competiciones de videojuegos en España, por tanto, se han encontrado con una aceptación más que positiva por parte de los espectadores españoles, llegando incluso a tener equipos y compañías que se han convertido en un referente mundial por sus logros e impactos, como G2 eSports, de Carlos Ocelote. Sin embargo, no podemos olvidar que sólo es el principio del desarrollo de los eSports, tanto en España como en el resto del

mundo, por lo que aún queda mucho camino por seguir para alcanzar el nivel óptimo. Se necesita flexibilidad para adaptarse a los cambios que van a ir llegando y estabilidad para no perjudicar la progresión que se esté teniendo. España aún necesita mejorar el ámbito tecnológico para que los eSports se consoliden como ha pasado en países como Corea del Sur. Sin embargo, debemos mencionar que España tiene potencial suficiente para ser un referente mundial en el ámbito de los eSports, por lo que sólo necesita sacarle provecho y dar bien los pasos hacia la optimización.

4. Principales eSports.

Aunque el mundo de los eSports es muy extenso en la actualidad, cabe destacar los más importantes, es decir, los que permiten a los jugadores vivir de ellos y obtener ganancias de las competiciones. Para ello se va a utilizar la clasificación propuesta por el libro *eSports* de Rémy “Llewellys” Chanson.

4.1.Los MOBA (Multiplayer Online Battle Arena)

Es uno de los géneros más recientes, aparecido en la última década. Este género engloba a juegos de ordenador, pues en consolas no han tenido éxito tras intentarlo en varias ocasiones.

Este género nació gracias al videojuego “*DotA*”. Guinso y IceFrog se hicieron cargo del desarrollo del videojuego en 2005, lo que le dio un gran impulso rápidamente por todo el mundo. La distribución de los jugadores en la partida es por equipos. El objetivo en este videojuego es destruir los edificios del terreno rival. Cada jugador es un personaje distinto que evoluciona gracias a la experiencia que se acumula a lo largo de la partida. Para ganar experiencia y oro, los jugadores tienen que eliminar a diversas criaturas y gracias a esto pueden comprar determinados objetos que les ayudarán a lo largo de la partida.

Aunque el DotA sigue teniendo fuerza entre los MOBA, hay otros videojuegos tan jugados como este, como por ejemplo *League of Legends (LoL)*, *Heroes of the Storm* y *Heroes of Newerth*.

- *League of Legends*

Como ya se ha mencionado en el párrafo anterior, el *League of Legends* está entre los juegos más jugados. Pero cabe destacar que es el MOBA más jugado de todos. Se trata de un juego gratuito basado en el DotA.

Su jugabilidad es gratuita, pero se pueden comprar distintos aspectos para personalizar a los personajes gracias a la moneda del juego (Riot Points o RPs). Los RPs se consiguen comprando con dinero real una determinada cantidad.

En su inicio contaba con 40 personajes distintos con los que poder jugar y en la actualidad, siendo su octava temporada, hay un total de 141, el último de ellos sacado en mayo de 2018.

Además, es el deporte electrónico más promocionado, alcanzando niveles que no se había visto nunca antes en otros videojuegos.

Este videojuego tiene distintos mapas, pero el más importante se llama *Grieta del Invocador*. En este modo, son dos los equipos que juegan, con 5 jugadores en cada uno, sobre un mapa de tres calles principales, por la que pasan los súbditos y la jungla. La distribución de los jugadores de cada equipo más utilizada es la siguiente: un jugador en la calle superior (el *Toplaner*), uno en la calle central (el *Midlaner*), dos jugadores en la calle inferior (*Support* y *ADC* – *Attack Damage Carry*) y en la jungla se encuentra el *Jungler*. Mientras los jugadores de las calles se dedican a asesinar súbditos para conseguir oro y experiencia y a luchar contra los rivales para ganar la calle, el *Jungler* se dedica a asesinar a los campamentos de la jungla para ganar experiencia y oro y visitar a sus compañeros en las calles para matar al rival.

El *Toplaner* suele estar lejos de sus compañeros, por lo que suele jugar solo y enfrentarse a su contrincante sin ayuda, aunque a veces la recibe de la mano del *Jungler* o de algún compañero de calle, como el *Midlaner*. Normalmente, el *Toplaner* escoge a un personaje o campeón que aguante los daños del adversario y así hacer de *Frontlane* (personaje que está en primera posición) en las peleas de equipo.

En la calle inferior, como ya hemos dicho, se encuentran el *Support* y el *ADC*. El *Support* es un rol útil, pues su tarea es la de proteger al *ADC*, el principal atacante del equipo. El *Support* le deja todo el oro posible al *ADC* para que este se equipe en el menor tiempo posible y así ser más fuerte que el rival. Además, puede molestar al *ADC* rival mediante una serie de ataques que realiza poco a poco.

Respecto al *ADC*, su objetivo es matar a todos los súbditos posibles del equipo contrario para fortalecerse cuanto antes. Debe conseguir los objetos en el menor tiempo posible para obtener ventaja respecto al *ADC* rival. Como es el jugador que por lo general realiza más daño al equipo rival, se convierte directamente en el blanco de los rivales, por lo que hay que protegerle por encima de los demás miembros del equipo.

En cuanto al *Midlaner*, normalmente es personaje AP, es decir, utiliza poder de habilidad para atacar, a diferencia del *ADC* que utiliza Daño de Ataque (AD). Normalmente es un mago, que puede lanzar hechizos. Además, puede ser atacado por todos lados, ya que al estar su calle en la posición central, no tiene una pared que lo respalde.

El rol del *Jungler*, como ya hemos dicho, va eliminando los campamentos para coger experiencia y oro y puede ayudar a sus compañeros en las calles. Además, puede intentar robar los campamentos enemigos para así limitarlo en experiencia y sacar ventaja sobre este.

Como se ve, es un videojuego en el que cada jugador tiene un rol que es elegido en la fase de selección de campeones. Este videojuego es muy fácil de entender, por lo que es un punto a favor de que muchas personas se atrevan a probarlo. Mientras que en el DotA se pueden eliminar los súbditos o torres cuando tienen poca vida para que el adversario no los consiga, en el LOL lo que cuenta es darle el golpe final para que se sume oro al equipo en global. Sin embargo, se puede atribuir en gran medida la importancia de este videojuego entre la comunidad gamer al retraso en el lanzamiento del *DotA 2*, ya que esto hizo que Riot Games, desarrolladora del *League of Legends*, aprovechara este vacío para dar impulso. Medio año después, este videojuego ya contaba con más de un millón de descargas y se jugó el primer torneo de final de la primera temporada, la cual se jugó entre europeos y americanos, donde el equipo ganador se llevó 50.000 dólares.

Viendo el éxito que había tenido el videojuego y el torneo, Riot Games decidió invertir con una mayor cantidad de dinero en la segunda temporada del videojuego y subió la cantidad de dinero que se llevaría el ganador del torneo de final de temporada comparada con la cantidad del torneo anterior. Además, este final de segunda temporada contó con la novedad de que se permitían equipos de todas las partes del mundo, ya no solo americanos o europeos. La importancia que fue adquiriendo el *League of Legends* lo llevó a ser el impulsor de los eSports, siendo el videojuego más jugado del mundo y también el más seguido por los espectadores.

Como Riot Games solo se centró en el *LoL*, tenía que fidelizar a la comunidad para que no abandonaran. Por ello decidió sacar nuevos parches cada mes, que ofrecían novedades en los campeones, nuevos campeones e incluso cambios en los objetos, cambiando el “meta” en cada parche. Además, gracias a la inversión de la comunidad en comprar Riot Points para personalizar a los campeones, Riot Games puede hacerle frente a los campeonatos mejor que en el pasado. Aunque el videojuego va por temporadas, los cambios en el mapa no son significativos, ya que aunque cambien ciertos aspectos, la esencia se mantiene, por lo que si un jugador deja de jugar durante meses, puede volver en cualquier momento y no tendría por qué perderse. Esto quiere decir que el juego evoluciona gracias a los jugadores y el tiempo, sin tener por qué cambiar el juego en sí.

Otro punto fuerte de este juego es que cuenta con una clasificación interna, en la que los jugadores pueden subir o bajar debido a sus partidas en la cola clasificatoria solitaria o ranked solo/dúo. Esta clasificación interna tiene distintos niveles, y dentro de ellos otros subniveles. Estos niveles se ordenan de menor a mayor como bronce, plata, oro, platino, diamante, maestro y aspirante (challenger). Los subniveles van de subnivel V a subnivel I, y al llegar al subnivel I se puede pasar al siguiente nivel ganando. Sin embargo, en maestro y aspirante es distinto, ya que en maestro se tiene que conseguir una cierta cantidad de puntos para pasar a aspirante y en aspirante se debe conseguir puntos para estar lo más arriba posible, ya que no hay un nivel superior.

Como ya hemos visto, el *League of Legends* es un juego que ha ido adquiriendo protagonismo hasta niveles extraordinarios y que parece crecer cada vez más. Sin embargo, Riot Games ha anunciado que están preparando un juego nuevo, algo que aún no se sabe cómo va a afectar al *LoL*.

- ***Dota 2***

Se lanzó en 2013 tras estar desde 2011 en beta porque se quería un videojuego que triunfara tanto en los gráficos como en la técnica. Es por ello por lo que este videojuego cuenta con un muy elaborado diseño orientado a un público adulto.

Aunque mantiene los personajes y la experiencia de juego de su anterior versión, también cuenta con nuevas funcionalidades, como por ejemplo es el modo espectador. Además, se pueden diseñar skins dedicadas al evento y que se tienen que comprar para poder usarse, siendo así una fuente de ingresos adicional, como pasa con el *LoL*.

Sin embargo, no fue hasta 2016 con la inclusión de un nuevo personaje, el “Monkey King” cuando se vio que la desarrolladora quería seguir perfeccionando el juego con el tiempo.

DotA 2 es el primer videojuego de la plataforma *Steam* y aunque no tiene la importancia del *LoL*, sí parece que puede evolucionar en cuanto a importancia a lo largo de los años.

- ***Heroes of the Storm***

Se lanzó en 2014 tras el *DotA 2* y el *LoL*. Además de tardar en salir al mercado, también le costó hacerse hueco y atraer a jugadores, ya que competía contra los dos gigantes mencionados anteriormente. Es por esto por lo que la desarrolladora tuvo que buscar distintos puntos fuertes y diferenciar este videojuego de los demás de forma significativa.

Es un juego principalmente colectivo, por lo que, si un jugador consigue experiencia, con ello hará que se beneficie el resto del equipo, por lo que no es beneficio individual. Por tanto, no se tiene a un jugador que pueda darle la vuelta a la partida, aunque el nivel global del equipo sea inferior, pues se depende del nivel del equipo en global para ganar.

Además, el videojuego cuenta con una gran diversidad de mapas que no tienen ni el mismo modo de juego ni los mismos objetivos. Por ejemplo, hay mapas donde el objetivo es controlar el territorio, mapas donde se tiene que recoger cierto objeto, etc. Además, según el mapa y el modo de juego, algunos personajes son mejores que otros, e incluso el mismo personaje cambia de un modo a otro.

Otro punto fuerte de este videojuego es que se pueden elegir personajes incluso de otros videojuegos de Blizzard.

Y aunque son muchos los puntos fuertes de este videojuego, se nota la carencia de un *Lore*, es decir, una coherencia en el universo en el que se desarrolla. Sin embargo, esto parece no ser un problema ya que los fans de Blizzard han acogido al juego con gran entusiasmo y la desarrolladora está invirtiendo en *HotS* para lanzar su primera liga.

4.2.Los RTS (real-time strategy)

Se trata de juegos de estrategia en tiempo real, tal y como su nombre indica. Se les considera deporte electrónico o eSport gracias al videojuego *StarCraft*, el cual impulsó a los jugadores a ser profesionales. Se trata de juegos del ordenador que se pueden jugar en modo solitario o con un equipo.

El videojuego *StarCraft* Fue el primer juego de estrategia de los eSports gracias a Blizzard, desarrolladora que cogió un gran protagonismo en el mundo de los juegos de estrategias gracias al lanzamiento de *Warcraft II* y de *StarCraft*.

Estos juegos revolucionaron la forma de ver los juegos de estrategia en tiempo real gracias a la plataforma Battle.net. Battle.net se trata de una plataforma de internet que permite a los jugadores enfrentarse y hablar en el mismo momento en el que están jugando.

StarCraft se convirtió en el videojuego más vendido de 1998, destacando su venta sobre todo en Corea del Sur.

Respecto al universo del videojuego, se puede destacar que es futurista, y en él conviven tres razas: los Zerg, los Protoss y los Terran. Se trata de enfrentarse entre ellos y construir unidades, edificios o avances tecnológicos. Dependiendo de la raza que elija el jugador, se tiene acceso a un panel de unidades distinto. Los jugadores pueden elegir tener más o menos unidades, modificando así su estrategia. Toda estrategia tiene sus pros y sus contras, pero depende de la habilidad del jugador el vencer o perder.

Además, se destaca que los jugadores no cuentan con la visión al 100%, ya que se da la “niebe de guerra”, o también conocida como *fog of war*. El no tener toda la visión significa que solo pueden ver lo que ellos o sus unidades hacen o ven, por lo que tienen que investigar al enemigo para conocer su estrategia más de cerca y así poder defenderse de la mejor forma posible si son atacados. En el momento que son atacados, el jugador debe saber posicionar a las unidades mediante las APM (acciones por minuto o cantidad de clics que el jugador da en un minuto).

Sin embargo, mientras el jugador se enfrenta a otro jugador, no puede descuidar la producción, por lo que tiene que ser capaz de llevar las dos cosas a la vez. Además, también hay una gestión económica con la que el jugador también debe interactuar.

Además, el jugador debe aprender a gestionar las habilidades macro y micro. Esto significa que el jugador debe decidir estrategias para usar sus recursos y, a su vez, decidir qué destrezas va a darle a las unidades durante el combate.

Como ya vemos, este videojuego tuvo gran fuerza en el mundo de los eSports desde el principio, lo que llevó a Blizzard a sacar el videojuego *Warcraft III*, el cual triunfó en todo el mundo excepto en Corea del Sur, donde los jugadores seguían siendo fieles al videojuego *StarCraft*.

Sin embargo, en occidente los videojuegos de estrategia en tiempo real no tienen la misma importancia que en oriente, ya que su recepción duró unos cuatro o cinco años, coincidiendo siempre el final de un videojuego con el lanzamiento de otro.

Es cierto que actualmente se siguen organizando muchos campeonatos del videojuego *Starcraft* por todo el planeta, pero no tiene la fuerza de antes, ya que no se ha renovado el contenido. Además, es un videojuego que exige muchas horas de juego y mucha concentración, por lo que ha cansado a los jugadores casuales, quienes prefieren jugar a otros videojuegos que no les exija tanto. Aún así, el apoyo de Blizzard hacia este videojuego sigue siendo muy importante, por lo que no se sabe si nos pueden sorprender con algo nuevo.

Además, desde hace unos años se observa un crecimiento del *hype* respecto a estos videojuegos gracias a videojuegos como *Heartstone*, *World of Warcraft* o la película *Warcraft*. Todo esto nos lleva a pensar que el próximo videojuego del universo *Starcraft* va a ser recibido con mucho entusiasmo.

4.3. Los FPS (First Person Shooter)

Se trata de videojuegos de disparos en primera persona en los que el jugador ve el combate como si fuera el personaje que está utilizando. Se pueden jugar tanto en el ordenador como en consolas.

- *Quake*

Fue el primer FPS que abrió el horizonte hacia los eSports. Se creó en 1996 y con los años sacaron las siguientes versiones. Es un juego individual, por lo que destaca la habilidad del jugador para disparar y ser más rápido que los rivales. Es por esto por lo que se considera un juego difícil, ya que los jugadores son eliminados rápidamente por jugadores mejores, quitándoles la posibilidad de ganar.

Aunque se le consideró como el impulsor de los eSports, no llegó nunca a ser considerado como tal, ya que aún le faltaba dar los últimos pasos para ser reconocido como eSport. Aún así, es un videojuego que se ha jugado en convenciones como la *QuakeCon*, y que en la actualidad aún sigue ofreciendo campeonatos.

Además, fue un videojuego muy aclamado por los espectadores, ya que se recogían videomontajes de las mejores acciones en el juego, algo que despertó la curiosidad de muchos jugadores.

- *Counter-Strike*

Se le conoce también como *CS*. Es un modo del videojuego *Half-Life*, ambos creados por la desarrolladora Valve. Se lanzó en 1999 y solamente se puede jugar en el ordenador.

Se trata de un videojuego que simula un enfrentamiento entre dos equipos de cinco jugadores cada uno, en el que uno está formado por terroristas que tienen que poner una bomba en una de las dos ubicaciones señaladas en el mapa y, el otro, es un grupo formado por antiterroristas que tienen que parar a los primeros, ya sea asesinándolos o desactivando la bomba antes de que estalle.

Sin embargo, estos roles no son fijos, ya que el videojuego está configurado para que cada partida tenga dos asaltos, de modo que los terroristas de un asalto son los antiterroristas del asalto siguiente y viceversa. Además, cada asalto está dividido en dos rondas en las que los jugadores reciben dinero propio del juego para equiparse. Este dinero varía según lo que hayan conseguido en el asalto.

Durante una década, este videojuego se impuso como el FPS de referencia y más importante en los cibercafés y en las *LAN Parties*. Es por esto por lo que la desarrolladora actualizó el videojuego, creando una nueva versión en la que había que pagar para jugar, la conocida como *CS: Source*. Se trataba de una versión más actualizada gráfica y técnicamente. Esto dio lugar a una división de los jugadores, ya que algunos preferían la nueva versión y otros eran partidarios de la anterior. Este problema se arregló gracias al lanzamiento de una versión intermedia entre ambas versiones, conocida como *CS: Global Offensive*. Esta versión intermedia contaba con las últimas actualizaciones de la versión *Source* y un sistema de monetización de objetos como armas, aspectos...

Hoy en día, *Counter-Strike* es el tercer videojuego más jugado, por detrás de *League of Legends* y el aclamado *Fortnite*. Aunque no tiene la fuerza de estos dos videojuegos, sí que genera ingresos gracias a la compra de aspectos y armas por parte de los jugadores. Estos ingresos van dirigidos a los jugadores profesionales de los torneos para así poder seguir haciéndolos.

- *Call of Duty*

Se trata de una serie de videojuegos lanzada en 2003 con el respaldo de las grandes desarrolladoras de Hollywood, lo que le aseguró un gran éxito a nivel mundial. Se trata de dos equipos de 4 soldados cada uno que tienen que enfrentarse. Es un videojuego que salió tanto para PC como para consola, pero es la segunda la que ha tenido más éxito.

En un primer momento, este videojuego estaba inspirado en la Segunda Guerra Mundial, pero con las nuevas versiones se ha ido cambiando el ambiente hacia un universo más futurista donde se cuenta con alta tecnología. Sin embargo, la última versión de este universo de videojuegos ha vuelto a sus orígenes, por lo que se ha ambientado en la Segunda Guerra Mundial de nuevo.

Además, este videojuego se ha desarrollado sobretodo en Estados Unidos, Reino Unido y Francia gracias al apoyo de algunos youtubers que, mediante *gameplays*, han dado a conocer el videojuego y han atraído a una gran comunidad de jugadores.

Aunque no tiene la importancia del deporte electrónico *CS*, sí que se puede destacar que es el primer videojuego de consola que se ha desarrollado como deporte electrónico.

Respecto al juego, se puede destacar varias modalidades de juegos competitivos que son diferentes en cada versión. Esto hace que *Call of Duty* sea un videojuego con variedad, ya que cada actualización ofrece algo diferente. Cada año, el jugador puede comprar modos nuevos, por lo que puede probar nuevas tácticas y estrategias y así aprender a adaptarse a todos los estilos de juego posible en vez de especializarse en varios.

- *Overwatch*

Es el primer FPS desarrollado por Blizzard Entertainment. Se trata de un juego multiplataforma que rápidamente ha adquirido gran protagonismo, convirtiéndose en uno de los más populares. Se lanzó para PC, Ps4 y Xbox One. Se creó únicamente con el modo multijugador en la que 2 equipos, cada uno de 6 jugadores, deben competir con el fin de cumplir un objetivo e impedir que el equipo enemigo cumpla el suyo. En cada partida, los jugadores de cada bando pueden elegir entre unos personajes. Estos personajes están divididos en 4 roles (ataque, defensa, tanque y apoyo), por lo que cada personaje tiene una función y unas habilidades concretas. Además, cada personaje es distinto a los demás, teniendo unas habilidades propias y una forma de jugarse cada uno de ellos. Además, todos los personajes no sirven para todas las partidas, pues son más útiles o menos dependiendo del objetivo de cada partida. Es por esto por lo que los

equipos tienen que escoger bien qué personajes utilizar, pues de esa elección va a depender en gran medida el resultado de la partida. Aún así, no es una obligación, por lo que se puede innovar y probar suerte. Overwatch ha crecido mucho desde su lanzamiento, teniendo ya un acontecimiento importante, la Overwatch World Cup.

4.4. Los juegos de deporte

Son principalmente juegos para consola, entre los que destacan los de fútbol como *FIFA* y *PES*. Además, están muy presentes en los eSports de Francia, donde destacan equipos como el Paris Saint-Germain.

Este videojuego, en un primer momento, no formaba parte de los eSports, ya que siempre había sido considerado como un juego de consola. Además, no fue diseñado para jugarse profesionalmente, por lo que se alejaba más aún de lo que se conoce como deporte electrónico. Otro de los motivos por los que no se le consideraba eSports se debe a que su desarrolladora, Electronic Arts, no invertía recursos suficientes para hacer frente a eventos como la LCS o The International.

Sin embargo, gracias a una nueva actualización en el *FIFA* conocida como *FUT* o *FIFA Ultimate Team*, fue reconocido como eSports. Esta actualización contenía la aparición del modo competitivo, lo que atrajo a una gran cantidad de jugadores. Además, esta actualización también ofrece la posibilidad de crear un equipo personalizado, a diferencia de las versiones anteriores donde los equipos no podían cambiarse, es decir, sólo podían cambiar la plantilla dentro del mismo equipo.

Como ya vemos, es un videojuego dirigido a los aficionados al fútbol, ya que apela al lado afectivo de los jugadores con los equipos de la realidad y con sus jugadores. Además, gracias a la mejora de los gráficos se pueden ver a los jugadores de los equipos con expresiones tan reales como las que hacen en la realidad.

4.5. Los CCG (Collectible card games)

En castellano se conocen como “juegos de carta coleccionables”. Se trata de un tipo de juegos que existe desde hace varias décadas gracias a las *Magic: The Gathering*. Este juego asentó las bases de lo que hoy son los CCG con funciones como el coleccionar cartas y competir con otros jugadores.

Además, cada varios meses se sacaba una actualización de las *Magic*, por lo que el juego iba evolucionando. Esto hizo que los jugadores no se cansaran y quisieran probar las novedades. Además, fue una manera de monetizar el juego por parte de la desarrolladora. Aunque las *Magic* han asentado las bases de los CCG, nunca se han adaptado al ordenador.

- ***Hearthstone***

Es considerado como el primer CCG de los deportes electrónicos. Su lanzamiento tuvo lugar en 2014 por la desarrolladora Blizzard. Fue muy acogido siempre por la comunidad desde su lanzamiento y ha contado siempre con un fuerte potencial en el terreno de la competición.

Este buen recibimiento no fue más que una oportunidad para la desarrolladora para impulsar el juego y crear campeonatos. Esto hizo que se abriera paso rápidamente hacia los eSports.

Este juego usa a los personajes de *Warcraft*, ya que al ser la misma desarrolladora se lo pueden permitir. Además, utiliza los mecanismos propios de las *Magic*, ya explicados anteriormente. Por ello, los jugadores pueden comprar nuevas cartas en cada nueva actualización, obteniendo así ingresos por parte de la desarrolladora.

Además, también sacaron este juego para móviles y tablets, por lo que atrajo aún a más personas y se hizo más famoso. Esto hizo que se empezaran a dar campeonatos de Heartstone directamente desde dispositivo móvil.

- ***Clash Royale***

Se trata de otros juegos de carta desarrollado por Supercell. Aunque no tiene el potencial de Blizzard con Hearthstone, sí que ha conseguido hacerse hueco entre los eSports.

Este juego cuenta con una peculiaridad que no se ve en Hearthstone, y es que las cartas son jugadas en tiempo real, es decir, no van por turnos. Esto puede ser muy útil porque se puede invocar a una criatura que puede luchar contra todo lo que se encuentre.

Las partidas de Clash Royale suelen ser cortas y dinámicas, además de tener animación permanente en el tablero de juego.

Aunque es un juego de mucho éxito, el jugador tiene que gastar dinero comprando cartas de alto nivel si quiere ganar al competir, por lo que podría decirse que es un juego “pay

to win”. Ante esto, la desarrolladora ha prohibido jugar con cartas de tan alto nivel en los competitivos, porque quiere evitar este sistema, ya que no todos los jugadores juegan con la misma ventaja.

4.6.Los juegos de lucha

Suelen jugarse en consola e individualmente gracias a un mando o un *stick*. Están inspirados en los salones recreativos. Aunque se trata de competitivos, hay pocas personas especializadas en este videojuego.

En la actualidad, los juegos de lucha tienen una buena acogida entre los jugadores. Sin embargo, se centra mucho más en la competición entre jugadores semiprofesionales que en competiciones profesionales, por lo que no invierten muchos recursos en esto. Es por esta razón por la que se ven tan pocos torneos de esta modalidad y son pocos los jugadores profesionales que se dedican a estos videojuegos, ya que sus ingresos son limitados.

No se sabe a ciencia cierta si esto cambiará en un futuro, pero sí se está dejando a entrever que puede adquirir más importancia que actualmente, gracias a desarrolladoras como Nintendo o Capcom.

- *Street Fighter*

Es el precursor de los eSports respecto a los juegos de lucha. Tuvo mucho éxito en Japón y en Estados Unidos desde su lanzamiento. Apareció hace varias décadas, pero ha evolucionado con las actualizaciones en las que se añaden, por ejemplo, nuevos personajes.

Se trata de un videojuego en 2D desde sus inicios en el que el jugador tiene que dominar los distintos personajes para poder escoger el mejor rival a la hora de competir contra otro jugador. Además, es un juego fácil de comprender, por lo que los nuevos jugadores no tienen problemas para adaptarse.

Este videojuego ha tenido un crecimiento del éxito a lo largo de los años, algo que ha aprovechado la desarrolladora Capcom creando un circuito llamado Capcom Pro Tour. Sin embargo, las ventas de este circuito no han tenido tanto éxito, lo que ha llevado a la desarrolladora a plantearse qué va a pasar con este videojuego. Aun en la actualidad no se sabe cuál va a ser su futuro.

- ***Mortal Kombat***

Se trata de una serie que se lanzó por primera vez hace varias décadas y que aún en la actualidad sigue sacando nuevas entregas. Es un juego muy violento, algo que gusta mucho a los jugadores. Sin embargo, esta característica no atrae a los patrocinadores, lo que puede hacer que su futuro en los eSports se termine pronto, ya que la desarrolladora no puede soportar la financiación de los campeonatos por sí sola.

- ***Tekken y Soul Calibur***

Son dos juegos de la desarrolladora Namco, quien lanza nuevas versiones de vez en cuando para que los jugadores no se cansen y puedan seguir en la serie. Sin embargo, el tiempo entre una versión y otra es demasiado grande, por lo que la comunidad no suele crecer, ya que no hay un público fiel que espere ese tiempo.

- ***Super Smash Bros***

Es el único deporte electrónico de la desarrolladora Nintendo. Al ser una novedad entre los fanes de esta desarrolladora, el videojuego ha tenido una gran acogida, haciendo que llegue a campeonatos como el EVO (Evolution Championship Series). Sin embargo, Nintendo no ha dedicado muchos recursos en los torneos de este videojuego, lo que hace difícil su posición en los eSports.

4.7. Los MMORPG (massively multiplayer online role-playing games)

En castellano se conocen como juegos de rol en mundos persistentes. Se tratan de videojuegos multijugador que se juegan en PC. Cada jugador controla a un personaje con unas habilidades y características concretas, con el que tienen que cumplir una misión y vivir distintas aventuras.

- ***World of Warcraft***

Es la referencia de este tipo de juegos en occidente. Se basa en el mundo de Warcraft de la desarrolladora Blizzard. Se le considera eSports porque puede jugarse en competitivo mediante dos modalidades: PvE (player vs environment), donde el enfrentamiento entre jugadores es indirecto, y PvP (player vs player), en la que los jugadores se enfrentan sí o sí en espacios asignados o en mundos abiertos. Blizzard ha creado un sistema de clasificación donde los mejores equipos se clasifican para jugar en la Blizzcon.

La primera vez que se entra al juego, el jugador debe crearse un personaje que será el avatar del propio jugador dentro del juego. Se debe elegir una raza (que determina el aspecto del personaje en sí) y una clase (para determinar sus facultades). Se juega con ratón y teclado únicamente. Además, el juego contiene una serie de misiones que hay que completar para obtener las distintas recompensas.

5. Un recorrido por *League of Legends*

League of Legends o *LOL* fue lanzado en 2009 por la desarrolladora *Riot Games*. Como ya hemos dicho anteriormente, es un juego de tipo MOBA. Se trata de un juego en el que hay dos equipos de cinco jugadores cada uno, en el que cada jugador tiene un rol distinto. Como ya hemos dicho, se enfrentan en 3 calles distintas, además de la jungla, y usan un campeón elegido en la fase de selección de campeones. Cada campeón tiene 4 habilidades, además de unos hechizos de invocador que elegimos antes de entrar en la partida. El objetivo final es destruir el nexo o la base enemiga antes de que el rival destruya la nuestra. En la actualidad, *LOL* cuenta con más de 75 millones de jugadores de todo el mundo, distribuidos en distintos servidores dependiendo de cada región.

Una de las características principales de este juego, y que ha atraído a tantos jugadores, es que es *free-to-play*, es decir, que se puede jugar gratuitamente, algo que lo diferencia en gran medida del resto de los eSports. Además, no requiere un gran ordenador para ser jugado, sino que basta con tener una buena conexión a Internet.

Respecto a la desarrolladora, podemos destacar que *Riot Games* se creó en 2006 gracias a Brandon Beck y Marc Merrill en Los Ángeles, aunque actualmente su sede se encuentra en Santa Mónica. Gracias al apoyo económico de *Benchmark Capital* y *Firstmark Capital*, la desarrolladora pudo crear este videojuego en 2008, aunque no se lanzó hasta 2009. Actualmente *LOL* es su único videojuego, aunque ya se ha anunciado que están trabajando en otro nuevo. A lo largo de estos 9 años, *Riot Games* ha ganado numerosos premios de videojuegos gracias al *League of Legends*. Además, *Riot Games* ha destacado durante años por el cariño y el cuidado que ha tenido hacia su videojuego. Es por este cuidado por el que fue la primera desarrolladora en organizar las principales competiciones que conocemos en la actualidad.

League of Legends tiene un sistema de partidas clasificatorias, en las que se evalúa el nivel de los jugadores. El orden de las ligas, de menor a mayor, es el siguiente: Bronce,

Plata, Oro, Platino, Diamante, Maestro y Challenger. Todas ellas, excepto Maestro y Challenger, tienen una subclasificación que va del rango V al rango I, siendo el mayor el rango I. Este sistema de clasificatoria ha sido imitado por el resto de los eSports, ya que es un sistema que nos permite aspirar a ser profesionales de los distintos videojuegos. La competitividad que ofrece estas clasificaciones es lo que engancha a los jugadores, ya que todos queremos mejorar y ser reconocidos por ello. Es por ello por lo que cada vez hay más jugadores que se dedican a jugar clasificatorias en lugar de jugar partidas normales.

Tal y como dice David Seagal (2014): “*los creadores no tenían planeada una competición profesional como uno de los objetivos principales, aunque reconocieron desde el principio que habían diseñado un juego tan divertido de ver como cualquier otro deporte*”. En 2011 se llevó a cabo el festival *Dreamhack*, donde se realizó el primer torneo internacional de *LOL*, torneo que fue visto a través de la red por cientos de miles de personas. Esto animó a que se organizaran ligas regionales en todo el mundo. Además, existen competiciones que permiten acceder a estas ligas, competiciones que son como ligas secundarias y siguen un sistema parecido al que tiene el fútbol, ya que los mejores de la liga ascienden a una liga mejor, y los peores descienden. Es por ello por lo que la desarrolladora organiza dos campeonatos en cada región, uno en primavera y otro en verano, los cuales dan acceso a un campeonato mundial, campeonato en el que se enfrentan los mejores equipos de cada región.

En cuanto a su impacto en la sociedad, *League of Legends* se ha convertido en un videojuego que mueve a una gran masa a nivel mundial. Sin embargo, sigue siendo un videojuego que no está aceptado por todas las generaciones. Como señala Byung-hun (Mozur, 2014), “*entre las generaciones mayores existe aún mucha ignorancia sobre los videojuegos*”. Esto quiere decir que las generaciones mayores ven los videojuegos como una distracción de los jóvenes respecto a los estudios, ya que hay muchos jóvenes que abandonan sus estudios o bajan sus notas por pasar tantas horas jugando a este videojuego. Aunque en el resto del mundo aún no están tan asentados, en Corea este videojuego ha tenido un gran impacto en la sociedad juvenil. En este país es normal quedar con amigos para jugar a este videojuego o para ver la LCK en pareja, tan normal como ir al cine o salir a pasear. Por ello no es de extrañar que se consigan llenar estadios para ver estas competiciones.

No podemos olvidar el papel que tienen las mujeres en este videojuego. En términos generales y según distintas encuestas realizadas por *Riot Games*, las mujeres que juegan

a este videojuego no sobrepasan el 10% del total de jugadores. Sin embargo, en Corea existen equipos femeninos que ganan a muchos equipos del resto del mundo, aunque no son reconocidos como los equipos masculinos. Aunque es algo que ya se está generalizando en el resto del mundo, aún no son reconocidas, por lo que reclaman poder competir al mismo nivel que los equipos masculinos, además de que se permitan equipos mixtos en las principales competiciones. Aunque cada vez el número de chicas *pro gaming* es más numeroso, aún es un número bastante reducido. Esto puede deberse, en gran medida, a que desde el principio se han utilizado los jugadores masculinos como producto para atraer a la audiencia femenina. Aunque es cierto que el número de jugadoras es reducido, no pasa lo mismo con el fenómeno *Cosplay* (crear un disfraz imitando a un personaje de videojuego, anime, película, etc.), ya que el 90% de las personas que visten un *cosplay* son chicas. Este fenómeno se ha acabado llevando a los eventos de videojuegos, sobretudo a los eventos y torneos de *League of Legends*, donde las chicas han sido las grandes protagonistas gracias a la fidelización de sus disfraces, con los que se convierten en personajes del propio videojuego. Esto ha provocado que *Riot Games* realice concursos de *cosplay*, otorgando premios de miles de dólares a los ganadores.

Respecto a las mujeres, cabe destacar el papel de las periodistas de los eSports. En Europa destaca Eefje “Sjokz” Depoortere, una chica belga que comenzó a trabajar para los videojuegos en las competiciones de *Unreal Tournament* como reportera. Actualmente trabaja para *Riot Games* en la EULCS (Liga Europea). Sin embargo, su esfuerzo no está totalmente reconocido debido a la iconización sexual que tienen las mujeres en todos los sectores a lo largo del mundo y que también se da en el *League of Legends*. En España, destaca sobretudo Cristina López, más conocida como “Cristinini”.

Otro tema que no podemos olvidar es el tema de la adicción, ya mencionado anteriormente. La adicción que crea *League of Legends*, al igual que otros eSports y videojuegos es algo significativo en la sociedad actual y, sobretudo, en la sociedad coreana. Los jugadores de *League of Legends* suelen exigirse mucho para avanzar de liga y llegar a ser reconocidos, por lo que hace que muchos jugadores, entre los que destacan jugadores profesionales, pasen hasta 18h diarias frente al ordenador. No necesariamente tienen que estar jugando, sino que también pasan el tiempo entrando, analizando jugadas u observando partidas de otros jugadores. En Corea, por ejemplo, los jugadores no suelen admitir esta adicción, ya

que su cultura no les permite reconocer sus problemas, pues es símbolo de debilidad y deshonra.

Los fans de estos jugadores suelen tenerlos de ejemplo, por lo que pasan horas y horas jugando porque creen que así mejorarán más rápidamente y podrán llegar a estar a la altura de estos jugadores competitivamente, por lo que a veces se olvidan incluso de comer o dormir. Tanto en Corea como en el resto del mundo ya se han dado caso de jóvenes que han muerto después de pasar días enteros jugando sin descansar. Esto ha llevado a que algunos gobiernos, entre el que se incluye el de Corea del Sur, tomen medidas, por lo que han desarrollado centros y tratamientos especializados para esta adicción, además de sacar una ley que regula el número de horas que los menores de edad pueden pasar jugando a un videojuego en un *PC Bang*.

Como vemos, el *League of Legends* se ha convertido en un fenómeno a nivel mundial, teniendo su principal público en Corea del Sur. Es un videojuego que, a pesar de tener cada vez más competidores, se ha mantenido siempre el primero en las encuestas y que cada vez más está moviendo a una mayor cantidad de público y jugadores. Quizás el futuro de este videojuego sea incierto dado la creciente popularidad que está teniendo el recién salido *Fortnite*, pero lo que está claro es que la desarrolladora *Riot Games* no va a darse por vencida, y confiamos en que innoven y atraigan de nuevo a los jugadores que se ha desplazado hacia otros videojuegos.

6. Principales figuras españolas en los eSports

- Ibai Llanos:

Es el comentarista más representativo de los eSports en España. Pertenece a la LVP (Liga de Videojuegos Profesional), donde lleva varios años “casteando” o retransmitiendo partidos profesionales de *LoL*. Empezó en YouTube subiendo videos de jugadas del *CoD* con su compañero Ander, hasta que se cansaron y comenzaron a comentar las partidas de un amigo que jugaba en Bronce V en el *LoL* (la división más baja). Esto hizo que después pudiera comentar el torneo amateur de DreamHack, y más tarde empezar en a LVP.

Hoy en día, Ibai está dando pasos más allá de los eSports, llegando incluso a comentar el derbi Real Madrid vs Atlético de Madrid que ha tenido lugar este mismo año, 2018.

Es inevitable el afirmar que este comentarista es el más querido por los espectadores españoles, e incluso de otros países. Además, a pesar de que ha sido difícil porque no todo su entorno lo apoyaba en este proyecto, piensa seguir en la LVP algunos años más, o eso es lo que ha dejado entrever en una entrevista que hicieron para Cuatro: “Al principio a nuestra gente le costaba comprendernos, pero cuando empezamos a disfrutar de viajes pagados y a salir en Mitele y Cuatro, empezaron a darse cuenta de que no éramos una banda de ‘frikis’. Ahora empezamos a aparecer en otros medios deportivos y prensa generalista, y vamos a llenar un lugar como Vistalegre. Y esto solo es el principio”.

- **José María Moreno**

Se trata del director general de AEVI (Asociación Española de Videojuegos) desde 2015. Cuenta con una gran experiencia en el sector empresarial, sobretodo el que se relaciona con los medios de comunicación y lo digital. Además, fue el responsable de la red de emisoras de TV del grupo Vocento.

En la actualidad, como se ha mencionado anteriormente, es director general de AEVI, y sus funciones principales son la representación y la defensa de los intereses del sector de los videojuegos y de todos sus agentes, además de colaborar en el desarrollo de esta industria que aún no está totalmente desarrollada en España. Por tanto, intenta representar y poner en valor la industria de los videojuegos en el panorama económico, cultural y social del país.

- **Lolito Fdez.**

Es un streamer que ha hecho historia en el torneo de *Fortnite* organizado por EIRubius. Aunque era conocido ya en el terreno de los eSports en España y en la plataforma Twitch, no ha sido hasta el torneo ya mencionado su gran salto hacia la fama, ya que logró captar la atención de la gente al reunir a 437.000 espectadores en Twitch durante el torneo, la segunda mejor marca de la historia de Twitch después de Drake, y la mejor marca en la comunidad de jugadores hispanohablantes.

Su carrera como creador de contenidos comenzó hace 4 años para entretenerse porque no pasaba por un buen momento personal. No se lo tomó como un trabajo desde un principio, ni pensó que esto podría ser su trabajo algún día, hasta hoy. Es por ello por lo que aconseja a los que se quieren dedicar a hacer stream que no lo hagan buscando un beneficio económico, pues es un mundo muy difícil que no siempre genera ingresos, por lo que hay que hacerlo por diversión.

Sin embargo, aunque ahora se dedique a hacer directos en la plataforma Twitch, no siempre ha sido así, pues empezó creando videos en la plataforma YouTube, donde subía gameplay. Su paso hacia Twitch se debe a que le acusaban de hacer trampas en los videojuegos en los que jugaba, y quería demostrar que su juego era totalmente limpio. Por ello, se pasó a Twitch, donde podía jugar en tiempo real y la gente podía ver sus jugadas en el momento en el que pasaba a la vez que interactuaba con los espectadores que hablaban por el chat de su canal en la plataforma.

Actualmente, Lolito Fdez. cuenta con miles de seguidores en la plataforma Twitch y millones en la plataforma YouTube y cada día se unen más y más, por lo que es un streamer que no parece que vaya a parar de crecer.

- **Carlos “Ocelote” Rodríguez**

Es el propietario de G2 Esports, un equipo de eSports que triunfa sobretodo en el *LoL*. Fue conocido en sus inicios por jugar en el equipo de SK Gaming hasta que fundó Gamers2, ahora conocido como G2 Esports.

Antes de dedicarse profesionalmente al *LoL*, era un jugador representativo de *WoW*, llegando incluso a la final de Blizzcon en 2009. Empezó a jugar al *LoL* desde que se lanzó la beta del juego, aunque no le dedicó más tiempo hasta que acabó sus estudios.

En la actualidad, Ocelote es una de las figuras más representativas de la industria de los eSports, tanto en el ámbito español como en el ámbito internacional.

- **Enrique Cedeño, “xPeke”**

Es el fundador del equipo español de *LoL* conocido bajo el nombre de *Origen*. Sin embargo, no sólo se le conoce por esto, ya que ha jugado a este videojuego desde la temporada 1 y ha estado en equipos como Fnatic en cuanto se fundó.

En Fnatic creció como jugador profesional rápidamente, al igual que el equipo en sí, que se convirtió en el primer equipo en Europa. Además, xPeke se consolidó como uno de los mejores jugadores del mundo en el ámbito competitivo. Ganó tres títulos de liga mientras estaba jugando en Fnatic y un mundial.

Sin embargo, a finales de 2014 anunció que se retiraba de Fnatic para fundar su propio equipo, Origen. Al principio siguió siendo jugador profesional en su propio equipo, hasta que se retiró de jugar completamente. Aunque tuvieron éxito durante varias temporadas,

al final Origen desapareció. Sin embargo, en 2018 ha vuelto a resurgir y espera llegar a la LCS de nuevo.

- **Mithy**

Su nombre es Alfonso Aguirre Rodríguez, aunque se le conoce como Mithy. Es natural de las Islas Canarias y es jugador profesional de *LoL*. Su rol en este videojuego es “support”, rol que ya se ha comentado anteriormente.

Ha estado en equipos como Giants Gaming, Wizards, aAa, Lemondogs, Ninjas in Pyjamas, Origen, G2 y, actualmente, en Team SoloMid.

Es una de las estrellas de *LoL* a nivel europeo y posiblemente el mejor jugador profesional de España actualmente. Tiene varios títulos a sus espaldas con el equipo G2 aunque actualmente se encuentra en norteamérica jugando en TSM junto a su compañero Sven, quien juega en el rol de ADC y juntos han sido considerados como una de las mejores del mundo. Es por esto y por su amistad por lo que siempre están juntos, vayan al equipo que vayan.

7. Hipótesis sobre el futuro de los eSports

Como se ha visto a lo largo de las páginas de este documento, los eSports están creciendo, es decir, están dejando de ser un fenómeno pequeño y están empezando a hacerse un hueco cada vez más grande e importante en la sociedad actual, tanto en España como en el resto del mundo. Además, estos últimos años, los gobiernos han empezado a mirar hacia este sector y han empezado a legislarlo, por lo que ya no es algo que está ahí, sino que es algo que se ha convertido en oficial y que puede avanzar aún más.

Todo parece indicar que los eSports van a seguir creciendo como lo han hecho a lo largo de estos años, desde su aparición hasta la actualidad. Sin embargo, debemos estudiar cómo van evolucionando los gustos de los jugadores y las preferencias ante determinados eSports, para así conocer qué tipo de juegos van a impulsar las desarrolladoras los próximos años.

Otra cuestión a tratar es el hecho de que se están creando nuevos juegos que están atrayendo a más público al sector, a la vez que están empezando a crearse pequeños clubes y equipos con la esperanza de triunfar algún día en este nuevo espacio profesional.

No se sabe con certeza, pero se estima a que va a seguir creciendo, ya que siempre va a haber un país que se ofrezca a acoger los campeonatos profesionales y los eventos más importantes de los eSports. Esto se ve por ejemplo en los mundiales del *LoL*, donde se llenan incluso estadios de fútbol para disfrutar de la experiencia de ver competir a los jugadores profesionales. Además, incluso salas de cine en España se ofrecen a emitir los directos de estos eventos.

Respecto a la jugabilidad de los eSports, parece que no se avanza mucho, ya que se siguen utilizando ratones, teclados y mandos para jugar y competir. No se sabe si en un futuro la realidad virtual podrá ser utilizada en los eSports o no, por lo que aún es pronto para afirmar el futuro que va a llevar la tecnología en este ámbito.

Más adelante realizaremos una encuesta entre mil personas en las que veremos cuáles son los eSports más jugados por los españoles, para así ver las preferencias de los jugadores al elegir entre un eSports y otro, además sus hábitos de consumo y su forma de vida, entre otros.

8. Plataformas de visionado de juegos

8.1. Twitch

Es una plataforma de internet que ofrece un servicio de streaming de videos en tiempo real. En la actualidad es propiedad de la empresa Amazon. Se fundó en 2011 gracias a la plataforma Justin.tv, quien decidió crear un subproducto enfocado solamente a los videojuegos, un sector que había crecido muchísimo dentro de la plataforma original.

Para 2013, Twitch contaba con más de 43 millones de visitantes cada mes, con una media de 1h y media de visionado por día. Para 2014, Twitch se convirtió en la cuarta mayor fuente de tráfico de datos en internet en los Estados Unidos, por detrás de Netflix, Google y Apple.

En 2014, Justin.tv desapareció para dedicarle todos los recursos a Twitch. Es por ello por lo que se invirtió en nuevos servidores y en una nueva interfaz de gestos de videos para organizar retransmisiones pasadas que se pueden exportar a plataformas como YouTube. Además, se podían archivar las retransmisiones por un periodo de tiempo indefinido, aunque esto fue rápidamente sustituido por 14 días para “afiliados” y 60 días para “partners” o “socios” o para suscriptores “turbo”. Además, también se empezó a utilizar un software de Audible Magic mediante el cual se silenciaba trozos de las retransmisiones

si el programa detectaba música con derechos de autor. Esto último solo pasa en las retransmisiones archivadas, ya que en los directos no hay restricciones de derechos de autor.

A finales de 2014, Amazon adquirió Twitch y a principios de 2015 se introdujo una categoría oficial de streams que estaban orientados a la música, incluyendo streams de producción musical y streams donde se podía tocar música ya existente.

Esta plataforma se centra en los videojuegos, aunque también se puede hacer IRL (In Real Life), donde los streamers pueden hablar con los espectadores mientras hacen algo de su vida diaria, o incluso se puede dibujar mientras los espectadores ven los cambios que estás efectuando. Además, es una plataforma que también se utiliza para las retransmisiones de los campeonatos de eSports y otros eventos relacionados con los videojuegos.

Actualmente, la plataforma muestra los juegos basados en la audiencia que están teniendo en esos momentos. Además, dentro de cada categoría o juego, los canales también se ordenan por varios criterios: por idioma y por número de espectadores.

No podemos olvidar que Twitch es utilizado tanto por espectadores como por personas que se dedican a hacer los directos que ven estos espectadores. Respecto a los segundos, los streamers, Twitch tiene dos programas para que estos obtengan beneficios por lo que hacen: el programa de afiliados y el programa de socios.

- **El programa de afiliados:** es una versión reducida y algo menos importante que el programa de socios. En este programa, los streamers ya pueden conseguir dinero mediante suscripciones y compra de bits por parte de los espectadores. En este programa, las retransmisiones quedan archivadas durante 14 días, y el dinero que se llevan por suscripción es menor, aunque se puede llegar a un acuerdo con Twitch si se tienen muchos subscriptores. Además, el pago se realiza hasta 60 días después del 31 de cada mes que se llegue a 100\$.
- **El programa de socios:** se trata de lo que se conoce como “partner”. Como en el programa de afiliados, los streamers pueden conseguir dinero gracias a suscripciones y compra de bits de los espectadores, aunque la cantidad que reciben es mayor que la de los afiliados. Además, las retransmisiones quedan archivadas durante 60 días. En cuanto al pago, este se realiza hasta 45 días después

del 31 de cada mes que se llegue a 100\$, que suele ser todos los meses, ya que estos streamers cuentan con un público fiel que les apoya e invierten más dinero.

En ambos programas los streamers reciben dinero. Pero, ¿dónde está el límite? ¿Cuándo se pasa de afiliado a socio? Bueno, para esto hay una serie de logros que el streamer tiene que conseguir, y así obtener el partner. Son logros acumulables, por lo que puedes conseguir 4 logros y con el tiempo conseguir el 5º aunque en ese momento no cumplas con alguno de los otros logros. Es decir, un logro conseguido no puede ser arrebatado.

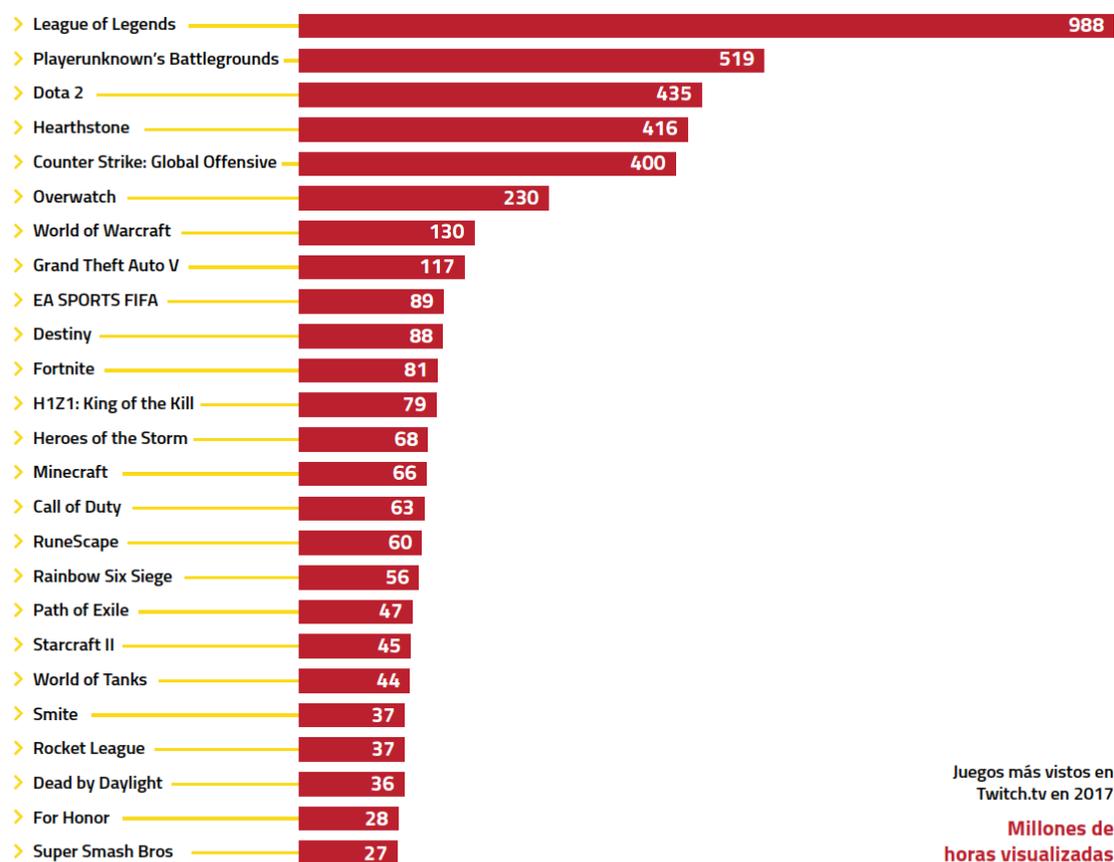
Respecto al apoyo de los espectadores, la plataforma es totalmente gratuita, por lo que el hecho de ser un mero espectador ya es un apoyo importante, sin necesidad de aportar ayuda económica. Sin embargo, hay espectadores que quieren agradecer al streamer por su contenido o ayudarlo a que el canal crezca con la compra de nuevo material, por lo que hacen donaciones a través de PayPal, bits (moneda oficial de Twitch; cada bit es un centavo que el streamer recibe) y suscripciones. Las suscripciones se pueden renovar cada mes y ofrecen al espectador algunas ventajas respecto a los no-suscriptores, como, por ejemplo, no le afecta el modo lento del chat, tiene iconos personalizados del canal que puede utilizar en el chat, puede entrar en sorteos que realiza el streamer, etc. Todas estas ventajas las pone el streamer como compensación por el apoyo de estos suscriptores.

Otra forma de apoyo viene de parte de los propios streamers, quienes se ayudan entre ellos a través de raids o host (alojamientos). Una raid es, prácticamente, una especie de “fiesta” que se monta en el canal de un streamer y van hacia el canal de otro streamer, aumentándole a este segundo el número de espectadores y haciendo que salga más arriba en las listas de canales. Un host, por su parte, se da cuando un canal “aloja” a otro, por lo que las personas que estén en el canal de un streamer, no ven el canal de este streamer, sino el del streamer alojado.

Respecto a las suscripciones, cada persona que tenga la suscripción de Amazon Prime cuenta con una suscripción gratuita en Twitch cada mes, por lo que los espectadores que cuenten con este servicio pueden apoyar a su streamer favorito sin gastarse nada de dinero. Sin embargo, al streamer le llega el mismo dinero que le llegaría por una suscripción normal.

Centrándonos en lo que los espectadores o usuarios de Twitch prefieren visualizar, podemos ver a partir de la siguiente tabla elaborada por Gamoloco que los videojuegos

con más éxito en esta plataforma en 2017 son League of Legends, Playerunknown's Battlegrounds, Counter-Strike, Dota 2, Hearshtone y Overwatch.



Fuente: elaboración propia sobre datos de Gamoloco (www.gamoloco.com)

8.2.YouTube

Es un portal de Internet que permite a los usuarios de esta plataforma subir y ver videos. Fue creado en 2005 y un año después fue adquirido por Google. Cuenta con un reproductor online basado en Flash.

Una de las principales características de esta plataforma es la posibilidad de ver videos en streaming, es decir, sin tener que descargar los archivos a nuestro ordenador. Esto quiere decir que los usuarios pueden reproducir el video que quieren ver en el instante en el que quieren verlo.

En esta plataforma, los usuarios pueden compartir videos personales, fragmentos de películas o de programas, videoclips, anuncios... e incluso gameplays. Además, es una plataforma que facilita a las personas a publicitarse y a llegar a un público más amplio,

como, por ejemplo, aquellos que se quieren dedicar profesionalmente a la música, quienes suben videos en los que cantan o tocan covers de alguna canción.

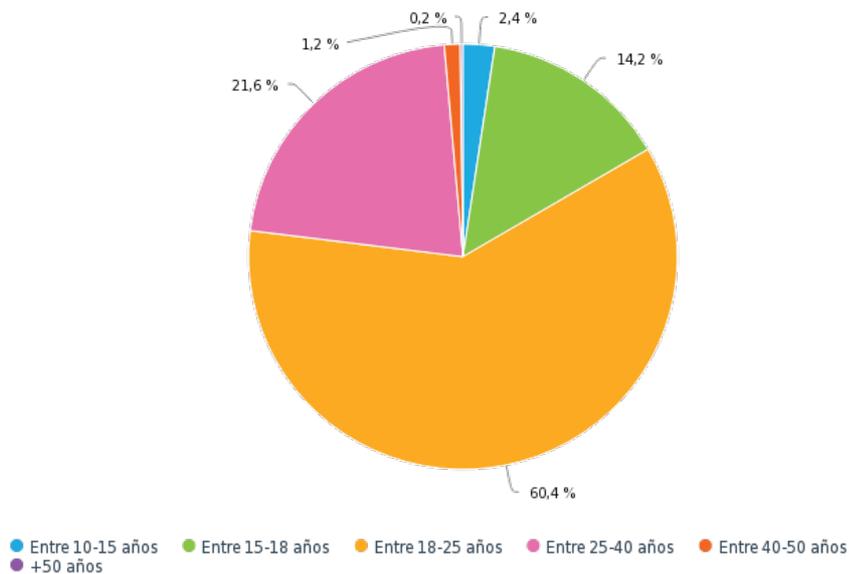
Sin embargo, no todo está permitido en YouTube, pues Google elimina todo aquello que va contra los derechos de propiedad intelectual, aunque no es un trabajo fácil, ya que son muchos los usuarios que cometen esta infracción todos los días y es casi imposible controlarlos a todos.

RESULTADOS

Para conocer los gustos de las personas que juegan a videojuegos, los eSports a los que juegan, sus hábitos de consumo y su modo de vida, hemos realizado una encuesta de 1000 personas. Para ello, se ha utilizado la página <https://my.survio.com> y se han elaborado un total de 23 preguntas. A través de los siguientes gráficos se van a sacar una serie de conclusiones que nos dará una visión más objetiva del futuro de los eSports e información sobre las personas que dedican parte de su tiempo a jugar a videojuegos.

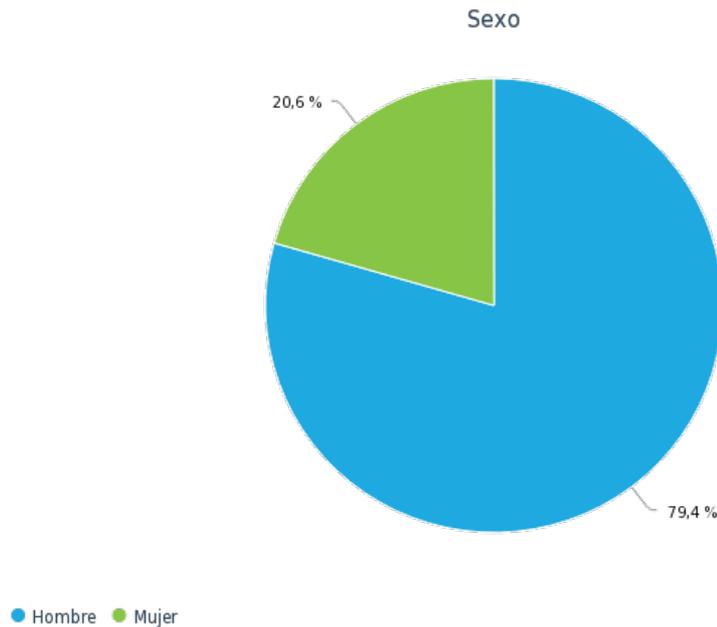
- **Pregunta n°1.**

Selecciona el rango de edad en el que te encuentras.



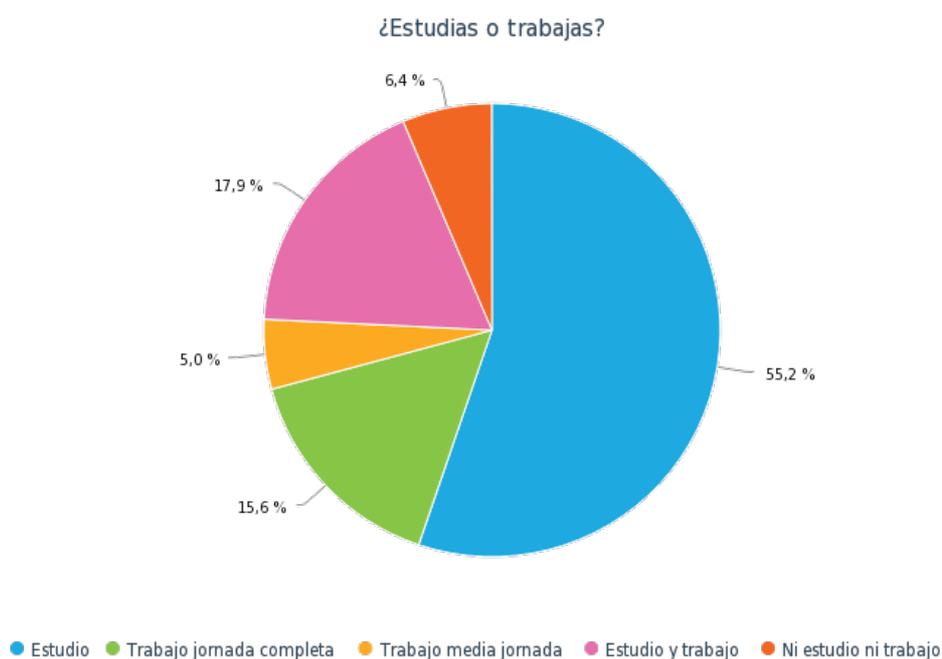
Como podemos ver en el gráfico, más de la mitad de los encuestados que juegan a videojuegos tienen entre 18 y 25 años, es decir, unas 600 personas de las 1000 encuestadas se encuentran sobre este rango de edad. Esto nos hace pensar que, por cuestiones de estudios, trabajo y forma de vida, son los jóvenes de este rango de edad quienes tienen más tiempo para jugar a videojuegos. Sin embargo, si sumamos el 14'2% de jóvenes de entre 15-18 años al porcentaje anterior, podemos ver que el 75% de las personas que juegan a videojuegos tienen entre 15-25 años, por lo que deducimos la mayoría de los jugadores de videojuegos se encuentran entre la adolescencia y la juventud.

- **Pregunta n°2.**



Respecto al sexo de los jugadores de videojuegos y eSports y centrándonos en el gráfico anterior, podemos ver que casi el 80% de los encuestados son chicos, frente a un poco más del 20% que son chicas. Esto nos hace ver que hay una clara diferencia entre los consumidores de videojuegos, siendo un terreno más explorado por chicos que por chicas actualmente. Aún así, no podemos negar que cada vez son más las chicas que se están animando a acercarse a este mundo y, aunque el porcentaje aún sea muy distinto al de los chicos, es indiscutible el hecho de que poco a poco va a ir subiendo hasta equilibrar ambos porcentajes.

- **Pregunta n°3.**



Más de la mitad de los encuestados estudian, algo que se relaciona directamente con los resultados obtenidos en el gráfico 1. También podemos observar que el 6'4% de las personas (alrededor de 64 personas) ni estudia ni trabaja, lo que es un indicio de que estas personas tienen más tiempo para jugar a videojuegos que otros. Centrándonos en el porcentaje de personas que trabajan, podemos destacar que el 38'5% de los encuestados trabaja, por lo que casi 400 de cada 1000 personas juegan a videojuegos cuando no están en jornada laboral. Lo más sorprendente de este porcentaje es que el 17'9% de ellos trabaja y estudia y el 15'6% trabaja a jornada completa. Esto nos lleva a plantearnos que incluso las personas que menos tiempo libre tienen dedican una parte de este a jugar a videojuegos, lo que nos lleva a pensar que los videojuegos forman parte de una sociedad de entretenimiento que acaba siendo una de las primeras opciones de ocio de muchas personas.

Sin embargo, esto último no puede demostrarse a ciencia cierta, al menos no hasta que estudiemos el gráfico 19.

- **Pregunta nº4.**



Atendiendo a este gráfico, vemos que casi el 70% de los encuestados vive con sus padres. Esto se relaciona en gran medida con el gráfico nº1, ya que un porcentaje muy parecido de los encuestados se encuentran entre los 15 y 25 años y la edad de emancipación en España es más elevada que este rango de edad. Este gráfico, además de darnos una visión del modo de vida de los jugadores de videojuegos, nos hace ver cuál es la realidad de los jóvenes de España, quienes no pueden encontrar una vivienda que puedan permitirse pagar.

También podemos ver que casi el 10% de los encuestados vive con amigos/compañeros, lo que nos hace deducir que son personas que estudian o trabajan fuera de su ciudad y han tenido que compartir piso con otros estudiantes/trabajadores. Seguramente, este porcentaje desaparecería y se uniría al 70% de los que viven con sus padres si no tuvieran que estudiar/trabajar en otro lugar.

- **Pregunta nº5.**



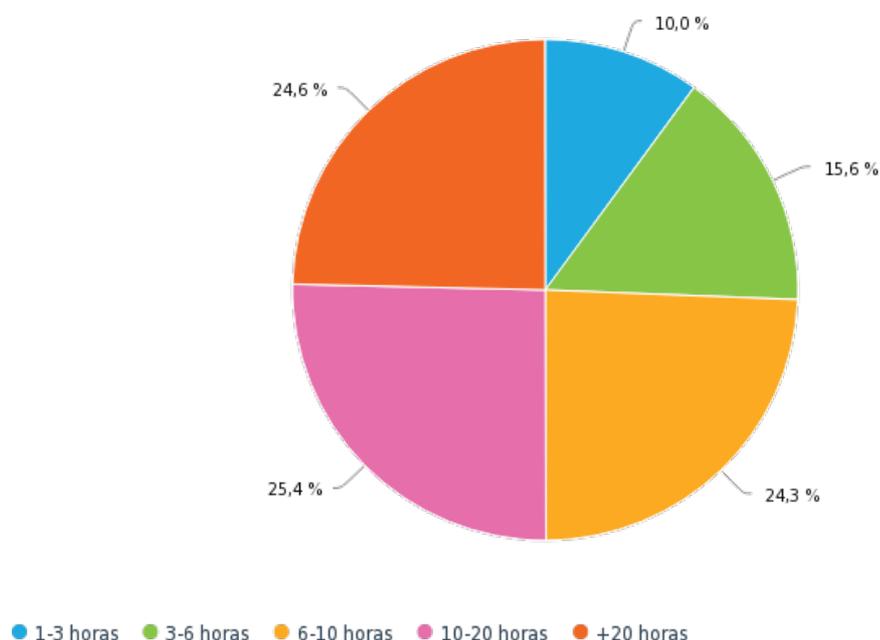
Casi el 40% de los encuestados ha cursado o está cursando un grado universitario, y si lo sumamos al 7'1% de los encuestados que está estudiando o ha realizado un máster, podemos afirmar que casi 500 de cada mil personas que juegan a videojuegos han ido a la universidad. Esto se relaciona también con el gráfico 1 y nos lleva a pensar que jugar a videojuegos no tiene nada que ver con tener o no tener estudios, sino que todas las personas pueden jugar.

Con este gráfico lo que se pretende demostrar es que independientemente de los estudios que se cursen o se tengan, las personas dedican una parte de su tiempo para jugar a videojuegos y, quizás, es la vía de escape de muchos de los estudiantes cuando necesitan alejarse del estrés que suponen los estudios.

Otro dato importante es que más de 200 encuestados han cursado o están cursando una FP, y que sólo el 3'4% no ha cursado ninguno de los estudios propuestos, es decir, 34 de cada mil personas que juegan a videojuegos no han cursado estudio alguno.

- **Pregunta nº6.**

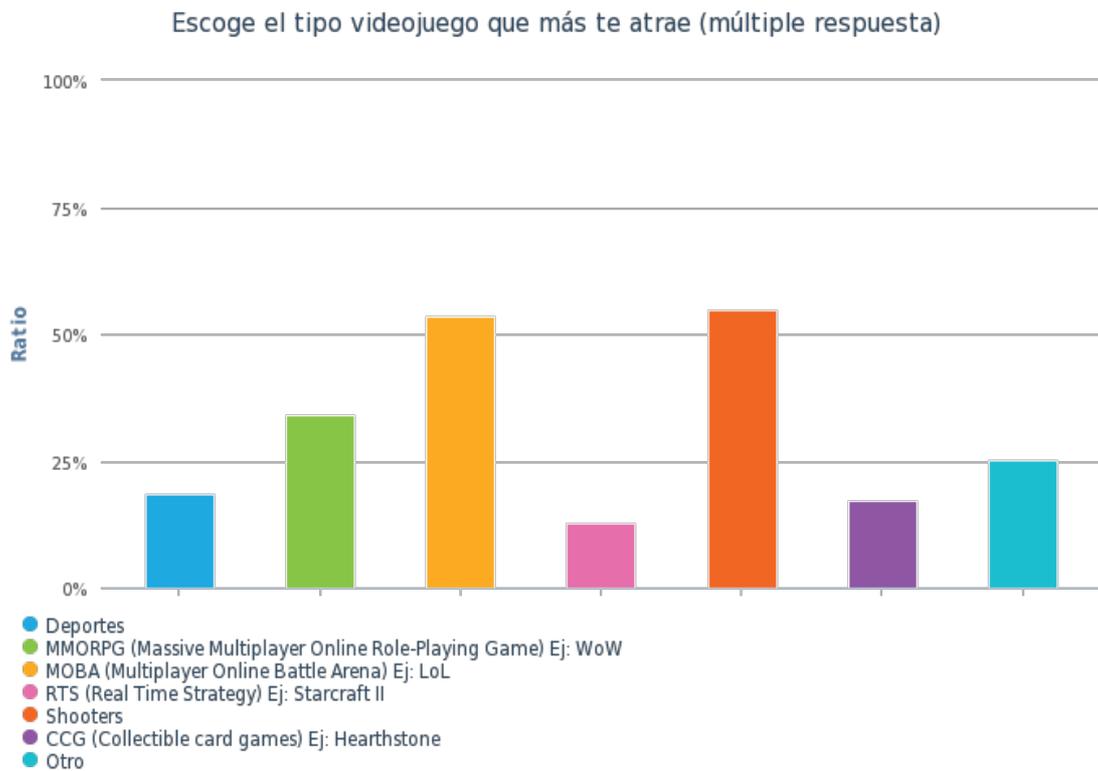
¿Cuántas horas dedicas a los videojuegos cada semana?



Con respecto a este gráfico, vemos que los resultados están bastante igualados. $\frac{1}{4}$ % de las personas encuestadas dedican entre 6-10 horas a la semana a videojuegos; $\frac{1}{4}$ % dedica entre 10-20 horas y $\frac{1}{4}$ % dedica más de 20 horas a la semana. Esto se traduce en que casi el 75% de los encuestados juega más de 6 horas a la semana. Este resultado nos lleva a pensar que las personas dedican al menos 1h diaria a jugar a algún videojuego como mínimo. Incluso hay algunos que pueden pasarse el día entero jugando.

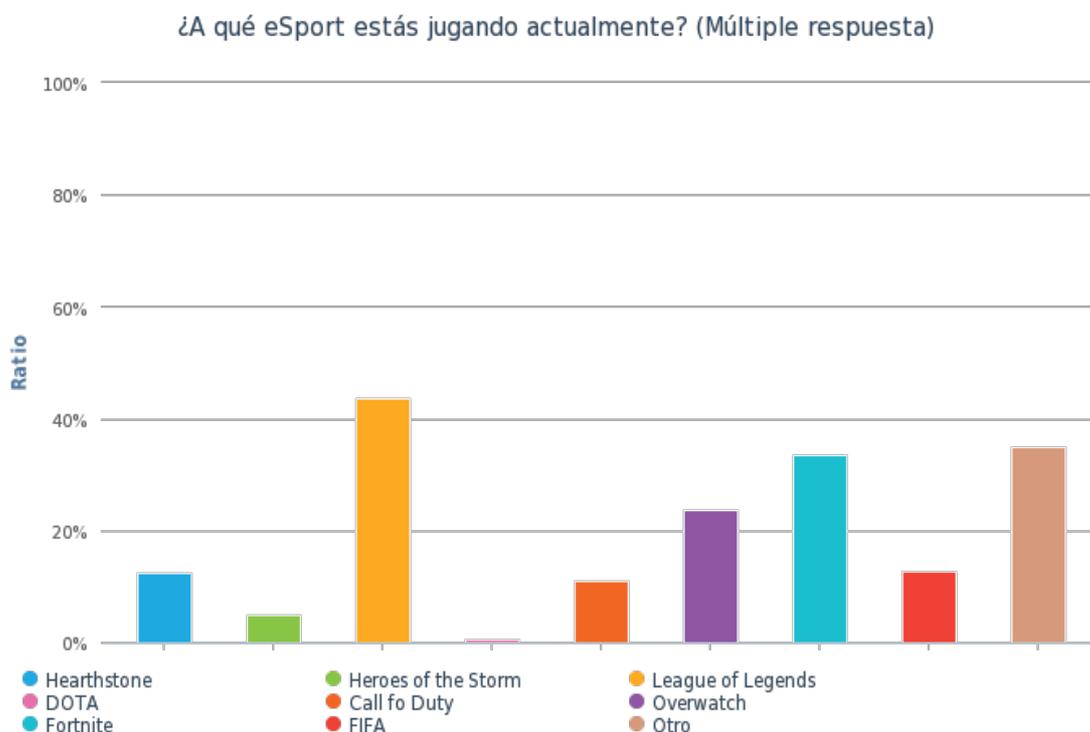
Con este gráfico podemos ver que jugar a videojuegos no es algo casual, sino que es una práctica que cada vez es más elegida por las personas para pasar su tiempo libre, es decir, los videojuegos se están convirtiendo en una opción de ocio cada vez más presente en la vida de los jóvenes españoles. No es de extrañar que se sigan creando consolas y videojuegos cada vez más especializados, cubriendo así todas las necesidades de los jugadores habituales.

- **Pregunta nº7.**



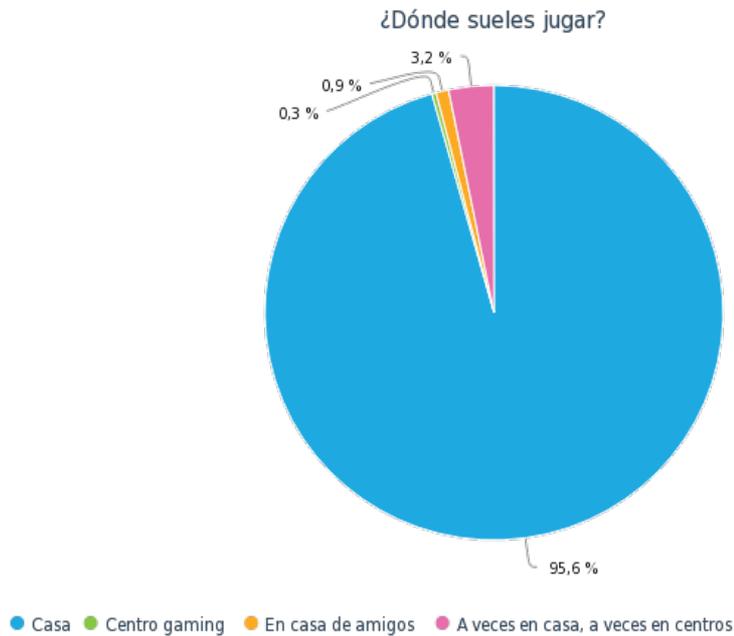
Atendiendo a este gráfico, podemos ver que la mayoría de las personas que juegan a videojuegos prefieren los Shooters, el género MOBA y el género MMORPG. Al ser múltiple respuesta, no podemos decir si los encuestados dedican más tiempo a un tipo de videojuegos que otro, pero sí podemos ver cuáles son sus preferencias a la hora de jugar. Un ratio muy importante es el de las personas que han marcado “otro”. Atendiendo a las respuestas que la página web me ha solicitado, podemos ver que muchos son los que prefieren géneros como Survival, Lucha, RPG, Estrategia, Plataformas...

- **Pregunta n°8.**



En este gráfico vemos que el eSports más jugado actualmente por los encuestados es el *League of Legends*, algo que esperábamos dado el gran crecimiento a nivel internacional que ha tenido este juego. También podemos ver que Ya casi nadie juega al DOTA, ese eSports que tuvo gran fama desde su lanzamiento. Fortnite, por su parte, ocupa casi el 2° puesto de eSports más jugados, algo inesperado hasta su lanzamiento para PC hace relativamente pocos meses, que ha sido muy bien acogido por los amantes de los videojuegos, llegando incluso a ponerse el primero en las listas de visionado de Twitch. Entre las respuestas que se encuentran en la opción de “otros” podemos destacar que los eSports más aclamados por los encuestados son el PUBG y el CS:GO, por lo que no es sorprendente que esta opción esté tan arriba en el gráfico. Además, también hay muchos jugadores de Clash Royale entre los que han escogido esta opción. Overwatch es otra de las opciones que ha entrado con fuerza en el terreno de los eSports desde su lanzamiento. Gran parte de los jugadores de *League of Legends* se han pasado a este nuevo videojuego hasta que se ha consolidado, como ha pasado posteriormente con Fortnite, y acercándose muy mucho en número de jugadores. No podemos decir que los jugadores prefieran un videojuego u otro por lo general, ya que este gráfico representa múltiples preferencias de los jugadores, pero sí podemos afirmar que estos eSports comparten público.

- **Pregunta nº9.**



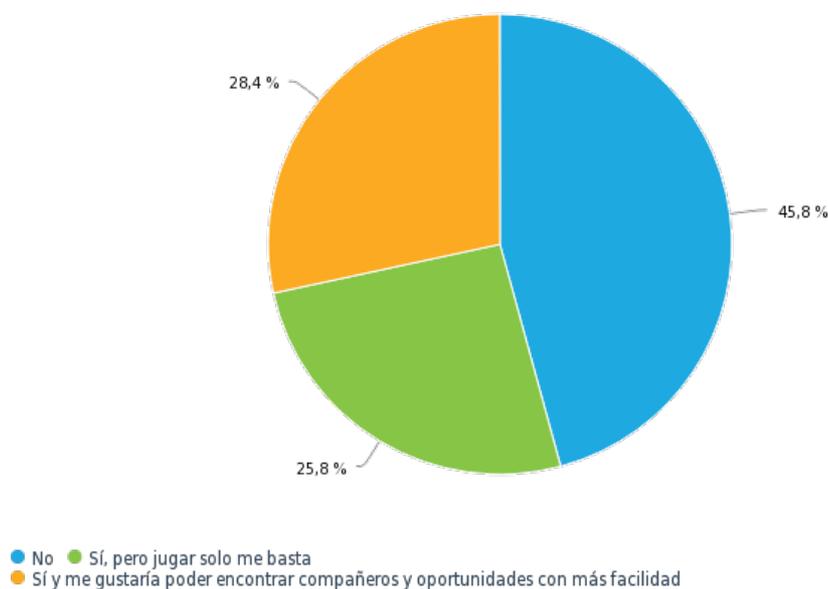
Respecto a este gráfico, la respuesta es bien sencilla: casi todos los encuestados juegan en casa o en el lugar en el que viven actualmente. Solo unos pocos juegan en centros gaming o en casa de amigos.

No es de extrañar este gráfico, ya que los apasionados de los videojuegos buscan el máximo confort posible y esto lo encuentran en casa, lugar donde tienen un espacio especialmente preparado para esta práctica.

Es importante ver el hecho de que de vez en cuando hay personas que prefieren ir a centros gaming a jugar a algún videojuego. Quizás este número es muy reducido aún porque no es algo que esté asentado, ya que aún hay muchas personas que no han visitado estos centros o que no pueden permitírselo, como ya veremos más adelante.

- **Pregunta n°10.**

¿Has tenido alguna vez dificultad para encontrar compañero/equipo para disfrutar de la competición o del juego online?



En este gráfico podemos ver que casi la mitad de los encuestados no ha tenido nunca problemas para encontrar un compañero con el que jugar, por lo que podemos deducir que al menos la mitad de los jugadores prefieren jugar acompañados en algunas ocasiones.

Sin embargo, la otra mitad de los encuestados sí ha tenido alguna vez problemas para encontrar un compañero. Algunos han desistido y prefieren jugar solos y otros siguen queriendo jugar acompañados, pero por algunos motivos no consiguen a alguien con el que compartir su tiempo de ocio.

Esto nos lleva a plantearnos que jugar a videojuegos se ha convertido en una práctica que no se hace solo, tal y como se ha pensado siempre. Los jugadores de videojuegos no son seres asociales que prefieren jugar solos y que se encierran en una habitación aislándose del mundo. Todo lo contrario. Gracias a este gráfico podemos ver que a los jugadores les gusta tener un compañero con el que comentar las tácticas o las jugadas, con el que sentirse parte de un equipo. Quizás las personas necesitamos que los demás nos digan que hemos hecho bien alguna jugada; quizás el jugar acompañados hace que nos divirtamos más. Pueden ser muchas las razones por las que preferimos jugar con algún compañero/amigo, pero lo que está claro es que jugar a videojuegos ya no es una práctica que se busque hacer individualmente.

- **Pregunta n° 11.**

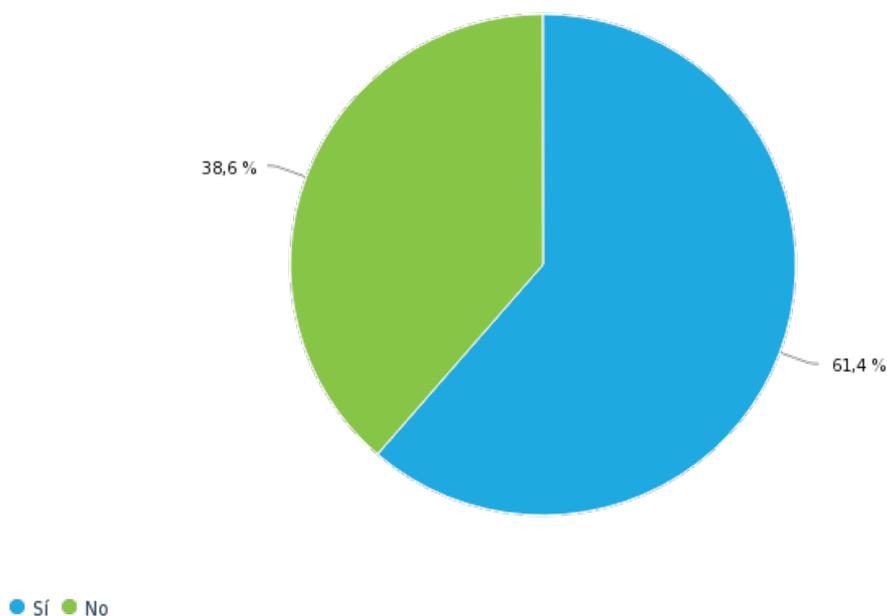


La respuesta a este gráfico era de esperar, ya que los eSports aún están en desarrollo y el competitivo no ha llegado a todos los jugadores de la comunidad. Sin embargo, podemos ver que casi el 40% de los encuestados sí han participado alguna vez en algún torneo, ya sea a nivel amateur o profesional. Esto nos lleva a ver que el terreno competitivo no es algo de unos pocos, sino que cada vez más son las personas que se atreven a participar y a retarse con otros jugadores, ya sea para pasarlo bien con amigos o para dedicarse a ello profesionalmente.

No podemos olvidar que casi un 30% de los encuestados ha participado alguna vez en algún campeonato a nivel amateur. Esto nos lleva a preguntarnos cuántos de ellos esperan llegar a jugar profesionalmente con el tiempo o cuántos de ellos lo hacen porque quieren probar la experiencia. No lo sabemos, pero es interesante ver que los jugadores aprovechan las oportunidades que se presentan para probarse en torneos y ya no solo desde una habitación de su casa.

- **Pregunta nº 12.**

¿Has asistido alguna vez a algún evento relacionado con los videojuegos?
(conferencias, convenciones, LANs, torneos, etc.)

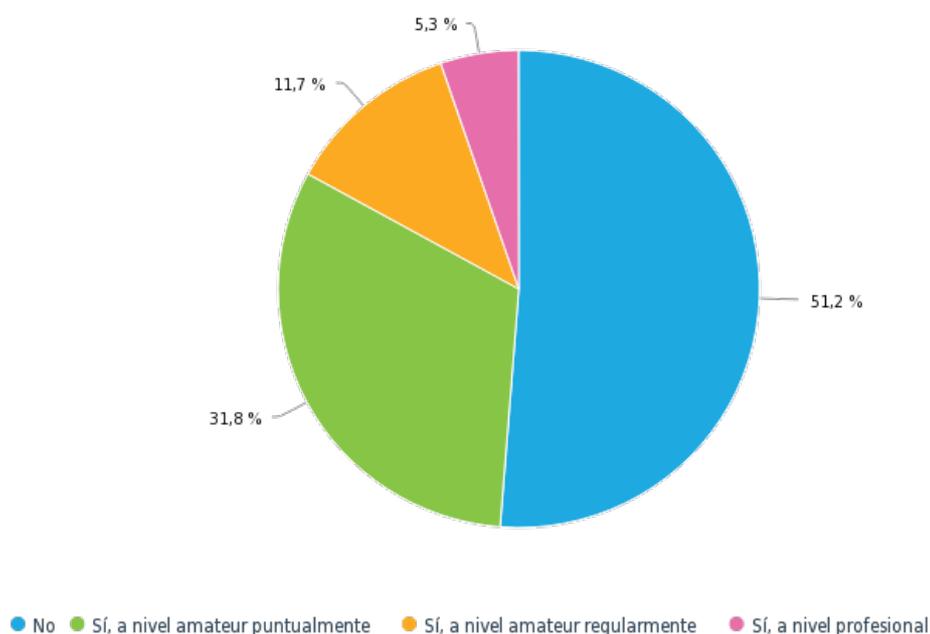


En cuanto a los resultados de este gráfico, podemos ver que hay una cierta relación con el gráfico anterior. Poco más del 60% de los encuestados sí han asistido alguna vez a algún evento relacionado con los videojuegos. Esto nos lleva a pensar que los amantes de los videojuegos están dispuestos a participar en estos eventos, al igual que los amantes del cine participan en los distintos festivales.

Sin embargo, casi un 40% de los encuestados no ha ido nunca a alguno de estos eventos. Esto quizás puede deberse a que en España aun no se han organizado demasiados eventos, y los que se han organizado han sido en Madrid y Barcelona principalmente, lo que hace que no todo el que quiera pueda ir, ya sea por cuestiones de distancia, de dinero o de disponibilidad. Quizás el gráfico podría ser distinto si estos eventos se repartieran por todo el territorio español. Es por ello por lo que tenemos que esperar a que estos eventos se extiendan para conocer si el lugar en el que se realizan es uno de los impedimentos de muchas de las personas que nunca han ido o no.

- **Pregunta n° 13.**

¿Has competido alguna vez en alguna liga/torneo de videojuegos?



Aunque la pregunta de este gráfico es muy parecida a la del gráfico 11, el resultado no es el mismo. Mientras que el gráfico 11 se centraba en los eSports, esta pregunta se orienta a los videojuegos en general. También cuenta con la particularidad de que podemos conocer si las personas que han competido de forma amateur lo han hecho en una o dos ocasiones o si ha sido con más frecuencia.

Ante esto, podemos ver que la mitad de los encuestados no ha participado nunca en ningún torneo, algo que no varía mucho respecto al gráfico 11. Sin embargo, podemos ver que casi un 32% de las personas que sí han participado lo han hecho puntualmente. Esto nos lleva a pensar que competir es algo que no todos pueden u optan por hacer, y que si se consigue no es algo que lleven a la práctica de forma regular, ya que es difícil entrar en el terreno de la competición profesional y no todos pueden llegar a ese nivel.

Sin embargo, es interesante ver que son muchas las personas que se han atrevido a probar la experiencia de participar en torneos o ligas, y que jugar a videojuegos no es algo que se quede simplemente en una habitación de una casa, sino que puede traspasar fronteras y mover a los jugadores hacia otros ámbitos y otras prácticas.

- **Pregunta nº 14.**



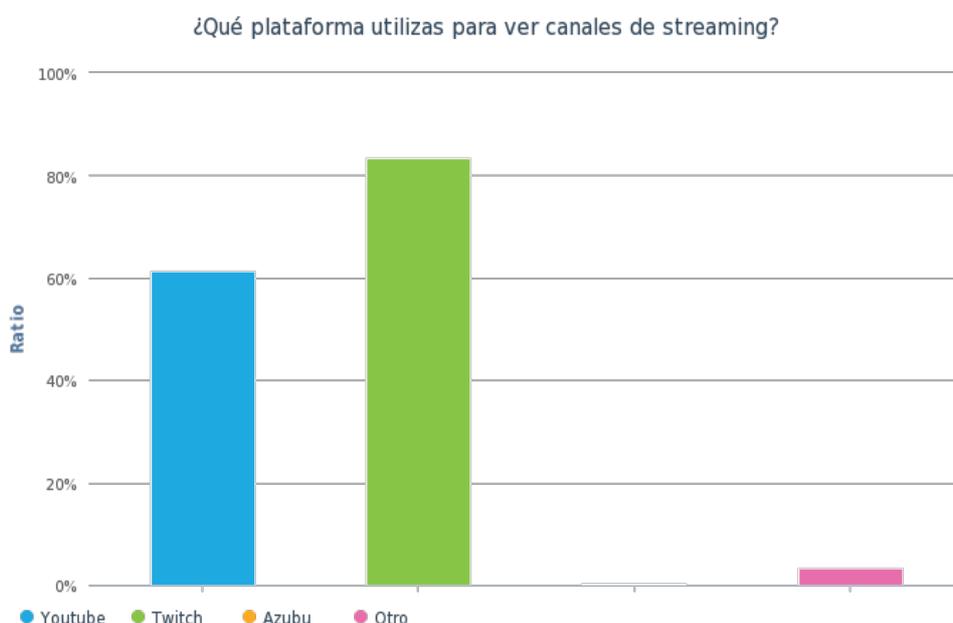
Este gráfico es muy interesante porque nos muestra si los jugadores habituales de videojuegos también dedican parte de su tiempo a ver algún streaming (directo que hace una persona mientras juega a un videojuego, ya sea mediante la plataforma Twitch, YouTube u otra) o no.

Como podemos ver, casi el 90% de los encuestados sí siguen algún canal de streaming, por lo que sí que ven estos directos. Esto nos lleva a plantearnos que los videojuegos no son una práctica que consiste en jugar simplemente, sino que también pueden ser un modo de aprendizaje, pues gracias a las personas que realizan estos directos se puede aprender distintas técnicas, tácticas y formas de jugar, además de conocer nuevos juegos y poder ver si nos interesa comprarnos algún videojuego o no.

Gracias a las plataformas de visionado de videojuegos podemos jugar con una ventaja que hace años no teníamos, y es que ya no tenemos por qué comprar un juego a ciegas arriesgándonos a que no nos guste, sino que podemos visualizar el contenido y ver si nos interesa o no.

Esta práctica es algo relativamente reciente, ya que apareció gracias a YouTube y los gameplays que los youtubers subían a la plataforma y pocos años después se extendió hacia la plataforma de Twitch. Es un terreno que parece que va a seguir creciendo, pues cada vez son más las personas que dedican un rato de su tiempo a ver algún streaming.

- **Pregunta n° 15.**



Como ya hemos visto en la pregunta anterior, ver un streaming se ha convertido en una práctica que realizan la mayoría de los apasionados de los videojuegos. Sin embargo, esta gráfica nos muestra cuáles son las plataformas elegidas para ello.

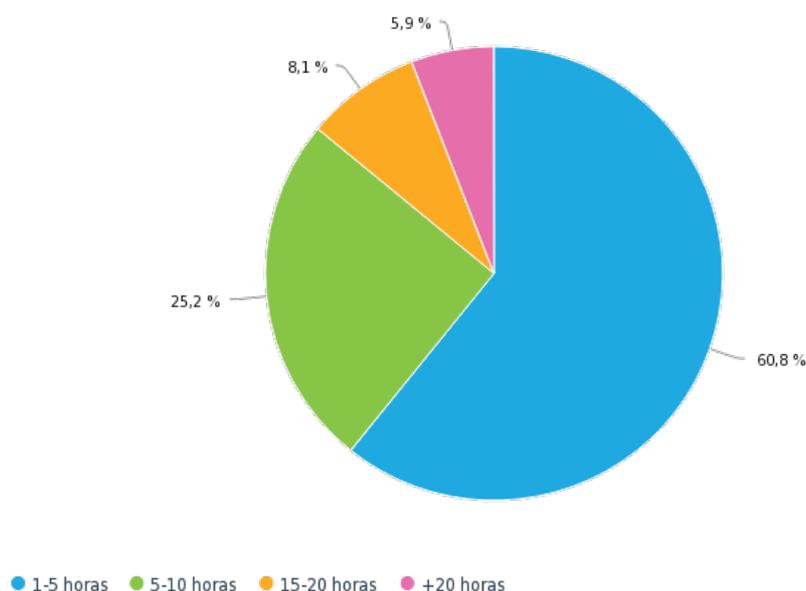
Si nos fijamos en el gráfico, las dos plataformas que más se utilizan son Twitch y YouTube. Estas dos plataformas han ido creciendo a lo largo de los años y, como hemos visto a lo largo del documento, Twitch destronó a YouTube de su primer puesto cuando apareció. Sin embargo, no podemos decir que los usuarios de una plataforma no utilicen la principal competidora, ya que es una pregunta con múltiples respuestas. Por ejemplo, el 83'2% utiliza Twitch y el 61'4% utiliza YouTube. No podemos determinar cuantos usuarios utilizan solo una de las plataformas.

Respecto al porcentaje de personas que utilizan otras plataformas, podemos ver mediante los datos ofrecidos por la página web de la encuesta que el porcentaje de personas que han marcado la opción “otro” está integrado por personas que no ven ningún streaming y que por ende no utilizan ninguna plataforma y personas que utilizan la plataforma “Mixer” (plataforma lanzada por Microsoft que puede utilizarse tanto en Xbox como en PC).

Como vemos, los dos gigantes del servicio streaming son Twitch y YouTube, algo que no nos coge por sorpresa, ya que son dos plataformas que nunca han parado de crecer y aún no se espera que dejen de hacerlo.

- **Pregunta n° 16.**

¿Cuántas horas dedicas a ver stream a lo largo de la semana?

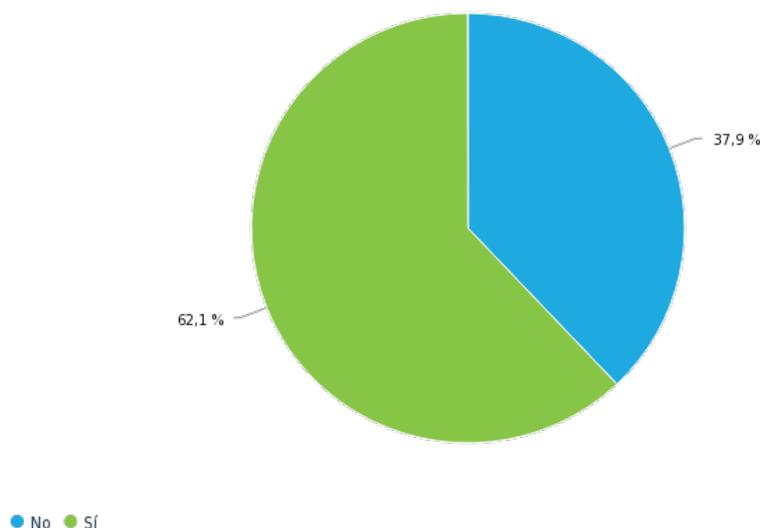


Con este gráfico podemos ver que, aunque la mayoría de los encuestados vea algún streaming, el tiempo dedicado a ello es reducido. Además, en el porcentaje de personas que ven algún directo entre 1-5 horas también deberíamos incluir que hay un mínimo de personas que no ven ningún streaming y que se agrupan en este resultado. Este gran porcentaje de personas que dedican entre 1-5 horas a ver un directo puede deberse al hábito de vida que llevan, ya que si estudian/trabajan y juegan a videojuegos no tienen tanto tiempo para ver algún directo además de dedicar otras horas a hacer otras actividades.

Aunque son muchas las personas que dedican poco tiempo a ver algún streaming, no podemos olvidar que casi el 6% de los encuestados dedican más de 20 horas a ello. Aunque no lo parezca, es un número algo elevado teniendo en cuenta los hábitos de vida de los encuestados. Esto puede traducirse en que hay un gran número de personas que prefieren ver algún directo de videojuegos a ver series o películas o a realizar otras actividades en su tiempo de ocio. Este dato nos lleva a preguntarnos si los directos de videojuego se están convirtiendo en una nueva alternativa a la TV o no. Sin embargo, no podemos obtener respuesta a esta pregunta tal y como se ha formulado la encuesta.

- **Pregunta n° 17.**

¿Te gustaría tener la oportunidad de dedicarte profesionalmente a los eSports?



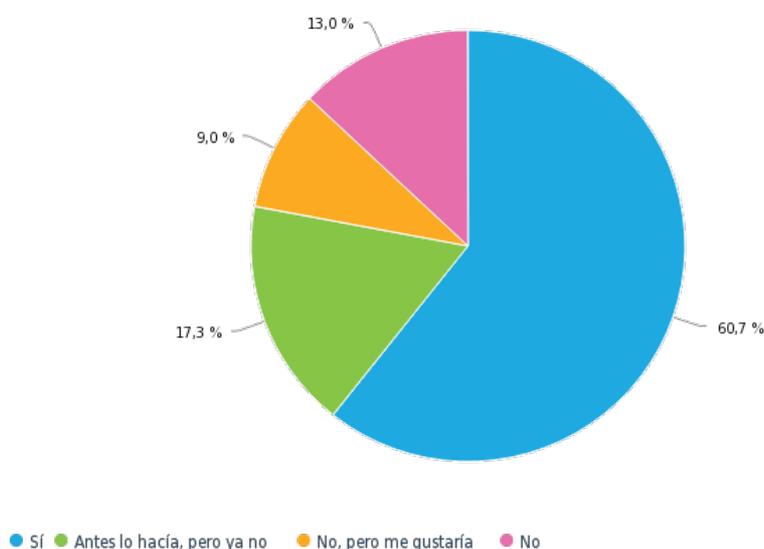
Respecto a este gráfico, podemos destacar que a más de la mitad de los encuestados le gustaría dedicarse profesionalmente a los eSports. Quizás aquí tenemos la respuesta de que casi la mitad de los encuestados hayan participado alguna vez a algún torneo de eSports. Aunque el porcentaje de personas que no ha participado nunca en algún torneo de eSports es más elevado que el porcentaje de personas que no quiere dedicarse profesionalmente a los eSports, podemos deducir de esto que hay un porcentaje de personas que no han competido aún porque no han tenido la oportunidad pero que les gustaría probar la experiencia y, por ende, dedicarse profesionalmente a los eSports.

Esto puede relacionarse quizás con las preferencias de las personas a lo largo de su vida, puesto que, por ejemplo, cuando somos pequeños son muchos los que quieren dedicarse a jugar al fútbol a nivel profesional en algún momento de sus vidas. Con los eSports puede pasar algo parecido, y es que al ser una práctica que es realizada sobretodo por adolescentes y jóvenes, puede ser que sea como el fútbol a los niños pequeños.

Sin embargo, son suposiciones, ya que no se puede demostrar que esto sea así, pero todo indica que es una preferencia por las formas de vida que llevamos a lo largo de esta.

- **Pregunta n° 18.**

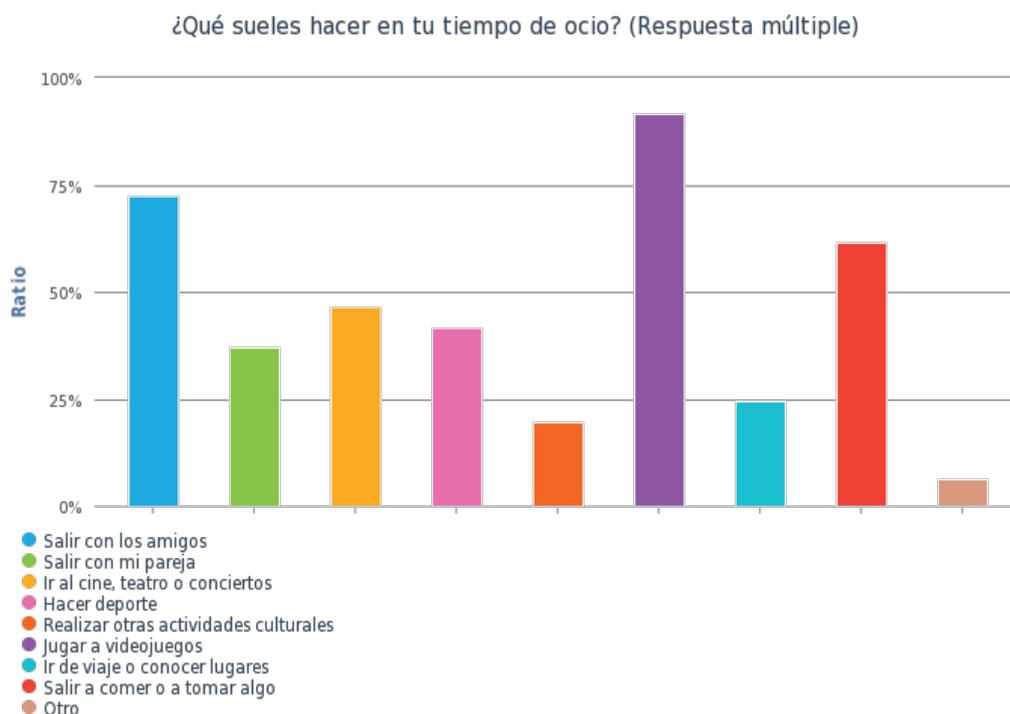
¿Sueles ver competiciones profesionales de videojuegos?



Poco más del 60% de los encuestados sí ven competiciones profesionales de videojuegos, por lo que las competiciones profesionales se han convertido en una forma de entretenimiento que ha ido adquiriendo cada vez más importancia. Muchos ven competiciones por entretenimiento, otros por aprender, y otros porque siguen a un equipo en concreto. Por tanto, podemos decir que las competiciones profesionales de videojuegos son un terreno que está adquiriendo gran peso entre los aficionados de los videojuegos, y que está creando una nueva forma de entender los deportes electrónicos. Ya no solo se ven competiciones de deportes en sí, como fútbol, baloncesto, tenis, etc., sino que también podemos disfrutar de competiciones de videojuegos, una práctica que espera convertirse alguna vez en algo tan visto como otras retransmisiones.

Sin embargo, hay casi un 20% de los encuestados que por alguna razón ya no siguen estas retransmisiones. Puede deberse a la falta de tiempo, al cambio de intereses, etc. Sin embargo, hay un porcentaje significativo (9%) que a pesar de no hacerlo sí les gustaría ver alguna competición profesional. Esto indica que hay personas que por alguna razón no pueden pero que se sumarían al público y al porcentaje del 60% si pudiesen hacerlo, lo que nos muestra que el público que sigue estas competiciones va a ir creciendo en la medida de lo posible.

- **Pregunta n° 19.**



Esta pregunta es muy interesante porque nos muestra qué hacen las personas en su tiempo de ocio. Como es obvio al ser una encuesta dirigida a los videojuegos, la mayoría de los encuestados dedican su tiempo de ocio a jugar a videojuegos. Sin embargo, al tener múltiples respuestas, no sólo se dedican a esto.

Las tres actividades preferidas por los encuestados se traducen a jugar a videojuegos, salir con amigos y salir a comer o tomar algo, seguidas por salir con pareja, ir al cine, teatro o conciertos y hacer deporte.

Entre las actividades menos realizadas se encuentran otras actividades culturales, ir de viaje y la opción “otro”, que engloba el salir a comprar, ver videos/series/películas o jugar a juegos de mesa.

Como vemos gracias a este gráfico, las personas preferimos utilizar nuestro tiempo de ocio para hacer actividades con otras personas, ya que salir con amigos, jugar a videojuegos o salir a tomar algo solemos hacerlo con otras personas. Somos seres sociales, y necesitamos gastar nuestro tiempo libre en reforzar nuestra relación con los demás.

- **Pregunta nº 20.**



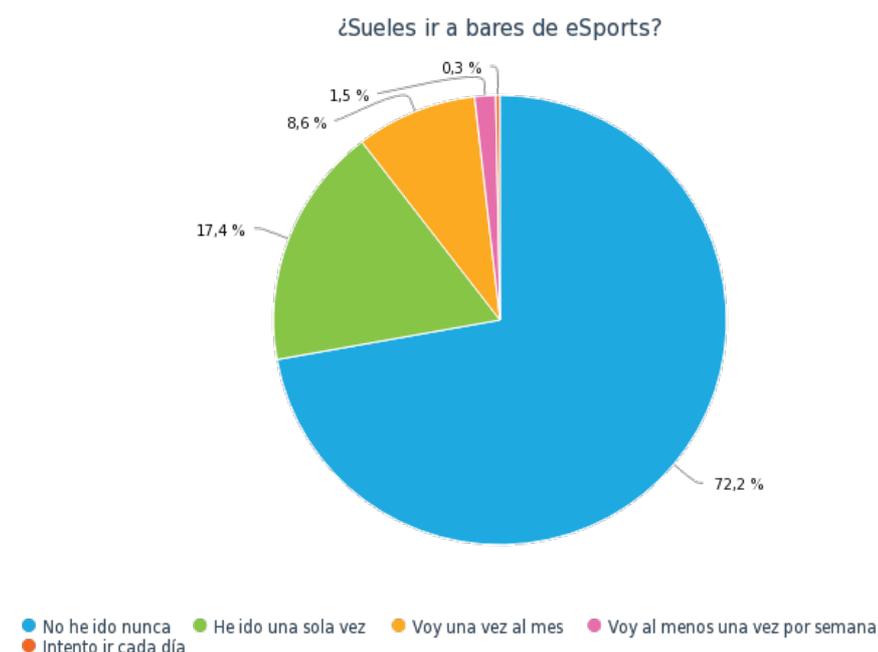
En relación a la pregunta anterior, este gráfico nos ayuda a entender más el comportamiento de las personas en cuanto al tiempo de ocio. Aunque jugar a videojuegos sea una de las prácticas más realizadas por los encuestados y casi todos juegan en casa, es cierto que también realizan otras actividades que nos supone salir de casa como hemos visto en el gráfico anterior.

En cuanto a este gráfico, podemos ver que son muy pocas las personas que nunca salen de casa. Sin embargo, son muchas las personas que salen entre los fines de semana y los días entre semana, repartiendo los porcentajes entre “solo los fines de semana”, “los fines de semana y 1 día entre semana” y “los fines de semana y varias veces entre semana”.

No podemos obviar que hay personas que salen todos los días, quizás por motivos de ocio o por motivos personales.

Todo esto nos lleva a plantearnos que los videojuegos no quitan tiempo para realizar otras actividades y para pasar tiempo fuera de casa con otras personas, por lo que podemos afirmar que los videojuegos no ocupan el 100% de nuestras vidas, y que aún con todo lo que nos ofrecen, a veces preferimos salir con nuestros amigos o a hacer otras actividades, yendo más allá de una pantalla.

- **Pregunta nº 21.**

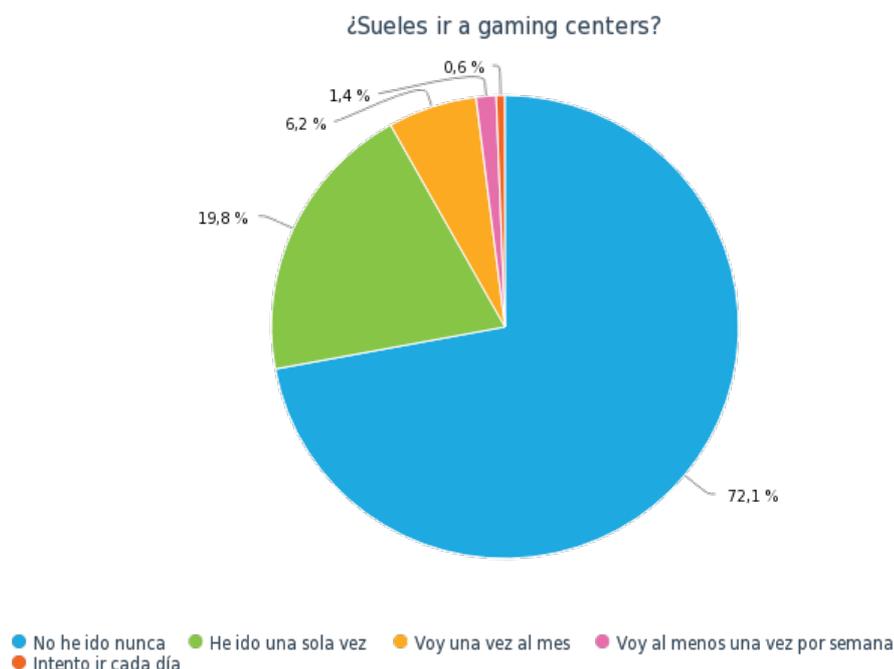


Los bares de eSports son sitios creados recientemente. Se trata de bares propiamente dichos en los que se puede disfrutar de competiciones profesionales en pantallas además de tener varios ordenadores con los que poder competir con otras personas que frecuentan estos lugares con el objetivo de pasarlo bien y disfrutar viendo competiciones mientras toman un refrigerio.

Al ser lugares con poco tiempo de existencia, no es extrañar que el gráfico nos muestre que al menos el 72% de los encuestados nunca haya ido a uno o que el 17'4% de los encuestados solo haya ido una vez. Sin embargo, podemos ver que hay un porcentaje “elevado” (10,13%) que van una vez al mes, al menos una vez por semana o que intentan ir cada día. Esto nos hace ver que estos lugares van a ir adquiriendo importancia conforme pase el tiempo y que solo necesitan asentarse y darse a conocer, ya que incluso hay personas que no saben que existen estos lugares, o ciudades que aún no cuentan con un bar de estas características.

Tenemos que esperar a que pase el tiempo para ver si estos nuevos negocios se van a asentar o van a crecer o si se va a quedar en el intento.

- **Pregunta n° 22.**

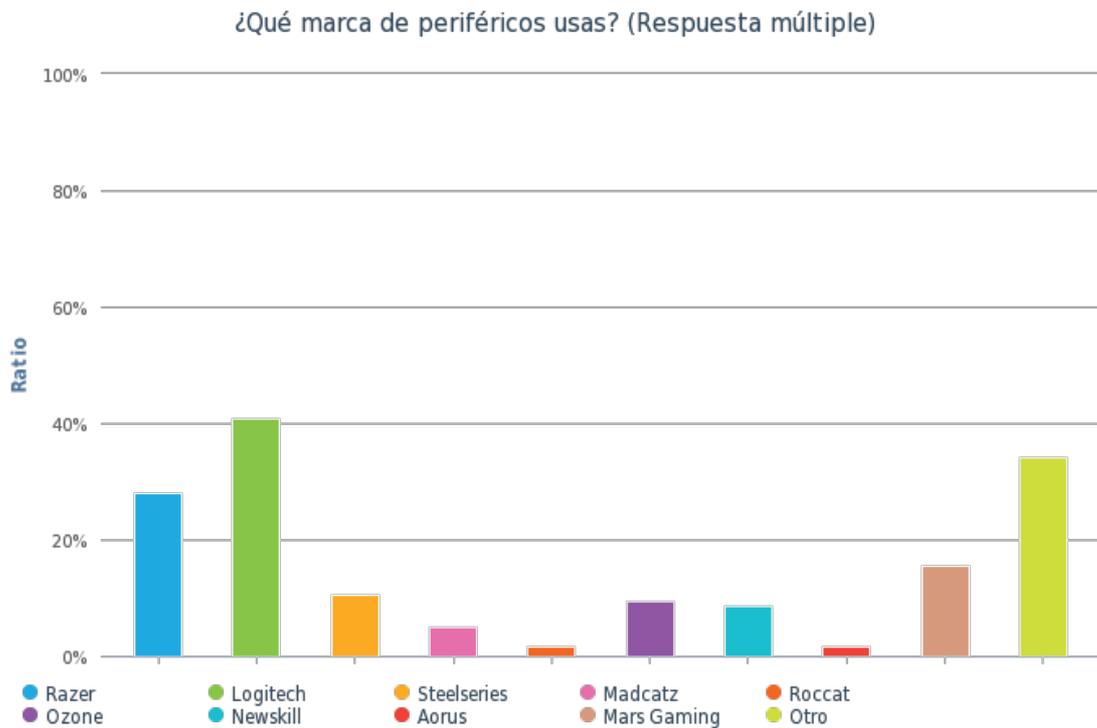


Al igual que pasa con los bares de eSports, los gaming centers son lugares creados recientemente, por lo que aún muchas personas desconocen su existencia o no han podido ir porque no hay un centro gaming en todas las ciudades.

Es por esto por lo que este gráfico tampoco sorprende. No es sorprendente que el 72% de las personas encuestadas nunca hayan ido a un centro gaming o que casi el 20% solo haya ido una vez. Sin embargo, casi el 10% de los encuestados va con más regularidad, ya sea yendo una vez al mes, o al menos una vez por semana, o que intenta ir cada día.

Como se ha dicho en el gráfico anterior con los bares de eSports, aún es pronto para ver cuál va a ser el futuro de estos centros, ya que necesitan tiempo para asentarse y darse a conocer, además de atraer a nuevo público. Sin embargo, podemos ver que hay un pequeño porcentaje de la población que está dispuesta a ir a estos lugares, y esto marca un pequeño indicio de que puede que sea un modelo de negocio que pueda crecer en un futuro o, al menos, ser más importantes de lo que son actualmente.

- **Pregunta n°23.**



No podíamos terminar la encuesta sin saber cuáles son las marcas de periféricos preferidas por los jugadores, ya que no todas son de la misma calidad ni todos los jugadores tienen las mismas capacidades adquisitivas.

Como vemos en el gráfico, las marcas preferidas por los encuestados son Logitech y Razer, dos de las marcas líderes en el mercado. El hecho de que la respuesta “otros” esté tan elevada respecto a otras opciones es porque hay respuestas de todo tipo. Hay desde personas que tienen periféricos de mala calidad comprados en tiendas de “chinos”, a personas que utilizan marcas como Corsair, Sony, Huawei o marcas blancas.

Al ser una pregunta con múltiples respuestas, no podemos decir que se prefiera una marca u otra, ni que las personas utilicen una marca en concreta para todos los periféricos, ya que son distintos los periféricos que se utilizan a la hora de jugar a un videojuego y no todos son de la misma marca. Sin embargo, podemos ver que a la hora de elegir y de tener capacidad adquisitiva, los usuarios prefieren las marcas líderes en el mercado por la confianza que dan en sus productos y por la calidad de estos.

CONCLUSIÓN

Como vemos, los eSports se están consolidando en la sociedad actual muy rápidamente. Sin embargo, deberíamos ver cuáles son los beneficios y los prejuicios que supone jugar a videojuegos que se catalogan como eSports. Como hemos podido ver, muchas universidades, tanto de Europa como del resto del mundo, han empezado a impartir asignaturas relacionadas con los deportes electrónicos. Estas asignaturas se dirigen a estudiar el juego en equipo, la coordinación de los componentes, las estrategias... Como por ejemplo, en Corea, que se imparten estas asignaturas para desestresar a los alumnos a la vez que para formarlos. Sin embargo, no podemos olvidar que hay que tener cuidado con la adicción que, como hemos visto, puede suponer grandes problemas para la salud, e incluso la muerte si no se controla en absoluto.

En cuanto al debate de si los eSports se pueden considerar deporte, cabe destacar que este debate está abierto casi desde que se lanzó el primero de ellos. Normalmente, quienes no consideran los eSports como un deporte, suelen ser los que practican deportes desde muy temprana edad, ya que se excusan en el pretexto físico, pues para ello ningún deporte puede ser considerado como tal si no supone un esfuerzo físico. Algo así pasa también con el ajedrez. Además, también alegan a que el hecho de pasar horas delante de una pantalla hace que aleje a estas personas de realizar una actividad física, por lo que los alejan del deporte como tal. Sin embargo, partidarios de considerar los eSports como un deporte, como Taylor, alegan que se pueden considerar deporte porque necesitan un rápido tiempo de respuesta y poner en practica una estrategia, por lo que hay que tener una gran agilidad mental. Además, se ha demostrado que a los jugadores se les recomienda tener una buena forma física, ya que les evita muchos problemas, además de mejorar de esta forma la concentración y la velocidad a la hora de reaccionar ante determinadas situaciones. Sin embargo, lo que de verdad importa no es este debate, sino que los jugadores (la gran mayoría menores de 25 años) se conforman con disfrutar realizando una actividad que les gusta, además de expandir este fenómeno por todo el mundo, para así poder compartir con otros aquello que nos gusta y nos hace disfrutar.

Como hemos visto, el fenómeno de los eSports tuvo especial importancia en Corea del Sur, lugar que se ha convertido en la cuna de los deportes electrónicos además de un referente a nivel mundial. Esto ha sido así por unas series de medidas que se tomaron en el país para salir de la crisis, además de aprovechar las oportunidades que se presentaban. Sin embargo, los eSports aún no están aceptados en otras partes del mundo, aunque sí hay

muchos países que quieren beneficiarse de los deportes electrónicos. Esto puede pasar si se cambia la perspectiva y la conciencia de la sociedad, es decir, hay que empezar a ver los eSports como una industria rentable como cualquier otro deporte. Sin embargo, esta conciencia no puede darse si no empezamos a ver que el modelo funciona, lo que supondría invertir en la industria. Esto haría que los eSports dejaran de verse como algo negativo, como algo que produce adicción y que es una distracción para la gran sociedad. Además, la mayoría de los países deberían seguir el ejemplo de Corea del Sur, invirtiendo así en nuevas tecnologías y en telecomunicaciones, apostando por un sector que aún es pequeño pero que puede dar grandes frutos.

Aun así, no podemos olvidar que los eSports están creciendo y ganando importancia a nivel mundial, y ya no solo en Corea del Sur. Como hemos visto a lo largo de este documento, son muchos los países que están intentando adentrarse en este sector. Es por esto por lo que podemos ver que hay universidades que están viendo las oportunidades que ofrecen los eSports, además de verlos como una forma de acercar a los jóvenes a los estudios. El hecho de que las universidades vean los eSports como una forma de estudio nos lleva a plantearnos que los deportes electrónicos son más importantes de lo que creemos, y que pueden suponer grandes cambios en la economía y la cultura de un país. No podemos negar que es un fenómeno que tiene fuerzas y que va a seguir creciendo, sobretodo por la importancia que está adquiriendo entre los jóvenes, que son el futuro de los países. En España, como vemos, los eSports tienen una gran importancia, aunque aún está lejos de alcanzar el nivel de Corea del Sur. Gracias a la LVP, los eSports tienen una regulación y organización bastante buena comparada con otros países. De hecho, España se ha convertido en un referente para los demás países europeos, gracias a la LVP y a empresas de telefonía como Vodafone, Orange y Movistar, quienes han creado distintos equipos, además de ligas. Son empresas que están apostando por este sector, creando sus propios equipos, ligas e incluso torneos. Además, incluso varios equipos de fútbol han apostado por crear equipos de eSports, lo que nos lleva a pensar que los deportes electrónicos no son un mero pasatiempo, sino que tienen potencial suficiente para convertirse en algo tan importante como el baloncesto, el fútbol o el tenis, aunque aún tienen un camino largo por recorrer.

Como hemos visto en las encuestas, la mayoría de los jugadores de eSports se encuentran entre los 18 y 25 años, aunque también hay un gran porcentaje de los encuestados que tiene más de 25. Además, el deporte electrónico más jugado o preferido por los

encuestados es el *League of Legends*, lo que nos lleva a pensar que a pesar de que existen nuevos eSports que están ganando una gran importancia, el juego desarrollado por *Riot Games* sigue teniendo una gran fuerza. Sin embargo, no podemos saber si esto seguirá siendo así en los próximos años, ya que la propia desarrolladora está preparando un nuevo videojuego, lo que puede hacer que se le dé a *League of Legends* menos mimo que estos años anteriores. Pero como ya hemos dicho, no es algo que podamos afirmar. Además, al principio de este documento, a través de una cita de Cinnamon Booth, queríamos demostrar que los jugadores de videojuegos actuales se alejan del prototipo de “friki” que teníamos, que ya no son jóvenes que pasan las horas en el sótano de sus padres jugando a videojuegos. Y se ha demostrado, pues gracias a los gráficos hemos podido ver que estos jugadores dedican su tiempo libre a otras actividades además de a jugar a videojuegos, como salir con amigos, salir a tomar algo, ir de compras, ir al cine... etc. Además, otra de las conclusiones que sacamos a partir de las encuestas es que la mayoría de jugadores prefieren jugar con alguien, tengan o no dificultades para encontrar un compañero, por lo que nos hace ver que los eSports son también un fenómeno social, pues queremos compartir esta actividad con otras personas, se tenga o no la facilidad de poder hacerlo.

Otra de las cuestiones que nos llaman la atención tras este documento, es que la mayoría de las personas que juegan a videojuegos también retransmisiones de estos en plataformas como Twitch o YouTube. Esto nos lleva a ver que los eSports no tratan solo de habilidad, sino de adquirir conocimientos por lo que vemos de otras personas, además de nuevas formas de jugar, nuevas estrategias. Aunque las retransmisiones son un buen modo de aprender, también cabe destacar que muchas personas ven estas retransmisiones por entretenimiento, como el que ve una película o una serie, por lo que no es solo un modo de aprendizaje, sino también es un modo de entretenimiento. Sin embargo, no podemos obviar que muchos de los encuestados quieren dedicarse profesionalmente a los eSports, por lo que no es de extrañar que vean retransmisiones para aprender.

Como vemos, este documento nos ha llevado a ver hacia dónde se dirigen los eSports y cuáles son las oportunidades que ofrecen, además de cuáles son las preferencias en España. Aunque aún queda un largo camino por recorrer, los eSports tienen una gran importancia en la actualidad, y no es de extrañar que cobren más importancia aún en los próximos años. Todo es esperar y ver cómo avanzan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALDE (2016). Marca: “Corea del Sur, un problema en los eSports modernos”.

Recuperado de

<http://www.marca.com/esports/2016/11/11/5825bd8be2704ebc6a8b46bc.html>

ANTÓN, M. (2015). Cuatro: “Así son Ander e Ibai: de amigos del colegio a comentaristas de la Liga de Videojuegos”. Recuperado de

https://www.cuatro.com/lvp/comentaristas/Ander-Ibai-caster-Liga-Videojuegos-Profesional_0_1972425298.html

BORG (2017). Portal Ciencia y Ficción: “Historia de los ordenadores y videojuegos”.

Recuperado de

<http://www.portalcinciayficción.com/index.php/component/content/article/111-avanves-informatica/2096-historia-de-los-ordenadores-y-videojuegos-.html>

CASA ASIA (2016). Casa Asia: “Corea del Sur y los deportes electrónicos”.

Recuperado de <https://www.casaasia.es/noticia/detalle/217499-corea-del-sur-y-los-deportes-electronicos>

CASANOVA, J. (2016). AS: “Entrevista a Carlos ‘Ocelote’ Rodríguez, fundador de G2 Esports. Recuperado de

https://as.com/esports/2016/11/18/mas_esports/1479482081_496423.html

CHANSON, R.L. (2017): *eSports. Todo lo que necesitas saber, de League of Legends al FIFA*. Timunmas. Barcelona.

CHOBOPEON (2012): “A History Of Esports” [publicación en un foro]:

<http://www.teamliquid.net/forum/starcraft-2/324077-a-history-of-esports>

CORRAL, J.G. y FERNANDEZ, E. (2015). AEVI. Asociación española de

videojuegos: “Jose María Moreno, nuevo Director General de AEVI, la Asociación Española de Videojuegos”. Recuperado de <http://www.aevi.org.es/jose-maria-moreno-nuevo-director-general-de-aevi-la-asociacion-espanola-de-videojuegos>

FACIO, J. (2013): “Tutoriales básicos para League of Legends” [publicación en un

blog]; <http://how2lol.blogspot.com/?m=1>

- FANATIKO (2012). Eurogamer: “Destripando el multijugador. ¿Tener o no tener?”. Recuperado de <https://www.eurogamer.es/articles/2012-11-15-destripando-el-multijugador>
- FM, Y. (2017). Xataka: “Juego multijugador y cooperativo: ¿cuál es la diferencia?”. Recuperado de <https://www.xataka.com/basics/cual-es-la-diferencia-entre-un-juego-multijugador-y-uno-cooperativo>
- GARCÍA, M. (2018). El País: “El ‘youtuber’ que rompe records jugando al videojuego de moda es malagueño”. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2018/04/13/tentaciones/1523614870_284649.html
- GESTAL, J. (2008). Pixfans: “Los primeros juegos en red”. Recuperado de <https://www.pixfans.com/los-primeros-juegos-en-red/>
- GONZÁLEZ, M. (2015). Xakata: “Cómo fue el primer juego online y chat: lo que cuenta ‘Halt and Catch Fire’ y la realidad”.
- HAN, Byung-Chul (2014): *Psicopolítica*. Barcelona: Herder.
- HUNH, J.S. (2008): “Culture and Business of PC Bangs in Korea”. *Games and Culture*, 3, pp. 26-27.
- JACKSON, L. (2013): “The Rise of eSports in America”. *IGN*; Recuperado de <http://www.ign.com/articles/2013/07/25/the-rise-of-esports-in-america>
- JIN, D.Y. (2010): *Korea’s Online Gaming Empire*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- JIN, D.Y. and CHEE, F. (2008): “Age of new media empire: A critical interpretation of the Korean online game industry”. *Games and Culture: A Journal of Interactive media*, 3, pp. 38-58.
- JIN-SEO, C. (2008): “Habits Founder Fades into Twilight”. *Korea Times*. Recuperado de http://www.koreatimes.co.kr/www/news/nation/2008/05/123_24557.html
- LEAGUE OF LEGENDS WIKI (2015): “Summoner’s Rift”. Recuperado de http://www.koreatimes.co.kr/www/news/nation/2008/05/123_24557.html
- LEAGUEPEDIA: “Ocelote”. Recuperado de <https://lol.gamepedia.com/Ocelote>
- LEAGUEPEDIA: “xPeke”. Recuperado de <https://lol.gamepedia.com/XPeke>

- LEGGATT, H. (2016). BizReport: “eSports: no solo por chicos”. Recuperado de <http://www.bizreport.com/2016/04/esports-not-just-about-guys.html>
- LEVIS, D. (1997): *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Paidós, Barcelona.
- LIGA DE VIDEOJUEGOS PROFESIONAL (2016): “Estos son los campeones de una FinalCup de records”. Recuperado de <http://www.lvp.es/noticia/1413>
- LÓPEZ, I. (2014): *¿Qué es un videojuego? Claves para entender el mayor fenómeno cultural del siglo XXI*. Edición Arcade. Sevilla.
- MAGUS (2015): “Los espectadores del Mundial 2015”. *League of Legends, Riot Games*. Recuperado de <http://euw.leagueoflegends.com/es/news/esports/esports-editorial/los-espectadores-del-mundial-2015>
- MARCA (2017). Marca eSports: “Grandes leyendas Marca eSports: Johnathan ‘Fatal1ty’ Wendel”. Recuperado de <https://esports.marca.com/mas-esports/grandes-leyendas-marca-esports-johnathan-fatal1ty-wendel.html>
- MARTINEZ, D. (2003): *De Super Mario a Lara Croft. La historia oculta de los videojuegos*. Dolmen, Palma de Mallorca.
- MATEO, J.A. (2016). El Desmarque: “Breve historia de los deportes electrónicos”. Recuperado de <http://esports.eldesmarque.com/noticias/esports-historia-9119>
- MONFORT, J. (2015). Eurogamer: “e-Sports: Nacimiento y evolución”. Recuperado de <https://www.eurogamer.es/articulos/e-sports-nacimiento-evolucion-introduccion-articulo>
- MONTAGNANA, V. (2008): *Videojuegos. Una nueva forma de cultura*. Ediciones Robinbook, Barcelona.
- MOZUR, P. (2014): “For South Korea, e-Sports in National Pastime”. *The New York Times*. Recuperado de https://www.nytimes.com/2014/10/20/technology/league-of-legends-south-korea-epicenter-esports.html?_r=2;%20consultado%20en%20enero%20de%202015.
- OLIVERAS, A. (2017). Iusport: “Por qué los eSports son un deporte”. Recuperado de <https://iusport.com/not/45184/-por-que-los-esports-son-un-deporte-/>
- PALAZUELOS, F. (2016). Hipertextual: “Del hobby al imperio: planeta eSports”. Recuperado de <https://hipertextual.com/especiales/esports>

RIOT GAMES (2017): “League of Legends”. Recuperado de <https://www.riotgames.com/en/what-we-do>

SHAFI, A. (2017). AS: “PC Bang: El comienzo de los esports”. Recuperado de https://as.com/esports/2017/07/24/mas_esports/1500858522_094076.html

SITO (2017). Xataka: “xPeke habla sobre el future de Origen: ‘No sabemos dónde vamos a competir’”. Recuperado de <https://esports.xataka.com/lol-league-of-legends-1/xpeke-habla-sobre-el-futuro-de-origen-no-sabemos-donde-vamos-a-competir>

SUNG-JIN, Y. (2001): “First World Cyber Games opens in Seoul”. *The Korea Herald*.

TARAMONA, R. (2018). El País: “Hablamos con Ibai, la voz de los ‘eSports’ más popular en España. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2018/04/09/tentaciones/1523279523_784192.html

TAYLOR, T.L. (2012): *Raising the Stakes: E-Sports and the professionalization of computer gaming*. Cambridge, Massachusetts. The MIT Press.

THESCORE ESPORTS (2015): “xPeke on facing LGD: “We were playing and we were realizing that there guys are not gods’”. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=XrkqSCdkxIQ>

WORLD ESPORTS ASSOCIATION: <http://www.wesa.gg>

ZARAGOZA, A. (2018). Movistar eSports: “Entrevista con LOLiTO: ‘Fornite se va a convertir en el nuevo League of Legends’”. Recuperado de https://esports.as.com/fortnite/entrevista-LOLiTO-FDEZ-puedes-perder_0_1133286664.html