

Videojuegos | NBA 2K: El negocio del deporte digital.

Por: Nueva Revolución. 07/10/2018

Seguro que habrán oído la siguiente frase: ‘El fútbol es un negocio’. Ni siquiera hay que ser un fanático del deporte rey para saber a lo que se refiere: que la parte comercial prima más que lo que ocurre dentro del terreno de juego, perdiendo el propósito con el que fue creado en el siglo XIX.

Los apocalípticos que abanderan este pensamiento emplean hashtag como #AscoDeFutbolModerno o #SupportYourLocalTeam para protestar contra él. Y aunque estoy de acuerdo con algunas de sus reivindicaciones, yo no comparto este pensamiento. No porque apoye que toda la riqueza vaya a una élite de equipos que los haga ganar siempre (algo que pasa en la mayoría de deportes de equipo y que no reciben la consideración de negocio); tampoco porque se trate a los futbolistas como carne de cañón, tanto por los dirigentes como por los aficionados. Sino porque este supuesto ‘negocio’ ha ayudado a la profesionalización del fútbol.

Todos hemos oído historias del fútbol de los años 50 o 60 en las que había faltas que retiraban a jugadores y donde el árbitro no mostraba ni cartulina, equipos que salían descaradamente con la intención de perder todo el tiempo posible hasta el final del partido o catástrofes humanas porque los estadios no estaban acondicionados de forma adecuada para albergar a grandes multitudes. Algunos me dirán con razón: ‘eso sigue pasando en la actualidad’. Pero la gran diferencia es la frecuencia con la que ocurren estos ejemplos. Es muy difícil erradicar por completo ciertas actitudes o catástrofes, pero sí se pueden minimizar para conseguir que todos los aficionados que aman este deporte se puedan centrar en lo realmente importante: lo que pasa dentro del terreno de juego. Que ha mejorado de manera cualitativa y cuantitativa.

Como he comentado en otros artículos anteriores, los videojuegos son un reflejo de la realidad y el contexto en el que nacen. Por eso muchos videojuegos intentan imitar la realidad. Es normal que el conflicto entre negocio y deporte se haya trasladado a los videojuegos deportivos. En este caso quizás con más razón de ser, ya que los videojuegos sí que son productos comerciales que tienen que competir unos con otros por un segmento de mercado. Normalmente el jugador de FIFA no compra NBA 2K. Y si lo hace no dedica el mismo tiempo ni invierte el mismo dinero

en ambos juegos.

Jugar a un videojuego deportivo se ha convertido en un trabajo en estos últimos años: Sales de trabajar/estudiar y tienes que llegar a casa para dedicarle 4 o 5 horas al día al juego en cuestión porque si no ya te quedas retrasado con respecto a otros jugadores en el modo que sea: FUT Champions, My Team, Pro Am, My Park, Clubes Pro, etc. No es sólo eso, sino que muchos de estos juegos tienen Apps telefónicas asociadas al título para que entres en ellas en 'los ratos libres' para conseguir monedas, objetos o potenciadores que luego empleas en el juego al llegar a casa.

Esto genera en el jugador dos corrientes de pensamiento: 1. Voy a conseguirlo todo porque es un juego que me encanta y prefiero invertir todo mi tiempo disponible en él que en hacer otras actividades; 2. No voy a caer en el 'juego' del juego (valga la redundancia) y voy a jugar sólo cuando me apetezca, ya que me da igual tenerlo todo mientras consiga lo que me interesa. Dos posturas respetables pero que no cuentan con las trampas que urden los programadores para hacer que regresen continuamente al título.

En la mayoría de juegos existe un sistema llamado 'curva de progresión'. Este posibilita, si está bien aplicado, que el reto que nos propone el juego nunca nos frustre y siempre nos proporcione estímulos que nos hagan querer seguir jugando, pero muchas compañías han empezado a crear atajos: 'Puede que este reto sea muy difícil para ti en este momento. Quizás con el tiempo lo logres superar, pero si no quieres invertir ese esfuerzo y tiempo ¿por qué no nos compras estas monedas que te servirán para mejorar a tu personaje y así poder superar el reto con facilidad y rapidez?'

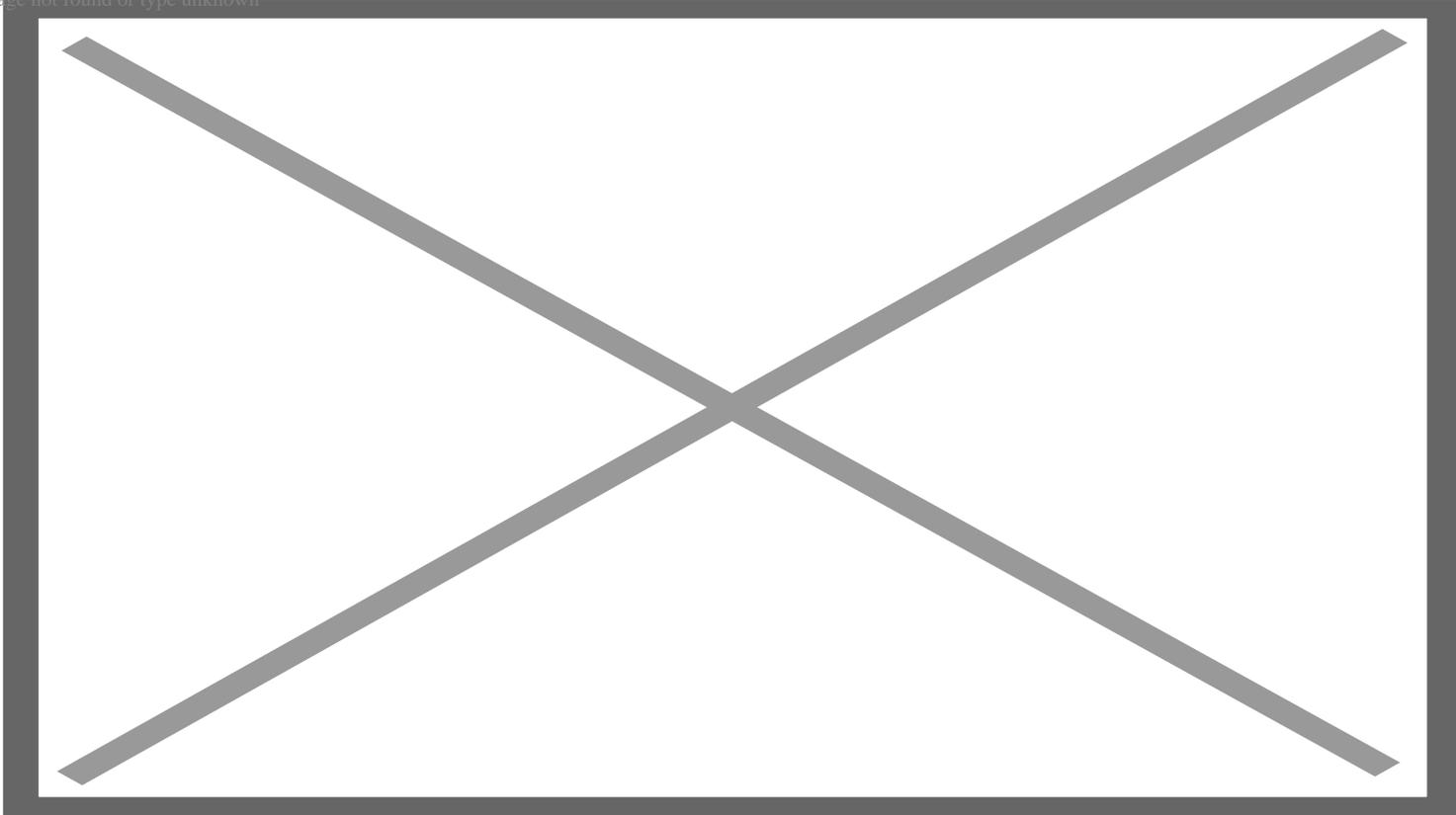
Este atajo por sí mismo no es malo, ya que es un servicio más que se le ofrece al consumidor para mejorar su experiencia con el producto que ha comprado. El problema nace cuando esa curva de progresión se manipula de manera intencionada para forzar al jugador a que tenga que recurrir a él. Y de este engaño surge el auténtico negocio de los videojuegos deportivos.

Llevo varios años jugando a NBA 2K. Para mí es el simulador deportivo que mejor imita su respectivo deporte. Uno de mis modos favoritos es *My career* en el que te creas un jugador y lo haces progresar hasta que se convierta en *the greatest of all time*.

A partir de NBA 2K 2016, con el auge de los *eSports*, empezó a surgir la problemática de que no podía haber jugadores de media 99 que midiesen 2,20 m, tirasen triples e hiciesen mates desde la línea de tiros libres como Michael Jordan, ya que eso rompería el juego a nivel competitivo. Así que la decisión que tomaron en NBA 2K 17 fue limitar esa progresión del jugador según el arquetipo que eligieses para tu personaje. Por ejemplo, si elegías ser un penetrador sabías que podías hacer mates y bandejas en movimiento porque tu arquetipo estaba diseñado para ello, pero te iba a resultar difícil meter un triple. Con esto corrigieron un problema, pero sin saberlo crearon otro: Habían unos arquetipos mejores que otros. Ya no había pivots de 2,20 m que corrían y tiraban como bases, pero había creadores de tiro (otro arquetipo) que podían driblar con facilidad, hacer mates delante de jugadores grandes y anotar cayéndose o con dos jugadores rivales defendiéndole desde casi todas las posiciones posibles.

En vez de nerfear este y otros arquetipos en NBA 2K 18, Visual Concepts (los desarrolladores del juego) 'decidió' (más bien se vieron empujados a ello por Take - Two Interactive, compañía a la que pertenecen) que fuese más difícil saber cuál era el arquetipo chetado. Esto hacía que prácticamente eligieses a ciegas, ya que al confeccionar al jugador con los dos arquetipos que podías elegir esta vez sólo se te mostraba unas barras que te enseñaban si un determinado atributo se podía mejorar mucho o poco y las principales insignias de tu jugador.

Image not found or type unknown



Estas barras sólo te mostraban el valor real del atributo que estabas subiendo una vez que invertías vcs (las moneda del juego). Así que tenías que gastarte unas 200 000 vcs (100 euros, que es lo que vale comprar esa cantidad de monedas en la *store*) para que tu personaje subiese a media 85 (no a 99) y saber si tenía 60 de triple o 85. Ni si quiera las famosas barras te ayudaban a orientarte, ya que un pivot penetrador podía tener estas casi al máximo en el atributo de velocidad y luego resultar que sólo tiene 70 puntos y no 99, que es el tope.

Esto, que luego fue solucionado mediante un parche que sí permitía ver el valor real de cada barra sin tener que gastar vcs, y otros muchos casos han provocado una fractura entre el juego y la comunidad. Ante el atropello de las vcs o los mts (la moneda de My Team, el otro gran modo del juego), los jugadores han empezado a buscar *exploits* o *glitches* que les permitan romper el juego para obtener esas dos monedas sin tener que gastarse dinero real en el título.

A mí me ha servido para darme cuenta de que no merece la pena ni pasar por el aro para comprar monedas ni tampoco romper el juego para obtenerlas de manera

gratuita. Dedicaré mi tiempo a otro juego que me guste y no me haga sentir culpable tanto por una cosa como por la otra. Tampoco pretendo dar una impresión de moralista o de juzgar el comportamiento de los demás. Yo también he gastado dinero real en comprar monedas y he usado algún *exploit* para conseguirlas de forma gratuita, pero ni el proceso ni el resultado me valían la pena. Ni tampoco me dejaban satisfecho, ya que el juego está pensado para crearte una necesidad continua que sólo acaba cuando sale el juego del año siguiente. Y vuelta a empezar.

Al principio del texto decía que no estaba muy de acuerdo con las personas apocalípticas que odiaban el fútbol moderno. Sin embargo, no tengo una postura tan optimista con los videojuegos deportivos. Al fin y al cabo, el deporte es un ámbito más de la vida. Y por tanto en él está presente el azar, el factor humano, los factores meteorológicos, etc. Todo esto puede hacer que no siempre gane el equipo rico o el máximo favorito. Pero todos estos condicionantes se pierden en el deporte electrónico, ya que todo lo que pasa dentro del juego está programado y controlado (sólo intervendría el factor humano).

Si en la vida real soy malo tirando a portería, puede que el azar me permita marcar gol. O que el viento cambie la trayectoria de mi lanzamiento haciéndolo entrar. Si en un videojuego cojo a un jugador con un atributo muy bajo de tiro, tendré una posibilidad casi nula de que el balón entre, ya que hay muy pocos condicionantes a tener en cuenta (mi atributo de tiro, el atributo para parar ese balón del portero y el posicionamiento de los dos a la hora de efectuar ese remate). En la vida real importaría el terreno de juego, la superficie con la que he contactado con el balón, el ángulo de mi golpeo, la potencia que he puesto en él, etc.

Si defiendo que el fútbol real no es un negocio, al menos no en su totalidad, es porque esa vía comercial ha ayudado a mejorarlo, a que sea más comprensible a nivel técnico y a que llegue a más gente. En los videojuegos deportivos seguimos teniendo los misterios de el hándicap, la química, las green light windows, etc. Y todo ello porque sus desarrolladores se niegan a aclarar el tema. Pero puedes seguir comprando monedas, que ahí no existe misterio alguno.

Soy pesimista con estos juegos porque uno puede ver un partido que le interese o ver una competición y ya. De hecho, contratar todos los paquetes de fútbol o toda la NBA saldría por un precio similar o inferior que el de comprar el precio del juego (con ediciones que superan los 120 euros) e invertir luego monedas. Este negocio no ha servido para profesionalizar los videojuegos deportivos, porque ya hace años

que su margen de mejora es mínimo. Tampoco para que sepamos más de ellos a nivel técnico, porque los desarrolladores no quieren desvelar su truco de magia. A pesar de que ahora tengan infinidad de canales para comunicarse con su público. Así que te queda la sensación de que estos juegos están pensados con el único fin de atraer a las ballenas, que es como se conoce a los jugadores capaces de invertir grandes cantidades de dinero (más de 1000 euros) en micropagos.

Por eso soy pesimista con los videojuegos deportivos, porque empiezo a pensar que, en ellos, sí prima más la parte comercial que lo que pasa dentro del terreno de juego. Pero me ahorraré los hashtags, para vuestra tranquilidad.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)

Fotografía: Nueva Revolución

Fecha de creación

2018/10/07