

eSport como factor económico

eSport as an economic factor

eSport como fator econômico

Carlos Eduardo Vargas-Olarte

Dr. Sportwissenschaftler / Ciencias del Deporte, Director del Centro de Investigación SFBD – Cali, Colombia
director@centroinvestigacionsfbd.com <https://orcid.org/0000-0002-2689-129X>

Resumen

En el campo del entretenimiento deportivo, se presenta un hecho que es notorio debido a: 1. un crecimiento exponencial del número de practicantes, audiencias y aficionados 2. una alta rentabilidad de los negocios con perspectivas de un crecimiento significativo en los próximos años. Se trata del eSport (Deporte Electrónico), una actividad que no es reconocida como disciplina deportiva por el Comité Olímpico Internacional, debido a dos factores: 1. Al énfasis que se le coloca al movimiento físico como atributo principal para ser considerada una disciplina deportiva. 2. Al rechazo general de los contenidos de violencia, agresividad y destrucción de algunos juegos (*e-Gaming*). Este artículo se propone dimensionar la importancia del eSport como un factor económico consecuencia de haber desarrollado un producto lo suficientemente atractivo para la población joven que por lo general representan intereses que no están en pro de los deportistas, los aficionados y los diferentes grupos de interés. En el caso del eSport esta situación no afecta a los interesados quienes están dispuestos a seguir pagando para disfrutar de su entretenimiento.

Palabras clave

eSport; deporte electrónico; era digital; cibercultura; Deporte 4.0; modelos de Deporte; corporalidad lúdica; movimiento humano; movimiento lúdico; *gamer*.

Abstract

In the field of sports entertainment, there is a fact that is quite remarkable due to: 1. an exponential growth in the number of practitioners, audiences and fans 2. a high profitability of the businesses with prospects of significant growth in the coming years. This is eSport (Electronic Sport). The curious thing is that this activity is not recognized as a sport discipline by the International Olympic Committee, due to two factors: 1. The emphasis placed on physical movement as the main attribute for it to be considered a sporting discipline. The emphasis placed on physical movement as the main attribute for it to be considered a sporting discipline. 2. The general rejection of the contents of violence, aggressiveness and destruction of some games (*e-Gaming*). This article aims to measure the importance of eSport as an economic factor as a consequence of having developed a product that is sufficiently attractive to the

F.R. 15/10/ 2019 F.A. 22/12/ 2019

Cómo citar: Vargas-Olarte, C.E. (2020). eSport como factor económico. Revista Libre Empresa, 17(1), 63-92

<https://doi.org/10.18041/1657-2815/libreempresa.2020v17n1.7127>

Este es un artículo Open Access bajo la licencia BY-NC-SA <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

young population, which in order to be successful, has not required the blessing of traditional hierarchies that generally, represent interests that do not always play in favors of sportsmen and women, fans and different interest groups. In the case of eSport this situation does not affect the interested parties who are willing to continue paying to enjoy their entertainment.

Keywords

eSport; electronic sport; digital age; cyberculture; sport 4.0; sport models; playful corporeality; human movement; playful movement; gamer.

Resumo

No domínio do entretenimento desportivo, existe um fato que é bastante notório devido: 1. ao crescimento exponencial do número de praticantes, públicos e adeptos 2. À elevada rentabilidade dos negócios com perspectivas de crescimento significativo nos próximos anos. Trata-se de *eSport* (*Electronic Sport*). Chama a atenção que essa atividade não seja reconhecida como disciplina esportiva pelo Comitê Olímpico Internacional, devido a dois fatores: 1. A ênfase dada ao movimento físico como principal atributo para ser considerada uma disciplina esportiva. 2. A rejeição geral do conteúdo de violência, agressividade e destruição de alguns jogos (*e-Gaming*). Este artigo tem como objetivo avaliar a importância do *eSport* como fator econômico em decorrência do desenvolvimento de um produto suficientemente atraente para a população jovem, que para ter sucesso não exigiu a aprovação de hierarquias tradicionais que geralmente representam interesses que nem sempre atuam a favor de atletas, torcedores e grupos de interesses diversos. No caso do *eSport*, esta situação não afeta os interessados que desejam continuar pagando para desfrutar de seu entretenimento.

Palavras-chave

eSport; esporte eletrônico; idade digital; cibercultura; esporte 4.0; modelos esportivos; corporeidade lúdica; movimento humano; movimento lúdico; *gamer*.

1. Introducción

Con el propósito de facilitar la lectura comprensible sobre el tema, inicialmente, se hace necesario precisar algunos aspectos conceptuales básicos sobre el deporte y el *eSport*, las potencialidades de beneficio para los practicantes, las situaciones de riesgo y la descripción de algunos hechos que permiten reconocer su importancia como factor económico. Los aspectos conceptuales permitirán el reconocimiento de su desarrollo como un hecho que integra lo socio tecnológico, lo sociocultural y lo socioeconómico, lo cual es estudiado dentro del espectro de las Ciencias del Deporte (sociología, economía y gestión del deporte).

De esta manera, se facilitará comprender cómo el *eSport*, conserva la esencia del origen del deporte en la relación con lo industrial y lo social desde su nacimiento como transformación del juego en la sociedad agraria debido a la estrecha relación e influencia de los desarrollos de los aspectos tecnológicos y científicos, los cuales influyen en el uso del cuerpo, las técnicas corporales, el movimiento lúdico y el juego.

El deporte y el *eSport* surgen en el marco de la interacción con la industria, la sociedad y lo socio tecnológico, lo socioeconómico y lo sociocultural. En la presente época, denominada también como era de: la cuarta revolución industrial, inteligencia artificial, la informática, la cibercultura o de la cultura digital, el comportamiento lúdico, no ha dejado de recibir estas influencias. El deporte, al igual que otros sectores de la sociedad, no ha dejado de asimilar las influencias de las diferentes revoluciones industriales.

Conceptos

- **Deporte:** fenómeno sociocultural, socioeconómico, sociopolítico, socio-tecnológico, que se relaciona con el comportamiento (manifestación) de la corporalidad lúdica-expresiva, el juego, las técnicas corporales, los motivos y el movimiento lúdico del individuo, como una entidad bio-psico-social, que integra elementos simbólicos, rituales y marcos de acción bajo diferentes motivos, intereses y necesidades para escenificar acciones agonísticas, antagónicas con: uno mismo, los demás, la naturaleza, la máquina, las aplicaciones virtuales, implementos o sin ellos, en espacios abiertos o cerrados, con reglas o sin ellas, -simples acuerdos- en espacios y tiempos definidos (Vargas, 2019).

El deporte no es solo una actividad instrumental de orden físico-biológico, ni limitada al campo escolar o a la diversión. El deporte, es una actividad integral del humano, un campo de acción, un objeto de estudio, un hecho y un sistema social de amplio espectro y complejidad, con posibilidades y limitaciones para contribuir al -desarrollo – el mejoramiento y -el equilibrio personal, así como para desarrollar el sentido de vida, el cuidado de la salud, la prevención de enfermedades, el fomentar la igualdad de géneros, favorecer la integración, la inclusión social, el desarrollo del capital social, impulsar el desarrollo socioeconómico, sociopolítico y sostenible, ayudar a la comunicación, a la movilización social, facilitar la solución de conflictos, la búsqueda, -conservación y mantenimiento de la paz promoviendo valores como la fraternidad , la solidaridad, la no violencia, la tolerancia y la justicia (Vargas, 2019).

Las actividades deportivas se desarrollan en el marco de una complejidad intersistémica e interdependiente (heterogénea, multidimensional, simbólica y semántica). El deporte como acción convergente relaciona a la cultura somática, la corporalidad, la cultura de movimiento, el juego, la cultura lúdica y el entorno (diferencias y relaciones). El deporte como hecho social es uno sólo (unidad). Existen diferentes modelos y numerosas disciplinas, juegos, actividades deportivas (Vargas, 2019).

El deporte como fenómeno sociocultural inherente a la modernidad surge como un proceso social derivado de la revolución industrial y del urbanismo de los Siglos XVII y XVIII, hechos que influyeron las conductas lúdicas de las comunidades agrarias bajo los criterios del mundo laboral y de la libre competencia: tiempo, roles, funciones, responsabilidades, reglamentos, delimitación de áreas, espacios, criterios de comparación y control de la emocionalidad (Vargas, 2012), (Vargas y Rittner 2017).

- **Deporte 4.0** es un concepto que sintetiza el salto cualitativo y cuantitativo (cambio extensivo e intensivo) que se ha dado en la práctica, el desarrollo, la concepción y organización del deporte en los últimos 50 años. Bajo este concepto se presentan los análisis y las razones de la -actual- práctica deportiva, amplia, variada y multidimensional que de un lado, conserva y refuerza el pragmatismo de la industria y de otro, ofrece posibilidades de respuestas -internas- con sentido y significado desde los pensamientos, sentimientos y sensaciones ante los desafíos existenciales que ha impuesto el estilo de vida influido por la globalización, basado en la estandarización, la maximización de beneficios, la hegemonía del diseño, la aceleración de los procesos y el sentido de urgencia (Vargas, 2019).
- **eSport.** Los acuerdos terminológicos en los medios académicos, científicos y de las organizaciones del deporte caracterizan el enfoque, uso y diferenciación de esta expresión de la siguiente manera: **-eSport -en singular-** se emplea como concepto cuando se hace en referencia a la actividad deportiva que comprende a los juegos deportivos electrónicos de competición bajo reglas específicas, que permiten el acceso a diferentes dispositivos y plataformas *online* u *offline*, en la modalidad de multijugador de diferentes disciplinas a través del computador o del video, vía

Internet-su entorno nativo- y/o realidad aumentada, consolas y *Smartphone*. Estas competiciones para considerarse como *eSport*, preferiblemente deben acogerse a los principios y valores universales del deporte. Las competencias se pueden realizar en forma libre -entretenimiento o competición- o participando en Ligas, Torneos y Campeonatos oficiales. Uno de los atractivos diferenciales que ha contribuido a su enorme expansión, es la posibilidad de interacción entre jugador y espectador en las emisiones *streaming*. (elaboración del autor apoyada en los conceptos de: *Deutscher Bundestag*, 2017), (*ESBD*, 2018), (*Bundesregierung*, 2018).

El término simulaciones electrónicas de deportes (o deportes virtuales para abreviar) se utiliza siempre que se trata de la transferencia de deportes al mundo virtual. Se pueden encontrar ejemplos en el fútbol, el tiro con arco, la navegación, el baloncesto o el tenis, entre otros, aunque no siempre participan las asociaciones deportivas nacionales o internacionales pertinentes. Las simulaciones electrónicas de deportes adoptan muchas formas, que van desde los videojuegos y los juegos de ordenador hasta formas virtuales de ofertas que integran movimientos deportivos". *Deutscher Olympischer Sportbund (DOSB)* (2018).

eSport [...] "es la competición de videojuegos o juegos de ordenador, especialmente en computadoras y consolas, de acuerdo con las reglas establecidas". (§ 2 de los estatutos del *EBSD*, 2018- *eSport Bund Deutschland*- Federación Alemana de deporte Electrónico).

eGaming. Son competencias en medios electrónicos, virtuales, o de realidad aumentada que no se ajustan a los límites de las formas, normas, principios y valores del deporte. Es el caso de los juegos de luchas, batallas, guerras, ataques terroristas y antiterroristas.

- El uso de la expresión **deportes Electrónicos (eSports)- plural-** es propio de un lenguaje general que integra la simulaciones deportivas y lo *e-Gaming* -no diferenciado- (definiciones reales). Este término ha sido acogido en campos como el periodismo deportivo, la industria deportiva, un sector de la política deportiva y la economía del deporte. Otra razón para que el uso de esta expresión se haya hecho común en varios países, se debe a los errores en las traducciones. En el caso del idioma alemán, haciendo transcripciones literales de las traducciones sin tener en cuenta las variaciones de las declinaciones de los sustantivos, adjetivos, el uso de pronombres y preposiciones (acusativo, dativo, genitivo, con acusativo o dativo).

eSports es un deporte competitivo en el que lo jugadores usan sus habilidades físicas y mentales para competir en varios juegos en un entorno virtual y electrónico *International eSports Federation -IESF-* (2020).

- **El proceso de diferenciación (entre eGaming y eSport)** ha permitido el reconocimiento del *eSport* por parte del Comité Olímpico Internacional, como una actividad deportiva desarrollada en tiempos de la complejidad, la digitalización, la realidad virtual y aumentada, aspectos que se interrelacionan y hacen convergencia en torno a estos juegos.
- La necesidad de esta diferenciación, surgió inicialmente en Alemania (*DOSB*, 2018, 2019), como respuesta a los cuestionamientos morales, sicopedagógicos y sociales frente a las manifestaciones de alteración comportamental por parte de los jugadores que practican en forma incontrolada en tiempo- dedicación intensiva- , "conducta adictiva ", formas de organización -libre, relación y comunicación "tóxica", estimuladas por las expresiones de violencia y agresividad de algunos juegos (*E-Gaming*). La práctica del *eSport* remite al aprendizaje y la aplicación de procesos inherentes a la relación de la conducta lúdica y de aprendizaje (habilidades neurocinéticas, los reflejos visuales, la coordinación oculomanual, la motricidad fina, la alta concentración, la persistencia, la perseverancia, la anticipación, la orientación espacial, la libertad de acción, la precisión, la exactitud, el pensamiento estratégico, la habilidad táctica, el análisis de datos, la

selección rápida de la información, la toma de decisiones, la retroalimentación inmediata- ciclo ensayo-error- la visión periférica/ la amplitud del campo visual) con la tecnología (la conectividad, la interactividad, las mediciones). y por supuesto, con sus riesgos.

- Los riesgos para la integridad del deportista (*gamer*) son una realidad inherente al E -Sport. (*Gamers Health*, 2018): Las amenazas y peligros asociados a la práctica incontrolada, remiten a contemplar la necesidad de demandar buenas practicas de actividad deportiva, relacionadas con el canon de los valores, seguridades y protección de los practicantes. Igualmente la vigilancia y control deben de estar atentos, tanto a la incitación implícita al mercado de las apuestas, como al uso de fármacos para el déficit de atención y sicorreguladores para el manejo del estrés y por supuesto del “doping tecnológico” para detectar y explotar los errores del software en algunos juegos. Estas amenazas al sistema del *eSport*, comprometen con la creación de los comités de ética y regulación antes de que se convierta en un terreno atractivo para la piratería, la corrupción, el tráfico de sustancias y demás conductas propias de un “oeste salvaje”. Estos riesgos y amenazas, no son exclusividades del *eSport*, también lo son para el deporte tradicional y demás sectores de la sociedad.
- Entre las buenas prácticas requeridas están: la gestión del estrés por la presión de la dinámica de juego, el valor de la actualización y la rapidez de los nuevos aprendizajes, la necesidad de asesoramiento, orientación psicopedagógica y deportiva para contrarrestar la ciberdependencia, el comportamiento violento y agresivo, el juego, las deficiencias emocionales, motrices y sociales, el menor rendimiento escolar y los posibles episodios de epilepsia.
- El círculo de prevención deberá ser extensivo a los padres, las familias, las comunidades escolares, los asesores jurídicos y contables, y se centrará en cuestiones clave como: prácticas deportivas regenerativas, suspensivas, compensatorias, terapéuticas, trabajo en equipo, solución de conflictos, liderazgo participativo, manejo de problemas de atención, reacción, concentración, comunicación y manejo del estrés (sicorrelajación).
- El *eSport* es una actividad deportiva que se ha convertido en una tendencia mundial de entretenimiento producto de las actuales relaciones e interacciones con los procesos socio tecnológicos, socioculturales y sociopolíticos, así como de la diferenciación que ha experimentado el deporte (modelos de deporte).

Desarrollo del eSport

Este proceso de la digitalización del juego deportivo, se inició a finales de los años 40 del siglo pasado, por parte de tres físicos: *Thomas T. Goldsmith Jr* y *Estle Ray Man* que se divertían jugando con los rayos catódicos a manera de cohetes y llegaron a solicitar una patente en 1947 y otro, *William Higinbotham* que lo hacía divirtiéndose -en sus espacios de ocio- con los osciloscopios, simulando la práctica deportiva del tenis en el primer intento real de juego deportivo con medios tecnológicos. El primer juego digital fue el *Spacewar* desarrollado por estudiantes del MIT en 1961 hasta llegar al surgimiento de los primeros juegos digitales en los años 60 practicados por estudiantes e investigadores universitarios en USA (Hans-Bredow Institut, 2006), (Topolov, 2007), (Spox.com, 2008)

El desarrollo del mercado del *eSport*, se soporta en la amplia acogida entre niños y jóvenes y la prosperidad que pronto alcanzaron sus impulsores con el surgimiento de los “Videojuegos automáticos tragamonedas”, las salas de video juegos, el desarrollo de la segunda generación de consolas - creadas en 1966 por *Ralph Baer*-, así como por el uso de los *software* específicos de juego. Estos desarrollos favorecieron la época dorada – inicio de la comercialización de los videojuegos-, a mediados de los 70 y durante los años 80, con juegos de habilidades básicas (*Atari*-norteamericana- y *Nintendo*-japonesa-) que pronto se convirtieron en un pasatiempo favorito de los niños y jóvenes que podían

acceder a un PC, a la conectividad y a la interactividad (mundo virtual). De un lado, la firma *Magnavox* lanzó la “*Brown Box*” y el juego *Magnavox Odyssey*, y por otro lado, *Atari* colocó en escena el juego PONG a manera de un *Ping Pong* electrónico en 1972 (Astinus, 2015), (Breuer, Görlich, 2018), (Spox.com, 2008).

El éxito del eSport no ha sido lineal, ni exponencial en este corto tiempo de su desarrollo. La primera crisis surgió a comienzos de los años 80 – el llamado *Video Game Crash*- a raíz de la saturación del mercado por la competencia entre los proveedores de consolas y juegos que ofrecían modalidades sin mayor diferenciación. Ejemplo de ello fueron los años dorados del *Arcade Games* (1978-1982), de *Billard* y *Flipper* que llenaron con máquinas automáticas tragamonedas las salas de juego (Schrötter, 2014). Algunas firmas como *Atari* acusaron las consecuencias de esta situación y salieron del mercado. La oportunidad la aprovecharon los fabricantes de las computadoras de hogar (*Apple*, *Commodore* y *Amiga*) que muy pronto desarrollaron modalidades amigables y diferenciadas, no se requerían conexiones eléctricas, sino que los nuevos equipos venían con microprocesadores y software incorporados gracias a la asociación que algunas de ellas hicieron con la firma japonesa *Nintendo* (*Nintendo Entertainment System-NES*). (Beil, 2013) (Walter, 2001), (Byrne, 2019). Esta situación permitió el desarrollo de los juegos digitales de desafíos, con otros jugadores y de manera individual. Se desplazó el lugar de juego de las salas de juego al espacio en el hogar, las universidades o en los cibercafés.

El término eSport(s) se originó en finales de los años 90, en medio de los desarrollos tecnológicos de la realidad virtual que se habían insinuado desde finales de los 70 y a comienzos de los 80. Los nuevos avances estaban relacionados con notorias mejorías de las facilidades de conexión a internet-universalización del juego en línea-, los desarrollos de las perspectivas de videocámara sobre el juego y los jugadores, el modo de juego múltiple, no sólo contra el *Software* sino contra otros equipos. El cambio: Los jugadores descubrieron otras opciones de prácticas colectivas (4 jugadores) recurriendo al uso de adaptadores, la conexión al televisor, la introducción de las mediciones, así como de la capacidad de banda que comenzaba a facilitar la transmisión de datos e imágenes (posibilidades gráficas). La complejidad de los juegos se aumentó dadas las combinaciones de gráficas, imágenes y videos. La popularidad alcanzó notorios niveles de audiencia y la *Nintendo World Championships* (*NWC*) se constituyó en el evento mas destacado (Rauscher, 2011). A finales de los años 80, uno de los juegos más relevantes y de mayor éxito fue *Massively Multiplayer Online Role- Playing Games* (*MMORPG* s) que permitía la participación de docenas y centenares de jugadores (Wiemken, 2001). En 1994 fue el año de éxito del *PlayStation* que mejoraba la ilustración gráfica y la integración de secuencias filmicas (Beil, 2013).

Es en 1997 en USA (Dallas, Texas) cuando surge la primera organización que explota comercialmente la idea de competir profesionalmente en videojuegos dándoles un carácter deportivo, integrando los elementos de marca y publicidad que eran rechazados por la comunidad de *gamers* y la industria de los juegos. Se origina la *Cibertathlete Professional League* (*CPL*) como empresa fundada por Ángel Muñoz (norteamericano) quien desarrolló un modelo de competición local que en el transcurso de cuatro años pasó a ser una liga mundialmente reconocida. El modelo de *CPL* fue copiado por la *Electronic Sports World Cup*, el *World e Spts Master* (*WM*). En el 2005 *CPL* cambió de formato hacia *World Tour*. *CPL* fue comprada en el 2010 por *WoLong Ventures Pte. Ltd* de Singapur. Posteriormente *CPL* trasladó sus operaciones a China que en el momento aporta el mayor numero de televidentes y seguidores por los canales de *Twitch*, *Doyu* y *Weibo* (Wolf, 2013).

Entre los eventos que concentraban los nuevos ambientes deportivos que capitalizaban 1. el efecto multiplicador de la realización competencias intra e interuniversitarias en USA, 2. el desarrollo de la industria de los video juegos en Asia y USA. Y 3. el despertar del interés por el cubrimiento informativo (medios tradicionales y nuevos medios) de los eventos de eSport en Corea del Sur (un propio canal de TV en 1998), Japón y USA. Entre los eventos mas atractivos estaban: las “*L.A.N parties*” (*Local*

Arena Network) que convocaban a grupos de competencia que conectaban varias líneas a un solo PC en las nuevas modalidades de juegos masivos. Los juegos originarios y los eventos pioneros fueron: *Doom*, *Warcraft*, *Quake*, *Age of Empires*. Estos juegos se realizaban en reconocidos escenarios deportivos internacionales: *Seoul World Cup Stadium*, *Madison Square Garden*, *Staples Center*, El Estadio Nacional de Pekín, así como los atractivos premios para los ganadores (Müller- Lietzkow, 2006).

En el cambio de siglo, ante las oportunidades que ofrecía un mercado en crecimiento, los actores interesados se enfrascaron nuevamente en una competencia por el crecimiento cuantitativo, saturando el mercado y generando pérdidas. Otro factor que jugó en contra de un crecimiento ordenado y atractivo, fueron las deficiencias estructurales, normativas y organizacionales. Cada quien actuaba a su manera y bajo sus propios intereses: numerosas ligas y campeonatos. De cierta manera esta fase fue caótica en USA y en Europa en donde se organizaron torneos internacionales como *Electronics Sports World Cup* (Francia, 2003), *World eSports Masters (WEM)* que estuvieron matizados por algunos escándalos (Hamann, 2010), (Spiegel, 2011).

Entre tanto Corea del Sur supo aprovechar la oportunidad para asumir el liderazgo de la industria del eSport, articulando los intereses público-privados y procurando la profesionalización de todos los actores de la industria, dimensionando la importancia de la gestión del conocimiento, la innovación y la tecnología. En el cambio de siglo se creó la *Korean eSports Players Association (KeSPA)* que en momento alguno fue una asociación de jugadores, por el contrario se trataba de una supra estructura de primer nivel, en donde participaban los Ministerios de Cultura, Deporte y Turismo, así como los operadores de telecomunicaciones con dos objetivos claramente definidos: 1. El manejo ordenado y coordinado de un nuevo sector económico con beneficios para todas las partes y 2. Integrar el proyecto al plan de desarrollo tecnológico y educativo del país bajo el cumplimiento de la rigurosa ética del trabajo coreano. KeSPA es miembro del Comité Olímpico de Corea y de la *International eSports Federation (IeSF)*- Federación Internacional de Deportes Electrónicos. El campeonato mundial de la *League of Legends* en el 2017 la ganó el equipo de *Samsung Galaxy* y fue transmitido por más de 30 plataformas (*Twitch*, *Douyu*, *Youtube*, *Weibo*), ESPN; Chile Visión, y TNT Sports en 19 idiomas para una audiencia de 57.6 millones de espectadores (Breuer, Görlich, 2018), (Truong, 2014)

Esta asociación colocó los precedentes para el desarrollo de un modelo de negocio con perspectivas de prosperidad dentro de la industria del entretenimiento, lo suficientemente atractivo para convocar inversionistas con capital financiero y tecnológico, fomentar las exportaciones de equipos, programas y componentes, además de captar la atención de amplios sectores de la opinión pública (ecosistema de medios). El primer gran emprendimiento de esta organización fue la realización en el 2001 de los *World Cyber Games (WCG)*, Juegos olímpicos de los videojuegos). De esta manera, Corea del Sur se convirtió en referencia obligada en aspectos estructurales, reglamentarios de juego, para el otorgamiento de licencias, regulación de las transferencias, el manejo de patrocinios, el cumplimiento de requisitos y estándares de calidad para la gestión. Lo anterior se tradujo en dos aspectos claves: la contribución al desarrollo económico del país y el dominio deportivo en diferentes disciplinas a nivel mundial. Bajo este modelo en el 2000 se creó la *Electronic Sports League* de Alemania (*ESL*) - competición en computador- y en USA en el 2002 la *Major League Gaming (MLG)*-competición en consola-. Estas organizaciones impulsaron la expansión del eSport en USA y en Europa (Breuer, Görlich, 2018).

La primera década del siglo XXI reveló los resultados de la estrategia de los coreanos, la necesaria referenciación de quienes supieron reaccionar con la aplicación de las medidas correctivas, de los planes de mejoramiento y la profesionalización de la gestión administrativa y deportiva. Estos empeños se reflejaron en el ordenamiento de los diferentes niveles y categorías de los jugadores (desde los niños hasta los profesionales), la agrupación de las modalidades de los juegos: 1. acción y precisión (tiradores tácticos). 2. simulaciones deportivas. 3. combate. 4. estrategia frente a situaciones específicas (realidad

virtual o aumentada). 5. En el ámbito competitivo, se empezaron a conformar equipos deportivos o representantes individuales apoyados por equipos interdisciplinarios conformados por: entrenadores (*Head Coach, Strategic Coach, Positional Coach*), *Data Entry*, analistas, ingenieros mecánicos, diseñadores electrónicos, *Streamers*, psicólogos, médicos, nutricionistas, preparadores físicos, fisioterapeutas, kinesiólogos y otros profesionales que acompañan el proceso de preparación y competición, especialmente durante la estancia de los jugadores en la "Casa de Juegos / *Gaming House*" donde se concentran los deportistas. (Federación Colombiana de Deportes Electrónicos-Fedecolde-, 2019)

Al final de la década del siglo XXI fue más que notable el crecimiento y la aceptación del eSport en diferentes grupos de población, lo que significó cifras positivas en lo económico: mayores ventas, incremento de los ingresos por patrocinio, mayor asistencia y el monto de los premios en los eventos (torneos). Factor decisivo de esta expansión fue la aparición de los servicios gratuitos de distribución de video en directo a través de *streaming* y *YouTube*.

En la segunda década, el creciente impacto económico y social, no se ha dejado de reflejar en las cifras del Informe de Mercado Global de los eSports (Newzoo, 2019) ([Ver Tabla 1](#)).

Tabla 1.
Impacto económico y social.

2019	
Población	7,672.2M
Población <i>Online</i>	4,120.7M
Conocimiento sobre los deportes	1,757.5M
Entusiastas de los deportes	201.2M
Ingresos de los deportes	\$1,096.1M
Ingresos anuales por entusiastas	\$5.45

Fuente: Informe de Mercado Global de los eSports (Newzoo, 2019)

En esta fase ha sido significativa la contribución de *Twitch* - servicio gratuito de *streaming*, el mayor distribuidor de contenido de eSport en el mundo- para el crecimiento exponencial de la audiencia (Truong, 2014). El eSport, se encuentra en pleno auge, llamando la atención de diversos actores del entorno del deporte, así como de otros sectores de la sociedad. Partidos políticos, entes de gobierno de diferentes países, entidades bancarias, consorcios internacionales, asociaciones industriales y comerciales. (*Deustcher Bundestag*, 2017), (2017), (*Bundesregierung*, 2018), (Coalición del CDU, CSU y SPD en *Schleswig- Holstein*, 2017).

Algunas integrantes del deporte convencional (análogo, tradicional) han incursionado en terrenos del eSport, realizando inversiones como socios de equipos: en Brasil, Ronaldo Nazario, adquirió el 50 % de CNB eSport que participa con equipos en torneos de la *League of Legends* y *Fortnite*; en España Gerard Piqué desde hace una década viene invirtiendo en la industria de los videojuegos. Inicialmente con "*Kerad Games*" en el 2011, con fracaso y cierre en el 2018; en el 2019, bajo el techo de su empresa Kosmos retornó a la escena con "*eFootball Pro*", desarrolladora de una aplicación para el Tenis (Copa Davis), propietaria de una Liga de eSports y de una agencia de medios especializada en el tema.

Entre otros futbolistas y exfutbolistas españoles que han invertido en el equipos de fútbol en E -Sport, está David Villa quien compró el equipo *DV7 E Soccer* para competir en el *VFO (Virtual Football Organization Spain)* dentro del Proyecto *FIFA Clubes Pro*. En Inglaterra, David Beckham se ha revelado como socio e inversionista de *Guild eSports* empresa de la industria de juegos y propietaria de un equipo. Zlatan Ibrahimovic, optó por invertir en una plataforma – *Challengermode*- para desarrollar

torneos de eSports y Video Juegos. Mesut Özil el jugador alemán, adquirió un equipo que lleva el nombre de *#teamozil*.

La tendencia de las inversiones, los desarrollos tecnológicos, la proximidad a los nuevos hinchas, la apertura a nuevos patrocinadores, ha llamado la atención y despertado el interés de los clubes y las ligas profesionales de fútbol y basquetbol en algunos países de Europa, Asia y Estados Unidos, ejemplo que ha encontrado eco en otros países y en otras disciplinas deportivas convencionales como el automovilismo, el motociclismo y el tenis. En el caso del fútbol en España, el Barcelona ha mostrado un interés, optando por respaldar -participar en la Liga Internacional organizada por la empresa de su jugador, Gerard Piqué -eFootball Pro League- quien ha entrado en alianza con *Konami* para competir directamente con los promotores y organizadores de los torneos más destacados en los eSports como lo son la *League of Legends* y *FIFA*. El pionero de la incursión fue el Valencia FC, seguido por el Zaragoza, el Levante, el Villarreal, el Murcia, el Sevilla y el Leganés entre otros equipos de diferentes categorías (Merkel, 2018).

En total en España hay veinte clubes de fútbol análogo que han conformado sus equipos y secciones de eSports. En Alemania equipos como el *Shalke 04* han hecho alianzas con firmas productoras de Videojuegos como la *League of Legends* para desarrollar juegos de simulación deportiva. Otros como el *VfL Wolfsburg* han desarrollado aplicaciones que se conectan con *Facebook* y *Twitter*. En Italia, la *Juventus* ha contado con la colaboración de *Astralis Group*, una de las compañías líderes en el mundo de los eSports, con una amplia y comprobada experiencia en el sector. El *Associazione Sportiva Roma (AS Roma)* tiene un plan de colaboración con la organización *eSports Fanatic*. En Inglaterra el *Manchester City*, el *West Ham United* y el *Manchester United* han canalizado sus acciones para participar en la Liga de la FIFA. Otros clubes de fútbol europeo que tienen representación en los eSports: *Besiktas* y *Galatasaray (Turquia)*, *Ajax* y *Eindhoven (Holanda)*, *PSG*, *FC Nantes* y *AS Mónaco (Francia)*, el *Celtic (Escocia)*, el *FC Copenhagen (Dinamarca)* y el *FC Boao Vista (Portugal)*.

Michael Jordán, invirtió 26 millones de dólares en *aXiomatic Gaming* y el *Club Team Liquid*. Este ejemplo lo siguió el alero de los *Brooklyn Nets* de la NBA, Kevin Durant, quien invirtió 38 millones de dolares en *Vision eSports*, igualmente Stephen Curry y Andre Iguadala de los *Golden State Marriors* dieron el salto de inversión al eSport con 37 millones de dólares en *TSM*, empeño en el que se acompañaron del jugador del fútbol americano, Steve Young. Por su parte Shaquille O' Neal lo hizo en el *NGR eSports* y en los *Kings Guard/ Sacramento Kings* en donde también han invertido otras connotadas figuras del entretenimiento internacional como: el ex beisbolista Alexander Rodríguez de los New York Yankees, el jugador de la NFL, de los Raiders de Oakland, Marshaw Lynch, Michael Strahan exjugador de los Gigantes de New York, el paracortos de Los Angeles Dodgers, Jimmy Rollings (Depor play, 2017).

El foco de inversión en el eSport, continúa atrayendo a grandes de la industria del entretenimiento como las productoras de cine, los estudios fílmicos y las cadenas de casinos que han proyectado la construcción de Arenas de E-Sport en Las Vegas. El atractivo de la rentabilidad de la venta de los derechos de transmisión (pronóstico de 340 millones de dólares en el 2020) han motivado a grupos como *Sky* y *ESPN* a iniciar estudios de factibilidad para competir contra *Twicht* y *Youtube*. El entorno universitario en USA acredita las base de una preliga con la participación de 20 universidades. Algunos jugadores de las universidades han alcanzado niveles de clase mundial y el gobierno les otorga visados *P1* al igual que a los atletas olímpicos, así como el mismo código de la actividad económica, la identificación financiera y tributaria. En lo próximos juegos olímpicos asiáticos, el eSport será una de las disciplinas de competencia. En el Japón, el *Tokyo College of Anime* ha abierto cursos para preparar a analistas y comentaristas profesionales de eSport (Financial Times, 2017; Seibold, 2019; Statista, 2019).

En Alemania, la Universidad de Ciencias aplicadas de *Darmstadt* se tienen proyectados los programas académicos en economía, marketing, gestión, derecho, entrenamiento de árbitros y analistas de eSport. El estado federado alemán de *Schleswig -Holstein* a la par de una convergencia de los partidos de gobierno en torno a la importancia del eSport, ha puesto en funcionamiento una Academia en una Universidad de Ciencias Aplicadas con la misión de desarrollar las competencias digitales y contribuir a la capacitación de monitores de eSport para los programas de Deporte Amplio (*Breitensport*)-Deporte de tiempo libre y Deporte para todos-, para las escuelas, los padres de familia, entrenadores y deportistas.

Entre las empresas que han ganado espacio en el medio del eSport se encuentran: *Adidas, Red Bull, Gillete, Intel, Samsung, Vodafone, LG Electronics, Nike, Coca Cola, Pepsi, Facebook, Amazon, Alibaba, Movistar, Hero Honda, BMW, Mercedes, Volkswagen, Audi, Toyota, Macdonald´s, Jack & Jones, Gen G eSports, ESL, Puma, Disney, South Africa Airways, Shangai Pudong Development Bank, KFC, Kellog, Lenovo, HP Omen, Asus Rog, Panini, Pull & Bear, Complexity Gaming, NGR eSports y Twicht*. Entre las empresas productoras de juegos electrónicos por ejemplo *Valve and Electronic Arts* se ha implementado una división de eSport, mientras que las productoras de videojuegos tradicionales como *Sony y Nintendo* se sienten amenazadas por este desarrollo, dado que los títulos más populares se juegan en computadoras cuyos fabricantes han establecido alianzas con otras firmas. Significativo frente a los nuevos desarrollos es la realización de estudios e investigaciones de firmas consultoras que ante la demanda los grupos de interés y la importancia de los pronósticos han creado sus divisiones de eSport: *Newzoo, Deloitte, Nielsen, Price Waterhouse, Goldman Sachs* (banco de inversión), *Citi GPS, Super Data, Marketing Tech News y World eSports Corporation* (Financial Times, 2017; Marca, 2019).

Para los practicantes, aficionados y espectadores la discusión sobre la naturaleza y reconocimiento del eSport como disciplina deportiva en el ámbito del deporte amplio (deporte para todos y de tiempo libre) o el de nivel de competición y alto rendimiento, es irrelevante. De una u otra forma, como clientes, ellos están dispuestos a pagar bien sea para divertirse, entretenerse o para competir. Para los inversionistas, el tema se maneja con cautela por que coloca en el ambiente la disputa de intereses particulares de diferentes organizaciones.

En el plano internacional, en las comunidades académicas, científicas y en algunas organizaciones deportivas, de conformidad con las estructuras y nomenclaturas propias del lenguaje científico, el tratamiento terminológico del **eSport -en singular-** se basa en los resultados de investigaciones en el campo de las ciencias del Deporte, particularmente dentro de la sociología y la teoría científica del Deporte que han permitido establecer un sistema de definiciones y conceptos nominales que facilitan su caracterización, diferenciación, delimitación, el reconocimiento de su naturaleza y esencia, así como el establecimiento del alcance, el sentido y significado, el conocimiento histórico, social, económico y político como hecho sociocultural y socio tecnológico. En cuanto a propósitos la comunidad académica, deportiva y tecnológica orientada al *deber ser* del desarrollo del eSport ha llegado a acuerdos explícitos – normativos, por coincidencia o casualidad- sobre la importancia del *Fair Play*, lo preventivo y la necesidad de establecer unas diferenciaciones terminológicas y conceptuales sobre las cuales se evidencian bases para la construcción de acuerdos.

Las discusiones fundamentadas desde diferentes perspectivas teóricas y el sentido de equilibrio de atención a las demandas de la realidad bajo parámetros del deber ser, seguramente permitirán la convergencia en torno al reconocimiento del eSport como disciplina deportiva con base en el reconocimiento de las diferencias conceptuales, estructurales y funcionales.

2. Marco teórico: Cambio en la concepción de deporte

El eSport al igual que los otros **modelos de Deporte**¹ (Vargas, 2012), (Rittner, 1975, 1977, 1979, 1982, 2003), (Vargas y Rittner, 2017): Deporte de Competencia -rendimiento deportivo² -y alto rendimiento deportivo, Deporte para la Salud, Deporte para Todos y Deporte y Nuevas Tendencias, corresponde a **un nuevo universo deportivo** que se ha configurado bajo el concepto de **Deporte 4.0** el cual requiere, de un lado, una postura analítica-crítica frente a la larga tradición del enfoque hegemónico y homogéneo del modelo de Deporte de competencia, y alto rendimiento deportivo, de otro lado, el **reconocer el dinámico proceso de diferenciación** que ha vivido el deporte en los últimos 50 años y que vivirá en los próximos años (Müller-Lietzkow, 2006)

Las posibilidades de investigación y aprendizaje de la nueva complejidad intersistémica del eSport, sus procesos y mediciones, de las formas de organización, las modalidades y los niveles de rendimiento deportivo demandan nuevas perspectivas teóricas y metodológicas, así como de la comprensión amplia, tanto de **la corporalidad**³, **la corporalidad lúdica**⁴, **el movimiento humano**⁵ y **el movimiento lúdico**⁶ a partir de las nuevas formas de relación -juego- entre los humanos, las *Tics* y otras personas, como de la interacción operativa entre los desarrollos de la realidad virtual, la realidad aumentada, el *Big data*, el *Data Mining* y el análisis de datos. El reto es dar el paso de la retórica discursiva al conocimiento objetivo. (Vargas, 2017), (Wagner, 2006)

Igualmente, a través de estudios sociodemográficos, se están abordando las preferencias de distintos grupos de población con relación a los motivos que tienen para la practica tanto del deporte como del ESport, la creación de nuevas normas, el cambio de valores (Inglehart, 1977). Así mismo se investiga sobre la búsqueda de soluciones creativas e innovadoras con relación a la salud, el bienestar, el ocio, la economía (valor añadido, modelos de cooperación, el sentido y significado del consumo considerando los efectos positivos y negativos). Otras preguntas ante las cuales se están generando

¹ Un modelo, es una imagen o representación de la realidad que la resume, sintetiza, tipifica y caracteriza en sus generalidades como un prototipo, no una reproducción a escala, sino en una parábola (simbólica) muy útil para ilustrar la estructura, las etapas, las funciones y los principales atributos de un fenómeno natural/artificial o un hecho social. Un modelo deportivo es la agrupación de una manifestación sociocultural del rendimiento deportivo de las personas.

² El rendimiento deportivo es una manifestación sociocultural de rendimiento estructural, funcional y sistémico (orgánico y psicosocial) en el sentido de no sólo el resultado, sino el proceso y la mejor manera de resolver una tarea o lograr un objetivo diferenciado en términos de conceptos y motivos, ya sea de exploración, aprendizaje, movimiento, innovación, demostración, entrenamiento o competición, en términos de movimiento para la salud, la diversión, la exploración y la experiencia, hasta el tradicional de competición y comparación

³ **Corporalidad** entendida como: 1. "premisa de la vida social" y "oportunidad para la formación de los sistemas sociales" (Luhmann, 1998) 2. la unidad integral y existencial del humano conformada por cuerpo y pensamiento, acción y sentimiento, lo consciente y lo inconsciente, lo intencional y lo no intencional, el sistema síquico, social y biológico. 3. La relación y la interacción (comportamental) entre el mundo interno y el mundo externo, entre sujeto y el objeto (posicionalidad excéntrica), entre sistema y entorno, entre lo estático y lo dinámico, entre el ser medio y la identidad, entre ser un instrumento y la unidad, entre la vivencia y la experiencia, entre la naturaleza y la cultura, entre lo individual y social. 4. Que así como es concreta, trasciende: la dimensión espacio-temporal, lo físico y lo virtual, lo real y aparente, la actividad y la identidad. Concepto desarrollado por el autor (Vargas, C.E, 2016) con base en Luhmann, (1984, 1998), la Antropología del Deporte (Gruppe, O. 1982)

⁴ **La corporalidad lúdica** referida al sentido de la expresividad simbólica del **cuerpo – y el movimiento humano-** para vivenciar, representar y transmitir el juego de imágenes y mensajes de libertad, creatividad, crítica, imaginación, fantasía, flexibilidad, emociones (alegría, diversión), experimentación (adaptación y/ o adopción de comportamientos situaciones, animales, objetos, cosas, etc.), de capacidad de abstracción de la multidimensionalidad del entorno, la integración de elementos, la auto representación como integralidad del pensar, sentir y el hacer en formas éticas y estéticas frente a la unidimensionalidad, la formalidad del trabajo y las rutinas cotidianas. La corporalidad lúdica y el movimiento lúdico contribuyen a la construcción de la **cultura lúdica, la cultura somática y la cultura de movimiento**. (Vargas, 2016). Concepto desarrollado con apoyo en las obras de Rittner, V. (1977): *Lebensweltanalyse und Theorie der Somatischen Kultur*. Einundzwanzig 5: 96-108. Bourdieu, P. (1982): *Die Feinen Unterschiede*. Frankfurt/M. Suhrkamp. Huizinga (1939/2004), Callois (1958/1982). Scheuerl (1979), Warwitsch, Rudolf (2016), Schiller (2000), Marcuse (1964), Luhmann (1984).

⁵ **El movimiento humano** bajo la óptica biomecánica y médica se define como actividad del sistema musculo esquelético que demanda una mayor energía que en su estado basal. Es tomado como una actividad corporal originada por mecanismos de estímulo - respuesta que desencadenan procesos físico-químicos, metabólicos y mecánicos coordinados por una actividad neuromotriz y/o conductas conscientes para cumplir con objetivos en las actividades cotidianas, de trabajo y/ o de tiempo libre. Las capacidades de movimiento (capacidades y habilidades motrices) se estimulan, se aprenden, se ejercitan y se entrenan de acuerdo a las necesidades, motivaciones, expectativas e intereses de las personas. En el caso del Deporte de acuerdo al modelo de Deporte, tipo y nivel de rendimiento. (Vargas, 2016). Concepto desarrollado con apoyo en la aproximación de Tiedemann (2016), la Universidad de Hamburgo: propuesta de cultura del movimiento y el texto de Haag (1986).

⁶ **El Movimiento lúdico**. Otras representaciones de la **corporalidad lúdica y el movimiento lúdico** están asociadas a expresiones artísticas como la Danza, la Mímica, la Pantomima, la Dramatización/ el Teatro, los Títeres, Performance/ Acción artística/ Muestra escénica, *Stand Up Comedy*/ Comedia en Vivo, etc. El movimiento lúdico se diferencia del movimiento en sentido biomecánico y médico por que sin ignorarle, acentúa la connotación de lo sicosocial y cultural.

investigaciones para ofrecer respuestas, alternativas de atención y solución son: ¿Cómo se abordan desde lo psicosocial y educativo, las amenazas psicofísicas y sociales de la actividad deportiva realizada en "terrenos" de realidad aumentada y realidad virtual- (simuladores) -?, ¿Si es un anacronismo conceptual el insistir que la principal caracterización del hecho deportivo radica en la actividad física - el cuerpo físico y la motricidad?

Aspectos claves de la caracterización del eSport como objeto de estudio y campo de acción práctica, son: 1. el Deporte 4.0 como propuesta de cambio -perspectiva amplia- de la concepción del deporte. 2. el reconocimiento de la irrupción en el deporte de la conectividad, la interactividad y la hipertextualidad como manifestaciones de la cibercultura (Derrick de Kerckhove, 1999). 3. la comprensión amplia de la corporalidad integral (-cuerpo-ser, cuerpo-ser-comportamiento corporal), no limitada a la parte física del cuerpo y al movimiento corporal (biológico, orgánico, material - tener un cuerpo⁷), sino que, por el contrario, considerando las capacidades integrales (la relación, interacción e integración de los sistemas biológicos, el sistema psíquico y el sistema de comportamiento social) bajo la funcionalidad neurológica de los circuitos paralelos que se forman en la corteza cerebral -cognitivo, emocional y motriz - (Redgrave, *et al.*, 2010), (Tang, *et al.*, 2015).

El enfoque de la propuesta teórica del Deporte 4.0 contribuye a soportar la caracterización del eSport, como actividad integral en la que predomina el ejercicio del sistema cognitivo, en intrínseca relación, con el sistema orgánico -perspectiva amplia del cuerpo y de la corporalidad lúdica- para ejecutar acciones con base en los procesos que involucran a la conciencia, la atención, las emociones, la sensaciones y los sentidos en la relación humano-máquina. Este enfoque enmarca el proceso de evolución y desarrollo de la concepción tradicional del deporte que hace énfasis en el uso de las habilidades motrices y las capacidades condicionales (funciones orgánicas) sin desconocer los aspectos cognitivos, emocionales y sociales. En particular en relación con los aspectos claves del enfoque de Deporte 4.0 relacionados con el eSport, se delimitarán en el marco teórico y la metodología del presente artículo, precedidos por la referencia sociohistórica y socioeconómica que caracterizan su proceso evolutivo.

Relación Deporte – eSport

El eSport se trata de un conjunto de juegos electrónicos en tiempos de la complejidad, la digitalización, la realidad virtual y aumentada, aspectos que se interrelacionan y convergen en torno a esta actividad deportiva que demanda una actualización de la concepción del Deporte que aún permanece arraigada a la lógica y al entorno de su surgimiento durante la primera revolución industrial, así como a la concepción dualista de cuerpo físico- y espíritu, o cuerpo y mente de la época de Platón. Frente a la necesidad de actualización de estas concepciones, se pueden tomar los aspectos estructurales del hecho deportivo: cuerpo, corporalidad, movimiento, juego, técnicas corporales, motivos y relaciones.

Dado que el tema de discusión entorno al reconocimiento del eSport como disciplina deportiva, se ha centrado en una concepción dualista del ser, que antepone el movimiento físico como pre requisito limitante- excluyente- , mientras que para el automovilismo sí se vale una concepción incluyente ampliada e integral, tanto de la corporalidad como de la práctica que integra el movimiento lúdico (deportivo) en la preparación para la competencia. En este artículo se opta por soportar la perspectiva de integralidad con base en las nuevas concepciones del cuerpo, la corporalidad, la cultura del movimiento y del deporte:

⁷ Esta perspectiva tradicional ha permanecido -casi que hegemónicamente- desde el surgimiento del deporte como hecho social en el siglo XVII. Este acento fue dominante, haciendo del deporte un sistema homogéneo, hasta hace 40 años, cuando los procesos de interacción y relación con la tecnología de la información y los procesos de diferenciación social (Luhmann, 1984) y sus efectos influyeron en la diversificación de motivos de practica y en consecuencia de la diferenciación de los modelos de deporte, las formas de organización y la comprensión del rendimiento deportivo (Vargas, C.E; Rittner,V.: 2017), lo que condujo a una nueva concepción del deporte caracterizándolo como un hecho social heterogéneo. El entender la evolución del Deporte como hecho social en estrecha relación con la realidad "real" y la "realidad virtual" permite la comprensión de la coexistencia de los diversos enfoques y modelos de deporte.

1. **El cuerpo como portador de capacidades funcionales, orgánicas, psíquicas y sociales, integradas en la corporalidad lúdica** como un sistema autorreferencial ((Maturana, 1980; Luhmann, 1984), Rittner (1975, 1977, 1979, 1981, 1982, 1983, 1984, 1985), Meinberg (1981), Wilke (1983), Cachay y Thiel (1987), Stichweh (1990), Bette (1992, 1999, 2004, 2007), Thiel (1997), Zuluaga y Gómez (2016), Vargas y Rittner (2017)). Un cuerpo que es comprendido, no como un cuerpo estático, sino como un cuerpo dinámico, un cuerpo relacional (relaciones intersistémicas) y un instrumento de uso social que contribuye a: encontrar el sentido, el significado, la conciencia de su interior y exterior más allá de lo biológico.

Un cuerpo entendido mas allá de la perspectiva analítica de las partes, sino como sistema orgánico/ biológico y sistema comportamental (Plessner, Bock, Gruppe, 1967), (Merleau Ponty en Ferrada, 2019), (Parsons, 1978). Desde la Teoría de los Sistemas Sociales, el Cuerpo se define y se entiende: 1. No teniendo como base al sujeto, sino la óptica de su comportamiento social- la comunicación-, el orden propio de sus relaciones para que esto sea posible “el uso cotidiano de los cuerpos en los sistemas sociales” (Luhmann, 1998), el uso social del cuerpo (Mead, 1934). 2. como **entorno de la sociedad** (Luhmann, 1998) y 3. como un **sistema autorreferencial** (Luhmann, 1998), 4. la inscripción del cuerpo – “la forma materializada” de género, clase social, etnia y formación como lo plantea Bourdieu (1982) en la Teoría del hábito.

2. Un cuerpo y una corporalidad que no solo son producto de un desarrollo biológico, sinó también de una construcción social. Aprender a mirar el cuerpo no sólo desde la base física (ciencias naturales), sino desde su esencia como entorno en la sociedad -en relación con el individuo- su uso sociocultural bajo la influencia de diferentes procesos ideológicos, sociales, económicos, políticos y tecnológicos. En los últimos 50 años se han sucedido hechos que evidencian estas interacciones e incidencias en el desarrollo del deporte⁸. En el caso del deporte la relación con otros sistemas sociales se articula gracias a la corporalidad/ cuerpo como entorno de la sociedad.
3. **La comprensión amplia de la de la corporalidad, la corporalidad lúdica, el movimiento lúdico** permite la perspectiva complementaria y de integralidad . Holismo- entre la "lógica externa" (de procesos y resultados, que se puede medir y cuantificar) y la "lógica interna" (la percepción, la interpretación, la sensación y la evaluación con base en criterios apreciativos) de los comportamientos de la perspectiva lúdica deportiva y de la corporalidad integral. De esta manera la importancia de la relación complementaria entre lo cuantitativo y lo cualitativo es consistente con la diferenciación de otros modelos de deporte, no limitados a la perspectiva competitiva y del alto rendimiento deportivo (Vargas, 2017).
4. **La cultura de movimiento** hace referencia al conjunto de posibilidades de acción consciente del movimiento humano (capacidades, habilidades corporales, motrices, sensoriales, cognitivas y emocionales) que le permiten asumir y vivenciar un comportamiento activo, intencional en la relación consigo mismo, con el medio ambiente (natural, social o lo artificial) en la cotidianidad, el trabajo y el tiempo libre. El Deporte es solo una parte de la cultura de movimiento. (Vargas, 2016).

⁸ El modelo de pirámide estuvo vigente desde la posguerra hasta mediados del decenio de 1980, en paralelo a los fenómenos sociales y políticos que marcaron el prelude de la "caída del Muro de Berlín" (1989), el avance de la "glasnost" y la perestroika -Deporte diversificado-, diferentes modelos de Deporte, como consecuencia de los cambios estructurales y de valores de la sociedad que también afectaron a sus estructuras. Winners, W.; Schröder, W. y otros (1982). La cultura física y el Deporte en la RDA. Editorial de Deportes de Berlín (Vargas, CE; Rittner, V., 2017). A finales del decenio de 1960 y principios del de 1970, como fenómeno relacionado con las posibilidades expresivas de la inconformidad, la necesidad de cambio, la libertad, la falta de respeto y la protesta, surgieron nuevas formas de expresión y comunicación en relación con la corporalidad, el movimiento, la danza y el juego como posibilidades de comportamiento personal, social y cultural. El comportamiento físico, los movimientos, las técnicas y las acciones corporales, así como los gestos y la vestimenta han adquirido y/o reivindicado su importancia social como medios de expresión y comunicación de la forma en que pensamos, sentimos y vemos la vida. En la década de 1960 se conocían unas treinta (30) disciplinas deportivas, y a finales de la década de 1980 había ochenta (80) disciplinas deportivas. En la primera década del siglo XXI, se pudieron inventariar unas 140 disciplinas deportivas. "Anuario de Deportes 1988/89. Anuario de Estadísticas Deportivas. El año deportivo de la A a la Z. Rodgau. Durante la consulta de Wikipedia en junio de 2017, se hace referencia a más de 450 actividades/disciplinas deportivas (Vargas, CE.; Rittner, V. 2017).

5. El deporte como un fenómeno sociocultural, socioeconómico, sociopolítico, socio-tecnológico, que se relaciona con el comportamiento (manifestación) de la corporalidad lúdica-expresiva y el movimiento lúdico del individuo como una entidad bio-psico-social, que integra elementos simbólicos, rituales y marcos de acción bajo diferentes motivos, intereses y necesidades y escenifica acciones agonísticas, antagónicas con uno mismo, con los demás, con la naturaleza, con la máquina, con las aplicaciones o sin ayudas, en espacios y tiempos definidos. (Luhmann, 1984, Vargas y Rittner, 2017)

En cuanto a los motivos y preferencias de los grupos poblacionales en relación con el eSport se ha establecido la creciente participación los niños y jóvenes, como deportistas o espectadores. Estos grupos de población están buscando nuevas experiencias en forma de desafíos ante su propio cuerpo, el movimiento (percibido y/o realizado) con la naturaleza, la tecnología y las técnicas/máquinas/realidad virtual y realidad aumentada, en espacios urbanos abiertos o cerrados, en algunos casos en combinación con diversos dispositivos - desde los chalecos más sencillos hasta las sofisticadas bandas y pulseras de electro estimulación.

Este proceso queda ilustrado y confirmado por la configuración y consolidación de los modelos deportivos del Deporte de Nuevas Tendencias y el eSport. En ellos se refleja la búsqueda de la juventud de un aspecto clave para el desarrollo humano, como la "liberación de la subjetividad del individuo" (Padilla, 2006), (Emerich & Scherr, 2016) y la "autorreferenciación/ Autopoiésis" (Maturana, Varela, 1980) a través de una acentuada liberación de la expresividad e individualidad (*fitness*), manifestaciones sobre la alegría, la diversión (*Funsport*), la aventura y/o el riesgo (extremos) y la flexibilidad (entre lo normalizado y lo informal), así como a través del juego con la realidad virtual en forma análoga a la competición de algunas disciplinas deportivas tradicionales o de los retos imaginarios a resolver y las barreras entre el hombre y la máquina, la Internet de las cosas, el mundo digital, el *Big Data* y la *I Cloud*.

Realidad que rodea al modelo de eSport y que demanda toda la atención y observación de principios educativos, preventivos y de desarrollos, son las amenazas y peligros asociados a la práctica incontrolada, que remiten a contemplar la necesidad de la prevención, control y manejo del estrés ocasionado por la presión de la dinámica de juego, las posibilidades de otorgar valor a la actualización y la rapidez de los nuevos aprendizajes, la necesidad de asesoramiento, orientación psicopedagógica y deportiva para contrarrestar la ciberdependencia, el comportamiento violento y agresivo, el juego, las deficiencias emocionales, motrices y sociales, el menor rendimiento escolar y los posibles episodios de epilepsia.

Perspectiva Económica del eSport

El deporte como actividad de entretenimiento y del bienestar se ha convertido en un factor económico que día a día hace más notoria su contribución en la cadena de valor socioeconómica de la sociedad debido a las dinámicas transaccionales y relacionales derivadas del comportamiento (activo y pasivo) del consumo de bienes (artículos, implementos, materiales) y servicios (de los diferentes grupos de población), la importancia mediática, la comercialización, el patrocinio, el mercadeo, la publicidad, la organización de eventos, la venta de derechos de nombre y de representación, además de las inversiones en construcciones de escenarios e instalaciones deportivas y administrativas, así como en tecnología (Bruer, Görlich, 2018).

La dinámica económica en el deporte también considera el movimiento de capitales relacionados con inversiones en empresas deportivas, presupuestos para la gestión pública, las contrataciones de deportistas estrellas y de personal con perfiles profesionales. Estas actividades remiten a las relaciones con otros sectores de la gestión sociopolítica y socioeconómica: financiero, tributario, salud, gastronomía, comercial, industrial, transporte, turismo, energético, construcción, entretenimiento,

comunicaciones, educativo, informática, comercio *online*, publicidad digital, BPO, las apuestas, los seguros y la seguridad.

El mercado global teniendo en cuenta los países afiliados a la IESF (2019)– 72 países (América -11-, Europa- 25, Asia-25-, África -4- , Oceanía -2-, como observadores Medio Oriente y la asociación chino-coreana *Fighting eSports Group (FEG)* del eSport se ha estructurado bajo la concepción de la cadena de la industria, considerando las tendencias de consumo, la viabilidad de los proyectos de inversión, los pronósticos y los escenarios, las cuotas de mercado, las tasas de crecimiento, los análisis competitivos del entorno y las políticas de los gobiernos (macroeconómicas e industrial), el estado de desarrollo tecnológico, la capacidad de producción, los procesos de fabricación de los equipos, las estructuras de costos, la oferta y la demanda de importación / exportación, los costos, los precios en fábrica y en el comercio (Montoya, González, Duarte, 2016), los ingresos y los márgenes brutos. Un ordenamiento según el estado de desarrollo de la industria del eSport en la combinación de sus componentes permite establecer la siguiente clasificación: China, USA, Corea, Alemania, Francia, Brasil, Gran Bretaña, Cana, España, Italia y México.

Cifras

El instituto de investigación de mercados *Newzoo (2018)* ha estimado para el 2022 un crecimiento considerable en los ingresos: 1.790 millones de dólares, en el 2020 (1.500 millones), 2019 (1,100 millones), 2018 (865 millones). 2017 (696 millones), 2016 (444 millones). Este rendimiento económico del eSport, indudablemente ha estado apalancado en la industria de los juegos, que durante mucho tiempo ha tenido la función de locomotora para la digitalización de los juegos. Este hecho es confirmado ampliamente con los denominados juegos “Serious de Gamificación”, los de Realidad Virtual y Aumentada. Aunque estas cifras representan menos del 1% del volumen del total de negocios de la industria de los juegos, el panorama inmediato, no deja de ser atractivo. Aunque estas cifras tienen un valor significativo y se hayan exagerado – no ha faltado quienes han llegado a denominar al eSport como el “Turbo Financiero, en comparación con el fútbol, son cifras mínimas: en Europa el fútbol tradicional genera ingresos por valor de 23 mil millones de Euros.

Este panorama presenta un escenario optimista que demanda un manejo con tacto, prudencia e inteligencia para alcanzar estos presupuestos. Un ejemplo de una situación similar, se presentó con el juego *Pokemon*, el cual en su momento, en muy pocos meses registró un volumen de negocios por valor de 1.000 millones de dólares (Breuer, Göllrich, 2018). En cuanto la relación de espectadores e ingresos, otro estudio de la misma firma, pronostica para la próxima década el igualar y superar las cifras de eventos que lideran las cifras estelares del entretenimiento deportivo convencional como el *Super Bowl* o la *Champions League* de Fútbol. (*Newzoo*, 2018)

La fase de crecimiento y expansión que actualmente está viviendo el eSport en el panorama mundial, se vivió en Corea del Sur hace tres décadas en la época de los *Manga Games* que tuvieron una gran acogida en el continente asiático y que en el cambio de siglo conquistaron el mercado de Europa y USA. Fue tal la acogida, que pronto se fundaron asociaciones y ligas de juegos electrónicos. La *ESL (Electronic Sports League)* fue fundada en el año 2000. Igual fenómeno sucedió en las industrias del entretenimiento y de los medios de comunicación en USA (Breuer, 2011).

Las agencias de Marketing de USA reconociendo las singularidades que le diferencian del deporte tradicional, recurrieron a la asesoría jurídica para diseñar un plan de conquista del mercado internacional -en competencia con Corea, China y Japón. Su empeño: aprender y adaptar las experiencias de las disciplinas deportivas tradicionales en cuanto a aspectos organizativos, de regulación, mercadeo, patrocinios y comunicaciones. Se plantearon plasmarlo en un estudio paralelo. Esta estrategia de negocios ha sido muy bien referenciada en el estudio publicado en el 2019 por el *Citigroup (Citi GPS, 2019)* el cual establece siete categorías de comparación: *Drafts* (selección y transferencia de jugadores), equipos profesionales, ligas, sedes (lugares de programación), torneos,

públicos objetivo (intereses mediáticos especiales), medios de comunicación tradicionales (ver gráfica), derechos de transmisión y patrocinios

Ecosistema del eSport:

Paralelo entre deporte tradicional y el eSport en USA ([ver Figura 1](#))

Drafts (selección y transferencia de jugadores)

Con la excepción de NASCAR (*National Association for Stock Car Auto Racing*) la NBA (*National Basketball Association*) en las versiones de videojuegos ninguna otra asociación, club, equipo o liga, han configurado una plataforma para la selección y transferencia de jugadores en la división de eSport.

Equipos Profesionales

Mientras que en las disciplinas deportivas tradicionales, ha ido cambiando la tendencia generalizada de participación unidisciplinaria en eventos competitivos, los equipos de eSport juegan diferentes torneos en diferentes disciplinas. Algunos de ellos acreditan su potencial por la participación y obtención de títulos en diferentes disciplinas del eSport.

Ligas

Un gran número disciplinas deportivas tradicionales tienen una liga o varias ligas. Ejemplo de ello son las ligas de Fútbol en diferentes países como la Bundesliga (Alemania), la Premier Liga (Inglaterra). En el eSport en algunos países las firmas productoras de juegos han organizado: divisiones, ligas, franquicias -que se aproximan a lo que son las ligas- y torneos en torno a las denominaciones (nombres) de los juegos más preferidos:

- *Valve – Electronic Arts (EA Sports)* : creó una división de eSport (Competitive -Gaming- Ökosystem) que tiene tres grandes unidades de negocio: 1. productos, 2. comunidades competitivas en torneos organizados por ellos mismos en dos áreas E -sport y Competitive Gaming 3. Alianzas 4. Desarrollo de Torneos de niveles de excelencia – clase mundial-tipo FUT Champions Cup (FIFA).
- *Overwatch League -Activision-* : Apalancó la creación de dos divisiones *Overwatch*.
- *Call of Duty*: La franquicia de este juego tiene un valor de 25 millones de dólares
- *League of Legends*: Una empresa China, *Tencent Holdings Limited*, adquirió los derechos de línea de juegos de la *League of Legends* -Liga de Leyendas - un juego de gran éxito- que fue desarrollado para *Microsoft Windows* y *OS X* por la firma norteamericana *Riot Games* en asocio con *Airship Syndicate*. Este juego se distribuyó a través de la figura de 10 franquicias adquiridos por la NALCS (*North American League Championship Series*) y acredita un volumen de 100 millones de jugadores mensuales. La final de este juego en el 2016 fue vista por 43 millones de espectadores. Cada equipo paga a *Riot Games* una franquicia por valor de 10 millones de dólares.
- *PlayerUnknown's Battleground (PUBG)*: Tiene un plan agresivo de expansión para organizar ligas en cuatro regiones del mundo.
- *NBA2K*: La NBA tiene 30 equipos y en su división electrónica tiene 17 en la denominada 2K League. Cada equipo homologa su nombre a cada uno de los equipos de la Liga tradicional.
- Otras Ligas. Juegos como *Counter Strike* antes que organizar una liga o varias ligas, han optado por promover la organización de diferentes torneos que coexisten, siguiendo el

modelo del Boxeo tradicional, en donde los boxeadores están adscritos a diferentes organizaciones, participan en los torneos organizados y pueden obtener títulos mundiales.

Sedes (lugares de programación)

Los fans de los equipos de las disciplinas deportivas tradicionales tienen diferentes posibilidades para asistir a las programaciones de los equipos en las ciudades sede, principalmente en los estadios y gimnasios. Los tiquetes se colocan en ventas individuales, por abonos para temporadas o series especiales. Estos escenarios pueden utilizarse para diferente tipo de ventas. Los equipos de eSport regularmente son usuarios de estas instalaciones (ver Figura 1). Se debe de reconocer la realidad de dos aspectos: 1. Difícilmente se consumen contenidos de ligas locales o nacionales en otros países. 2. La gran importancia de la internacionalización de los eventos y de los juegos *online* que se pueden seguir desde cualquier lugar del mundo.

Torneos

Tanto en el deporte tradicional como en el eSport frecuentemente se organizan torneos con premios atractivos para los ganadores. Llama la atención que las cifras (montos) que se ofrecen guardan una estrecha similitud- por lo menos en USA- : *Epic Games* en el 2019 para el campeonato mundial de *Fornite* en Natación tuvo un premio por valor 100 millones de dólares. En Alemania, el torneo de exhibición de *Jackspot ESL One Cologne* tuvo premios por valor de 300.000 dólares (Seibold, 2019). Los grandes eventos innegablemente han contribuido al crecimiento de las audiencias e interacciones. En el 2018 se jugaron más de 730 eventos con premios en efectivo por un total de 48 millones de euros (Statista, 2019).



Figura 1: Ecosistema del eSport
Fuente: Newzoo (2020)

Públicos objetivo (intereses mediáticos especiales)

El eSport es un producto que se adecua perfectamente a la venta de derechos de transmisión, la tipificación y caracterización de los públicos objetivo a través de los estudios de audiencias, tanto por las suscripciones y descargas de las transmisiones por internet de los diferentes torneos y las

campañas de los equipos preferidos, así como por las transmisiones a través de canales como *Youtube Live Streaming*, *Twicht*. El ejemplo mas reciente y de mayor éxito, ha sido la apertura en *Youtube* del canal de *Stadia*, un *Cloud Gaming Service*. Con el creciente interés de los nuevos medios sobre el eSport ha empezado a hablarse de su *Netflixación*.

Según el informe de Newzoo, sobre el mercado global de los deportes electrónicos en 2020, la audiencia total de los deportes electrónicos crecerá hasta los 495,0 millones de personas en 2020, lo que supone un crecimiento interanual del 11,7%. Newzoo segmenta la audiencia de los deportes electrónicos en "espectadores ocasionales" (personas que ven contenidos de deportes electrónicos profesionales menos de una vez al mes) y "entusiastas de los deportes electrónicos" (personas que ven contenidos de deportes electrónicos profesionales más de una vez al mes), lo que puede ser una diferenciación importante para quienes buscan invertir en los deportes electrónicos, dadas las comparaciones de audiencia publicadas a menudo con los deportes tradicionales. En 2020, habrá 223 millones de entusiastas de los deportes electrónicos, junto con 272 millones de espectadores ocasionales. Se estima que para 2023, el número de espectadores de *eSports* a nivel mundial crecerá hasta los 646 millones, con los "espectadores ocasionales" y los "entusiastas de los *eSports*" creciendo de 245 millones a 351 millones y 198 millones a 295 millones, respectivamente, entre 2019 y 2023 ([Ver Figura 2](#)).

El mayor reto que se tiene en este aspecto, es el del control de las transmisiones "piratas" (webs ilegales) – piratería de señales- que no pagan derechos de transmisión. En Alemania se han calculado las pérdidas anuales por este concepto, alrededor de los 430 millones de Euros (Hofer, 2019). Esta situación es contradictoria y paradójica: a la vez que permiten llegar a nuevos grupos objetivo y logran una expansión de mercado, de otro lado causan grandes pérdidas financieras.

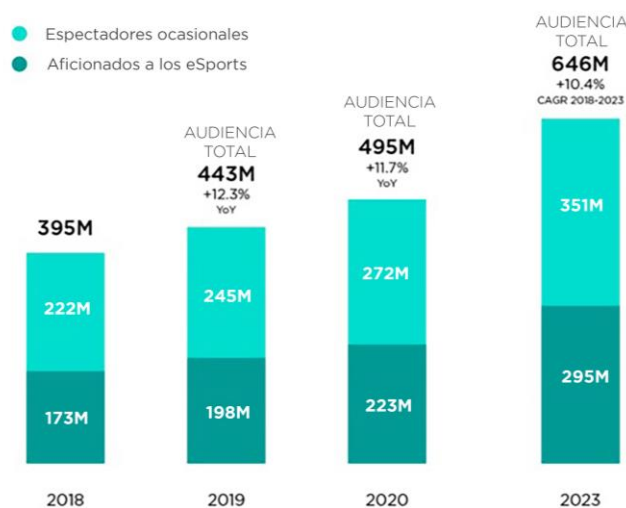


Figura 2: Crecimiento de la audiencia de los deportes *Sports*
Fuente: Newzoo (2020)

Fuente de ingreso de los eSport ([Ver Figura 3](#))

Medios de comunicación tradicionales

El *eSport* aún no tiene una acogida significativa en los medios de comunicación tradicionales, a diferencia de las disciplinas deportivas convencionales – las más preferidas- cuyos eventos se han

ganado unos espacios de transmisión libre en los medios de comunicación tradicionales, particularmente en la televisión, la radio y la prensa escrita. Las modalidades de comercialización y de compra derechos exclusivos de transmisión, son prácticas que se han ido estableciendo con el surgimiento de los canales privados especializados en disciplinas deportivas tradicionales. Las razones que argumentan las programadoras de televisión públicas para no brindar espacios al eSport, las plantean básicamente en dos aspectos: 1. de orden preventivo en lo educativo (hábitos no saludables) 2. no se garantiza el alcance de un gran público (apreciación retórica, mas no fundamentada)

En algunos países eventualmente surgen ofertas aisladas de espacios y transmisiones de eSport en la televisión libre (pública) mediante acuerdos con canales privados que se revisten del carácter de patrocinadores (*Disney*) y firmas productoras de juegos (*Overwatch League-Activision*). Bajo este modelo, algunos canales de TV de cadenas privadas como *Movistar, Orange, Bimbo, Claro, Gol TV, Neox y Deloitte*, así como los fabricantes de ordenadores y periféricos, están incursionando con la debida cautela para poder diferenciar sus ofertas.

Contribución de los editores de Juegos

Los editores de juegos con una participación del 9% (95,2 millones de dólares) son un ámbito relativamente descuidado. Tienen un gran potencial porque la asignación de costos, presupuesto y márgenes de contribución se hace matemáticamente. La práctica más generalizada, es la que permite que el cálculo del margen de contribución de los desarrolladores y editores, se incluya de manera integrada a los ingresos de los derechos de los medios de comunicación, la comercialización, el mercadeo, los tiquetes, la publicidad y el patrocinio. Sin embargo, no siempre, estos ingresos son directamente atribuibles a la industria de los juegos, debido a los intereses de las otras partes interesadas. De ahí la importancia de vigilar los informes, comentarios y publicaciones sobre el flujo de ingresos de las compañías de la industria del eSport.

Derechos de transmisión

25,3 millones de dólares que representan el 41.8 % de los ingresos del mercado global del eSport, constituyen la segunda gran fuente de crecimiento anual. Los valores de negociación de los derechos de transmisión en el eSport obedecen a la tradicional ley de la oferta y la demanda y a la creciente concentración de audiencias a través de las transmisiones por los canales como los ya referidos en el aparte de públicos objetivos (*Youtube y Twitch*). En el campo de las disciplinas deportivas tradicionales en el valor de los contratos de los derechos de transmisión se ha establecido una práctica de acuerdo con la posición de negociación: según las precisiones y seguridades que ofrezcan los términos de negociación, en particular sobre las delimitaciones del alcance, la seguridad y la exclusividad de determinados espacios u oportunidades mediáticas. La práctica que se ha generalizado es la venta por parte de los entes organizadores propietarios de estos derechos, sean estos, particulares o públicos- como el Tour de France, las Federaciones Deportivas Internacionales, nacionales (ejemplo: la FIFA, la UEFA) o las Ligas (Premier, Bundesliga)-, es la de sortear la venta de las ofertas, mediante combinaciones de los eventos, los equipos, los juegos y la venta de imágenes exclusivas entre varios proponentes.

Merchandising y tiquetes

El Merchandising ha incrementado significativamente el potencial de ventas e ingresos en las disciplinas deportivas tradicionales. Uno de los casos más significativos fue el hecho de poder financiar la totalidad de la transferencia de un jugador de alto costo - David Beckham - para el Real Madrid con la venta de la camiseta identificada con su nombre y el número que luciría en los juegos del equipo. Otros ejemplos son las preventas – con la distinción de exclusividad -dada la venta de la totalidad de las boletería- para uno o varios eventos en las Arenas (combinación de gimnasio, estadio y centro comercial) con comodidades, confort y servicios como *catering y hospitality*. Los ingresos mundiales en el eSport por este concepto son del orden de los 103, 7 millones de dólares.

Publicidad

Las múltiples posibilidades de publicidad han contribuido a generar el 14.8% de los ingresos del eSport, lo que representa 189, 2 millones de dólares. El desarrollo creativo e innovador de las formas de publicidad en los nuevos medios electrónicos, del mercadeo y el manejo profesional de los derechos de transmisión configuran un escenario optimista con gran potencial de crecimiento. El “paquete” integrado de patrocinio, publicidad y derechos de transmisión del eSport generó ventas en el 2017 por valor de 590 millones de euros en todo el mundo, en el 2018 por 790 millones de euros

En el deporte tradicional, es significativo el desarrollo del mercadeo en sus diferentes perspectivas (marketing estratégico, marketing del deporte de élite - alto rendimiento -, marketing de eventos, marketing de figuras, marketing multimedia y multimodal, publicidad directa, indirecta, *Free Press*, *Publicity* y hasta el denominado marketing guerrilla). El éxito publicitario en algunas disciplinas ha contribuido al uso de expresiones como la “magia millonaria del fútbol”. Nuevos retos y desafíos se le presentan a la publicidad del deporte tradicional con la presencia en el panorama mediático de los nuevos medios de comunicación apoyados en las nuevas tecnologías. Las prognosis plantean un crecimiento y un desarrollo complementarios entre la publicidad del deporte tradicional y el eSport.

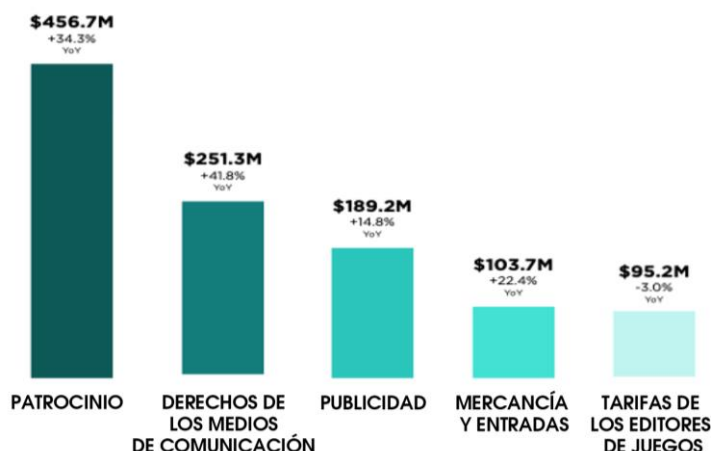
Patrocinio

McDonald’s, Kellogg (Pringles) y Mercedes Benz, encabezan la lista de empresas que patrocinan el eSport (Seibold, 2019). El propósito fundamental de los patrocinadores del eSport es la conexión con las nuevas generaciones. El patrocinio es la principal fuente de generación de ingresos del eSport. Un informe de Newzoo (2019) muestra que los ingresos de los deportes electrónicos fueron algo más de 900 millones de dólares en 2018. Se prevé que el sector crezca hasta los 1.100 millones de dólares a finales de 2019 y hasta los 1.650 millones de dólares en 2021. Newzoo afirma que alrededor del 82% del mercado total provendrá de las inversiones endémicas y no endémicas de las marcas, como los derechos de los medios de comunicación, la publicidad y el patrocinio, siendo actualmente el patrocinio la fuente de ingresos individuales más rentable de los eSports en todo el mundo, que generará 456,7 millones de dólares en 2019.

Otros ingresos significativos por este concepto provienen de *Electronic Arts* o *Activision* quienes intermedian para promover a los mejores jugadores, a los grandes talentos gestionando acciones de impacto a través de influencias, triunfos o derrotas. Los costos de los patrocinios en el eSport tienen una unidad básica que está entre \$0.01 y \$1.00 por hora del espectador.

Considerando un estudio de la firma de auditoría *Deloitte* sobre la importancia mediática del eSport, uno de los factores críticos de éxito ha sido la constante presencia del eSport en diferentes medios exceptuando la TV convencional (Deloitte, 2018). Un estudio de la firma consultora de mercados, Newzoo, sobre los diferentes juegos permitió establecer que durante el 2018 *League de legends* fue el más visto en los canales de *Twitch* y *Youtube*. Mediciones tomadas durante las horas directas de transmisión. En las horas no directas de transmisión el liderazgo lo tuvo *Fortnite* con más del doble de tiempo. *League de Legends* se ubicó en el segundo lugar. Entre los nuevos títulos en las horas directas de transmisión fue *Dragon Ball Fighter Z* y entre los nuevos en horas no directas para no jugadores fue *Call of Duty: Black Ops 4* con la novedad de haber sido lanzado en el último trimestre del año.

En el 2018, FIFA fue la única franquicia que presentó dos títulos diferentes logrando 60, 6 millones en horas no directas. En el 2019, FIFA 19 alcanzó 77, millones de horas vistas- no directas-. Este indiscutible éxito es un atractivo campo de negocios, oportunidad de expansión y posicionamiento del fútbol en su versión tradicional y para las nuevas generaciones bajo posibilidades mucho más incluyentes.



Nota: Tener en cuenta que estas cifras son de febrero de 2019. Se pueden encontrar las cifras más actualizadas en <https://newzoo.com/key-numbers/>

Figura 3. Fuente de ingreso de los eSport
Fuente: Newzoo (2019)

3. Metodología

Abordar la perspectiva económica del eSport requiere como precondition revisar la concepción de deporte, lo que es el Deporte 4.0, la relación con aspectos socioculturales, sociopolíticos, socio tecnológicos y, por supuesto, los socioeconómicos que han rodeado la evolución del juego electrónico hasta llegar a la forma actual del eSport. Metodológicamente esta tarea se asume desde lo teórico: 1. Teoría de los sistemas sociales (Luhmann, 1984) 2. Teoría de la “Cultura Somática”, la estructura de necesidades y el cambio social, temas que venía planteando Volker Rittner desde mediados de los 70 y durante los 80 (1975, 1977, 1979, 1981, 1982, 1983, 1984, 1985). 3. Los desarrollos de la nueva teoría de sistemas sociales y el deporte de: Meinberg (1981), Wilke, (1983), Cachay (1987), Stichweh (1990), Bette (1992, 1999, 2004, 2007) y Thiel (1997). 4. la formulación de la teoría del deporte como sistema social (Vargas y Rittner 2017).

En lo metodológico específico, se recurrió al empleo del método hermenéutico interpretativo-descriptivo (Meinberg, 1981), un método de investigación socio-empírico que se utiliza en la realización de estudios cualitativos para interpretar reflexiones, textos, contextos históricos, sociales, ideológicos, epistemológicos y políticos (Habermas, 1967, 1968, 1984, 1991). Siguiendo la estructura del método (ver gráfica) la fase de reconocimiento, se sintetiza en el resumen del presente artículo, en lo concerniente a la percepción y descripción del problema, así como el examen de relevancia.

La reunión del material remite a la selección de artículos, documentos, publicaciones generales de orden periodístico especializado y de carácter científico que se referencian al interior del contenido del presente artículo y el listado de literatura. Las principales fuentes documentales consultadas fueron los repositorios de artículos y publicaciones sobre eSport de: 1. Instituto Federal de Ciencias del Deporte de Alemania (BISP - *Bundesinstitut für Sportwissenschaft*, 2018) 2. Federación Alemana de eSport (ESBD) 3. Federación Europea de eSports (EEF). 4. Federación Internacional de eSports (IESF) 5. La Confederación Deportiva Olímpica de Alemania (*Deutscher Olympischer Sportbund- DOSB* 2018, 2019), 6. *Deutscher Bundestag*- Parlamento Alemán (2017), 7. *BundesRegierung* – Gobierno Federal

Alemán (2017), 8. Universidad Alemana del Deporte, 9. Universidad de Hamburgo, 10. La Universidad Medica de Viena 11. La Federación Colombiana de Deportes Electrónicos (FEDECOLDE) 12. Artículos del autor (avances de la investigación sobre eSport: Un nuevo desarrollo, concepto y diferenciación del Deporte) presentados a la Federación Alemana de Deporte Electrónico (ESBD).

La fase de orientación del sentido en lo referente a la composición del sentido se presenta en la introducción y el marco teórico como producto: 1. de la descripción, ordenamiento, estructuración, sistematización y clasificación de la información debidamente documentada y soportada 2. del análisis sistémico e intersistémico de la información reunida y complementada con datos financieros específicos consultados en publicaciones especializadas.

La fase de reflexión profunda correspondiente a la secuencia valorativa se presenta en la fase de valoración donde se concreta la perspectiva económica del eSport). La fase de reflexión se plantea a manera de síntesis de los impactos en lo comunicativo, comercial y económico, y en lo teórico en la diferenciación hacia el interior del eSport con relación a los diferentes modelos de deporte).

La conformación teórico crítica se aborda en las conclusiones referidas a los propósitos de la investigación en lo conceptual y en la importancia para el desarrollo de las habilidades de algunos aspectos de los perfiles profesionales del futuro y la relevancia económica.

4. Resultados

- La perspectiva científica seguirá contribuyendo a la interpretación, comprensión, explicación de la evolución y los cambios en el deporte en relación con los profundos cambios estructurales de la sociedad, a través de conceptos como "Deporte 4.0: ¿la poscorporalidad o la posmodernidad del movimiento lúdico" ? , Un "Nuevo humanismo o el posthumanismo en el deporte", "El deporte en la sociedad postindustrial", "El deporte en la era de la información ", El deporte en la sociedad del conocimiento", "El deporte en la sociedad de las vivencias y las experiencias", "El Deporte 4.0 un nuevo universo deportivo".
- Las empresas han encontrado en el eSport un excelente medio para llegar con sus mensajes e imágenes al mercado del futuro inmediato y mediato (los niños y los jóvenes). Los grupos objetivos pueden ser diferenciados de múltiples formas. Entre las más frecuentes se hacen según los roles asociados a variables sociodemográficas y de preferencias: *Gamers* o deportistas electrónicos (jugadores de diferentes niveles, modalidades y categorías), los aficionados que se conectan para interactuar a través de los juegos como pasatiempo, los espectadores, medios de comunicación, comentaristas (*colour casters*), narradores (*shoutcasters*), periodistas, promotores, patrocinadores, los diseñadores, productores de juegos, las empresas productoras de equipos técnicos y por supuesto los organizadores, promotores y patrocinadores de eventos.
- En lo sociocultural la práctica del eSport, cada día se está asociando a la expresión de uno de los estilos de vida de los jóvenes de la época, que se manifiesta en la relación de sus valores y concepciones con determinado tipo de música, moda, técnicas corporales (gestos, corte de cabello, piercing), espacios de encuentro (cibercafés) en donde se manifiesta el lenguaje verbal y no verbal (movimiento lúdico y corporalidad lúdica). Las comunidades de *gamers (jugadores)* comunican, comparten y se identifican, mostrando tanto la simpatía por la actividad y los equipos; como la imagen de ser seguidores de la cultura digital (símbolos, íconos, logos), de lo no convencional, de ser innovadores (diseños y combinación de colores), estar en estado de alerta, de ser jóvenes, rápidos de pensamiento y la toma de decisiones.
- El eSport como tendencia que influye un estilo de vida, no es un fenómeno indiferente para las empresas de ropa deportiva que vienen incursionando en este mercado de la ropa especial para

eventos, ocasional, casual y cotidiana, así como en el marco de los movimientos de *Atleisure*, *Sportwear*, *Net-a Sporter* y *Fitness moda*, las líneas de *Animal Prints* y los diseños personalizados.

- La profesionalización de la gestión, el desarrollo de las estructuras organizativas, la conformación de los equipos y el nivel de desempeño de los deportistas han incidido significativamente para atraer a inversionistas, patrocinadores, publicistas, organizadores de eventos y medios de comunicación.
- Un factor que ha sido decisivo en este proceso: la irrupción de la plataforma *Live Stream- Twitch* que permite seguir las transmisiones de los eventos, bien sea por la televisión o a través de los PC. Este desarrollo ha facilitado el acceso de millones de espectadores a los eventos Online de Videojuegos y eSport. En el 2013 Twitch alcanzó la espectacular cifra de 45 millones de espectadores, que consumieron 15 mil millones de minutos de contenidos producidos por más de un millón de usuarios de todo tipo: jugadores (profesionales y no profesionales), editoras, desarrolladores, organizaciones de eSport. Por esta razón *Amazon* la compró en una operación de más de 970 millones de Euros. Con este ejemplo e indiscutible caso de éxito, han surgido otras plataformas asociadas a las ligas deportivas como *ESL TV (canal de Electronic Sports League)*. (Truong, 2014).
- En lo socioeconómico, el panorama de interacciones y transacciones en el orden comercial y financiero confirman la notable expansión, crecimiento y desarrollo del E -Sport como factor económico. En este sentido debe mencionarse en un atractivo inherente a la comunidad del eSport, la capacidad adquisitiva y la voluntad de compra desde el alquiler o compra de un software, el valor de una conexión a una transmisión especial, un teléfono inteligente, una consola o un computador, hasta las “sillas glorificadas multipantalla” o una batería de equipos tecnológicos.
- Es una realidad que en el marco de lo atractivo y exitoso del modelo de negocios en el eSport, se presentan una serie de conflictos de interés entre los diferentes actores: **los gobiernos** (entre las voces de censura y desprestigio de algunos de los grupos tradicionales, frente al tacto para atender las demandas de políticas claras en torno a la promoción y desarrollo del deporte en el marco de los reglamentos y sistemas jurídicos que argumentan el proteger el interés general, el interés del sector público y el desarrollo del sector empresarial digital, la industria 4.0, la inteligencia artificial y el Internet de las cosas), **las empresas** (multinacionales y grandes empresas que obedeciendo a la lógica de los negocios digitales buscan el beneficio directo y la rentabilidad de sus inversiones en este modelo de deporte), **las autoridades fiscales** (interesadas en el recaudo de impuestos de los diferentes actores, principalmente de los *GAFAs -Google, Amazon y Apple-*), **las organizaciones deportivas internacionales** (ampliación del portafolio de negociaciones con los patrocinadores, inversiones en publicidad, *marketing, merchandising*, comunicaciones/medios de comunicación, derechos de nombre, hospitalidad), **los partidos políticos** (representación y negociación de los intereses de los diferentes actores).
- Se debe de reconocer que se trata de una situación en la que cada una de las partes/ actores está interesado en tener un concepto y una definición sobre: 1. el deporte. 2. qué es deporte y qué no, 3. qué es el eSport y que no es, para poder representar sus intereses a partir de estos conceptos.

Discusión

- El deporte en el siglo XXI confirma su naturaleza de sistema social en interacción dinámica con otros sistemas y procesos de transformación y desarrollo de la sociedad en los ámbitos científico, tecnológico, técnico, político, económico e ideológico, y su impacto en los cambios de comportamiento y acontecimientos sociales.
- La diversidad de motivos para y porqué se practica una o varias actividades deportivas, ha permitido establecer:

- Diferentes Modelos de deporte (1. Deporte- Salud, 2. Deporte para Todos -Deporte amplio y de Tiempo libre), 3. Deporte de Competencia, rendimiento deportivo y alto rendimiento deportivo. 4. Deporte de Nuevas Tendencias, 5. Deporte Electrónico).
 - Diferentes Niveles de Rendimiento (aprendizaje, juego, ejercicio, entrenamiento, competencia, diversión, exploración). Diferentes Formas de Organización (libre, club, asociación, liga, federación, equipos, individual y eventos deportivos)
 - Diferentes modalidades de práctica (disciplinas deportivas de calendario olímpico, actividades no olímpicas, cultura tradicional de movimiento, nuevas prácticas, actividades libres/ no reglamentadas).
- Dentro de la heterogeneidad del sistema deporte -diferentes modelos- es importante mantener la perspectiva de la unidad del sistema deportivo (su identidad: el Deporte, que es uno sólo), su carácter autorreferencial -autopoiesis-, las diferencias, las relaciones con la estructura y su entorno- la reproducción de las relaciones y diferencias intersistémicas (Luhmann, 1984; Bette, 1999)- por ejemplo, con el sistema educativo- como consecuencia de la diferenciación del sistema deportivo, así como de los perfiles educativos y profesionales de cada modelo.
 - En relación con el eSport, el deporte se enfrenta a un desafío: mantenerse aferrado a las perspectivas tradicionales, o asumir e integrarse el desafío del futuro que imponen tanto el avance de la ciencia como el desarrollo tecnológico. La resistencia a entender, comprender y adaptarse a las nuevas realidades revela la existencia de un conflicto intergeneracional manifiesto en la toma de decisiones: entre los líderes (políticos, directivos y funcionarios deportivos) frente a los practicantes y aficionados al eSport (básicamente jóvenes, adolescentes y niños). Se mira con aversión el proceso de asimilación de las ideas, motivaciones, formas y estilos no convencionales/disruptivos de las nuevas generaciones, tanto en sus similitudes como en sus diferencias, entre las generaciones Y-Millennials, Z-Centennials, generaciones Alfa o Vidrio (Mangelsdorf, 2015).
 - Los prejuicios ante los riesgos físicos, psicológicos y sociales de la práctica no controlada, han polarizado el discurso de los detractores del eSport hacia una campaña de desinformación y descrédito, muy distanciada de una discusión argumentada en lo conceptual. El verdadero fondo de estas diferencias se evita ser expuesto ante la opinión pública; pero sin que lo manifiesten, ya que se reconoce que el trasfondo es un asunto de intereses ante el surgimiento de nuevos actores, nuevos enfoques, nuevas posibilidades de desarrollo organizacional y económico.
 - En las discusiones políticas, se evita dimensionar – se pretende invisibilizar - las contribuciones del eSport al desarrollo de competencias y habilidades para el aprendizaje actual y los perfiles profesionales del futuro que deben acreditar los innovadores del mañana.
 - Las nuevas generaciones (nacidos a finales del siglo pasado y la gran mayoría en comienzos del siglo XXI, han adoptado y abrazado la digitalización y los enfoques innovadores. Estos grupos representan una ruptura con las perspectivas tradicionales (de dirigentes nacidos a mediados del siglo XX). Si los dirigentes no revisan la visión de futuro de sus organizaciones por permanecer aferrados a las visiones e intereses particulares, serán juzgados como la fuente del conflicto en favor de los intereses que representan. Las discusiones sobre si el eSport es una disciplina deportiva o un entretenimiento, les parecen obsoletas. Indistintamente, ellos están dispuestos a pagar para consumir lo que les atrae, les convoca y les satisface.
 - El eSport es un hecho social y su desarrollo como un nuevo modelo de Deporte, confirma cómo se ha diferenciado -el deporte- con base en las interacciones anteriormente referidas, el cambio social, los nuevos ideales de personalidad, la nueva concepción de corporalidad, la importancia de la autoimagen y la liberación de la subjetividad. El deporte ya no es más, un sistema homogéneo.

Conclusiones

- Al diferenciar entre la "filosofía del lenguaje ideal y el lenguaje normal", se deben utilizar los criterios del lenguaje normal para el uso cotidiano del lenguaje. El empleo de definiciones, en el sentido de un lenguaje ideal dentro de los parámetros de la ciencia remite al uso entre académicos, sin dejar de reconocer que el lenguaje normal también es apropiado para el tema de las Ciencias del Deporte.
- Es característico del lenguaje normal que los términos como deporte o modelos Deporte, estén determinados por un conjunto de posibles significados de intensidad variable. Estos significados pueden ser muy diferentes. Las definiciones, por otra parte, deben satisfacer las condiciones necesarias y suficientes.
- Las definiciones de deporte y *eSport* no pueden juzgarse según las alternativas "verdadero o falso" o "correcto o incorrecto", pero como acuerdos son responsabilidad exclusiva de la organización respectiva. Estas determinaciones no son absolutas, sino que están limitadas en el tiempo (dinámica de los cambios y transformaciones). Esta "vaguedad dinámica" debe aplicarse también a la relación entre el Deporte y el *eSport*.
- Ante las discusiones sobre el reconocimiento del eSport como disciplina deportiva, la opinión pública ha empezado a intervenir en foros, espacios y tribunas de opinión en los medios tradicionales y convencionales. Se presentan similares discusiones ante el reconocimiento del automovilismo y del ajedrez, así como de la gallarda y autocrítica posición del Póker, de independencia frente a los entornos formales del deporte.
- Las preguntas sobre la diferencia de los modelos de negocio entre el eSport y el deporte tradicional, presupone considerar no solo la postura de los grandes de la industria tecnológica, sino también la postura los aficionados, deportistas y sus organizaciones representativas- La independencia del mercado y los evidentes e innegables cambios de las preferencias de la juventud son una voz de alerta a tener en cuenta en las mesas de negociación. Un ejemplo de conciliación y desarrollo lo ha dado el fútbol a través de su máximo órgano: la FIFA, el Comité Olímpico y algunas federaciones europeas. La FIFA se erige como un actor de gran importancia como puente de relación y acuerdos entre los diferentes actores: organizaciones deportivas, grupos políticos, inversionistas, medios de comunicación tradicionales, nuevos medios, las empresas patrocinadoras los agentes comercializadores, los deportistas y aficionados. Una señal que no debe pasar inadvertida: McDonalds decidió invertir las partidas de patrocinio deportivo en el eSport y se retiró del Fútbol Alemán, el patrocinio a la Federación Alemana de Fútbol (*DFB - Deutscher Fussball Verband*).
- Abordar el tratamiento conceptual del eSport demanda una apertura para:
 1. Entender y comprender las nuevas realidades, la irrupción de lo cibernético, la cibercultura, la realidad aumentada y la realidad virtual en el campo del Deporte.
 2. Educar a las nuevas generaciones sobre la necesidad e importancia de tener en cuenta las medidas de acompañamiento, atención y cuidado en términos de prevención y preparación para lograr un mejor rendimiento.
 3. Asumir una tarea irrenunciable, inevitable e inherente a observar los principios universales del Deporte y sus valores, así como el compromiso de promover la educación sobre el estilo de vida saludable, recomendado para todos los ciudadanos y especialmente para quienes en su profesión, tienen comportamientos muy similares a los de un jugador o espectador de eSport⁹.
 4. Comprender el símil de la economía como hermenéutica social.

⁹ Según Stefan Doubek, uno de los principales problemas es estar sentado durante horas frente a la pantalla. Los expertos dicen que estar sentado durante horas, equivale a fumar, con efectos en todo el cuerpo. Como fisioterapeuta independiente, él se enfrenta cada día a dolorosos trastornos musculoesqueléticos: "El objetivo debería ser aumentar la frecuencia de períodos de descanso durante el día. Otra medida para atenuar los efectos negativos, sería el poder jugar de pie." Sería una gran cosa si el Campeonato Mundial de LOL se jugara de pie"! En el pasado, nadie se hubiese imaginado el uso de estaciones de trabajo estando de pie para operar la computadora en una oficina. Hoy en día esto ya es un estándar en muchas empresas (Gamers Health, 2018).

5. Reconocer la importancia de otras voces en el campo del Deporte – en este caso del eSport- que tienen legitimación para intervenir en temas que se relacionan con la educación, la salud, la familia, la tecnología. El diálogo interdisciplinario, interinstitucional e intersectorial remite a la necesaria perspectiva interministerial.
- Es evidente el contraste entre los paradigmas tradicionales sobre cuerpo, corporalidad lúdica, movimiento lúdico, juego, técnicas corporales, deporte, motivos, relaciones y los nuevos paradigmas tanto en lo conceptual, en el enfoque, las perspectivas, las estructuras y los procesos, así como en las mentalidad -visión de mundo y del entorno-, contenido y formas de: preguntar, responder, pensar y hablar. Estos aspectos constituyen uno de los principales retos de la gestión estratégica de las organizaciones- incluidas las deportivas- en los diferentes modelos, procesos y culturas, así como de los aspectos estructurales del tiempo de trabajo, pausas, tiempo libre, los contenidos y las nuevas formas de relación con base en las Tics, la comunicación asertiva, la importancia de la observación, el análisis de datos/ Big data, los contrastes, las comparaciones, las analogías, las interrelaciones, las diferencias, las contingencias, el aislamiento, el individualismo y/o la integración.¹⁰
 - El desarrollo del Deporte y su interrelación con las nuevas tecnologías y avances científicos, no depende del sistema deportivo, entendido como sistema social, sino de la complejidad de los mecanismos simbióticos con otros sistemas sociales. (Vargas, 2019).
 - El eSport se enmarca en el transcurso del desarrollo tecnológico del juego electrónico en las siguientes etapas:
 1. Como actividad de curiosidad y diversión en el trabajo -juego tecnológico de video integrado con el procesador-
 2. Pasando a ser una actividad de esparcimiento- pasatiempo- y competencia en el tiempo libre que con la ayuda del desarrollo de *hardware* se convirtió en un “juguete de video y tecnología informática en PC”
 3. El desarrollo como actividad de esparcimiento- pasatiempo- y competencia realizada con equipos y desarrollos tecnológicos (los procesadores con la ayuda del *hardware*, “tarjetas y programas” -*software*-) que permiten configurar el “ juguete- el implemento electrónico”.
 4. La clasificación como actividad deportiva -competitiva- realizada con dispositivos electrónicos que permiten el juego interactivo en línea a través de computadores, videoconsolas o *Smartphone*, pero que paralelamente conserva el carácter de actividad de esparcimiento- pasatiempo- .
 - El eSport ofrece posibilidades de aprendizaje y transferencia de las competencias que demanda la industria 4.0 y los perfiles profesionales del futuro. La invitación es a examinar objetivamente tanto el escepticismo (la mirada con pánico frente a la era deshumanizadora del turbo capitalismo digital, el Taylorismo Digital y la dictadura de los datos) o como el optimismo exuberante (paroxismo) a la luz del desarrollo tecnológico.
 - El eSport tiene un compromiso que corresponde a su esencia: la obligación ineludible: promover la educación en estilos de vida saludables, recomendada a todos los ciudadanos, especialmente a aquellos que, en su profesión, tienen comportamientos muy similares a los de un jugador o espectador de eSport en particular de quienes trabajan diariamente extensas jornadas de trabajo frente a máquinas y sistemas digitales.
 - El eSport se ha consolidado como un factor económico exitoso porque ha sido aceptado por el mercado (diferentes públicos), con el desarrollo de un producto lo suficientemente atractivo, no

¹⁰ Hay diferentes clasificaciones de grupos de edad de los deportistas electrónicos. Algunos son menores de 14 años. Otros lo hacen entre los 14 y los 64 años en grupos progresivos con un intervalo de 5 años. También hay clasificaciones entre 14 y 50 años. La abrumadora mayoría de los atletas en el nivel de rendimiento del Deporte y el máximo rendimiento deportivo tienen entre 14 y 34 años de edad.

porque se le haya reconocido como una disciplina olímpica, o se le haya brindado facilidades tributarias, o apoyos por parte de los entes de los gobiernos y mucho menos de favores políticos. En otras palabras el eSport para ser exitoso, no ha requerido la bendición de las jerarquías tradicionales que por lo general representan intereses del mas diverso orden y que no pocas veces se aprovechan de los deportistas, los aficionados y otros grupos de interés.

- Los video juegos y el eSport ya no son -exclusivamente- un juego de niños. Han llegado para gustara a otras generaciones, a quedarse y a generar nuevas oportunidades de negocio. Las competiciones llenan estadios y se difunden por canales virtuales. Su expansión ha alcanzado diferentes grupos de edad, el incremento de la participación de la mujer y el aumento de los modelos de negocio ha generado un nuevo ecosistema económico del Deporte.
- En cuanto a los desarrollos así como conciben escenarios optimistas, surgen los de un nuevo conflicto: el poder disruptivo de internet, que así como impactó a otras industrias, entre ellas las relacionadas con los medios de comunicación, ahora y a un futuro no muy lejano, se insinúa como amenaza para el ecosistema de los videojuegos y el eSport: La Nube. conflicto: la disminución de ingresos para los desarrolladores y editores de juegos. Los grandes jugadores, los denominados “GAFA” (*Google, Amazon, Facebook y Apple*) están desarrollando juegos en la Nube que permitirán alquilar hardware en lugar de comprarlo, entrar como jugador, espectador gratis o a bajo costo en diferentes dispositivos. El desafío: adaptar los modelos de negocio para afrontar la nueva realidad. La nota de relativo equilibrio: Las leyes de impuestos sobre la facturación de los gigantes tecnológicos que hasta hora pagan menos impuestos que las industrias locales en sus países de origen o sede puesto que declaran sus utilidades en países con bajos impuestos. La Comisión Federal de Comercio y el Departamento de Justicia de USA han insinuado una investigación antimonopolio para los GAFA.

Conflicto de intereses

El autor declara no tener conflicto de intereses

Referencias bibliográficas

1. Astinus, A. D. (2015). Die neuen erfolgreichsten Spiel serien der Videospiegelgeschichte. Die Ganze Welt der Videospiele- Von Tetris bis GTA. Berlin: Neobooks
2. Beil, B. (2013). Games Stuides. Eine Einführung. Münster: LIT
3. Bette, K.H. (1992). Theorie als Herausforderung. Beiträge zur Systemtheoretischen Reflexion der Sportwissenschaft. Aachen. Meyer & Meyer.
4. Bette, K. H. (1999). Systemtheorie und Sport. Suhrkamp Verlag. Frankfurt am Main
5. Bette, K. H. (2004). Sportbegeisterung und Gesellschaft. In: Kruse/ Ilka Lüsebrink (Hg.) Schneller, Hoher und Weiter“ Sportpädagogische Theoriebildung auf die Prüfungstandt. Sank Agustin: Akademia Verlag.
6. Bette, K. H. (2007). Sporthelden. Zur Soziologie Sozialer Prominenz. In: Sport und Gesellschaft, 4.Jg., Heft 3, 243-264
7. Bourdieu, P. (1982). Die Feinen Unterschiede. *Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*.
8. Breuer, M. (2011). ESport- eine Mark -und ordnungsökonomische Analyse. Bolzenburg:vwh
9. Breuer, M; Görlich, D. (2018). eSport Status quo und Entwicklungsperspektive. Springer Verlag
10. Breuer, M; Görlich, D. (2018). Gaming und ESport- Mark und Inszenierung des digitalen Sports. In: T: Horky; Hj. Stiehler & T.Schierl (Hrsg.) Die Digitaliesierung des Sports in den Medien (Sportkommunikation 13, S.275-293). Köln: Herbert von Halem.
11. Bundesregierung, (2018). Koalitionsvertrag Zwischen CDU, CSU, und SPD. 19 Legislaturperiode. März

12. Byrne, B. (2019). History of the Nintendo Entertainment System. Consoler Gamer Magazine. Amazon Asia-Pacific Holdings Private Limited
13. Cachay, K; Thiel, A. (2000). Soziologie des Sports. Zur Ausdifferenzierung und Entwicklungsdynamik des Sports der modernen Gesellschaft. Weinheim / München: Juventa. 326 Seiten. ISBN 3-7799-1469-1469-
14. Callois, R. (1958/1982). Die Spiele und die Menschen: Maske und Rausch. Ullstein. Frankfurt am Main/ Berlin / Wien.
15. Citigroup (Citi GPS, 2019). Video Games: Cloud Invaders -Bracing for the Netflix -ization of Gaming https://blog.citifirst.com/gaming-branche-angriff-aus-der-cloud?utm_source=WO&utm_medium=&utm_campaign=BlogIntegration
16. Depor play (septiembre 29 de 2017). Conoce a los famosos que han invertido en NRG, equipo profesional de eSports. <https://depor.com/depor-play/eSports/famosos-han-invertido-nrg-equipo-profesional-eSports-49390>,
17. Deutscher Olympischer Sportbund (DOSB) (2018). Aufnahmeordnung. https://cdn.dosb.de/user_upload/www.dosb.de/uber_uns/Satzungen_und_Ordnungen/aktuell_Aufnahmeordnung_2018_.pdf.
18. Deutscher Olympischer Sportbund (DOSB) (2019). Aufnahmeordnung. https://cdn.dosb.de/user_upload/www.dosb.de/uber_uns/Satzungen_und_Ordnungen/aktuell_Aufnahmeordnung_2019_.pdf
19. Emerich, M; Scherr, A. (2016). Subjekt, Subjektivität und Subjektivierung. Zürich, Schweiz: Springer.
20. Federación Colombiana de Deportes Electrónicos- Fedecolde- (2018). <http://www.fedecolde.com/>
21. Ferrada, J. (2019). Sobre la noción de cuerpo en Maurice Merleau-Ponty. Cinta moebio. 65. 159-166. <https://doi.org/10.4067/s0717-554x2019000200159>
22. Financial Times (noviembre 10 de 2017). Los ESports ¿Pueden ser un deporte importante los videojuegos? Portafolio. <https://www.portafolio.co/innovacion/los-e-sports-pueden-ser-un-deporte-importante-los-videojuegos-511549>
23. Gamers Health (2018). Consejos útiles sobre eSports y Salud (<https://www.eSports.at/02.07.2018>).
24. Gruppe. O. (1982). Bewegung, Spiel, und Leistung im Sport. Schorndorf: Karl Hoffmann.
25. Haag, H. (1986). Bewegungskultur und Freizeit. Vom Grundbedürfnis nach Sport und Spiel. Interfrom. Zürich.
26. Hamann, M. (2010). Breitensport Computerspiel. <https://www.zeit.de/digital/games/2010-12/esl-gamer>
27. Hans-Bredow Institut (2006): Medien von A bis Z. Wiesbaden: VS
28. Huizinga, J. (1939/2004). Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel. Rowohlt. Reinbeck
29. Inglehart, R. (1977). The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics. Princeton University Press.
30. International ESports Federation -IESF-(2019). <https://ie-sf.org/>
31. Luhmann, N. (1984). Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
32. Luhmann, N. (1998). Sistemas Sociales. Lineamientos para una teoría general. Anthropos, México: Universidad Iberoamericana, Santafé de Bogotá: CEJA, Pontificia Universidad Javeriana.
33. Mangelsdorf, Martina (2015). "Vom Baby Boomers bis Generation Z. Der richtige Umgang mit unterschiedlichen generationen im Unternehmen "Gabal Verlag GmbH, Offenbach
34. Marcuse, H. (1964). Der eindimensionale Mensch. Studien zur Ideologie der Fortgeschrittenen Industrie Gesellschaft ("The one-dimensional man"). 5 Auflage, dtv. München
35. Marca (2019). Las grandes empresas, enamoradas de los eSports. <https://www.marca.com/esports/2019/04/04/5ca53886ca474114688b45a7.html>
36. Maturana, H; Varela, F. (1980). Autopoiesis and Cognition. The Realization of the Living. Boston Studies in the Philosophy of Science. vol 42. Reidel Boston
37. Mead, G. (1934). Mind, self and Society from the Standpoint of a Behaviorist, (Edited by Charles W. Morris). Chicago: University of Chicago.
38. Meinberg, E. (1981): Sportpädagogik. Konzepte und Perspektiven. Stuttgart u.a.: Kohlhammer.
39. Merkel (2018). eSports: Wie Konsolensport zum Wirtschaftsfaktor wird. Das Wirtschaftsportal von Handelszeitung und BILANZ. <https://www.handelszeitung.ch/digital-switzerland/esports-wie-konsolensport-zum-wirtschaftsfaktor-wird>

40. Müller- Lietzkow, J. (2006): Sport im Jahr 2050. ESport ; Oder ESport Sport!!?Merz Medien und Erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik 50(6), 102-112
41. Montoya-Uribe, Diego Alejandro, Gonzalez-Parias, Carlos Hernán; Duarte-Herrera, Lisbeth (2016). Situación y retos de Colombia en materia de comercio exterior, en el marco de la Alianza del Pacífico. Entramado, 12 (1), 50-65. <https://doi.org/10.18041/entramado.2016v12n1.23128>
42. Newzoo (2018). The eSports Economy. Trends. Audience, Reveneues & Opportunities. Igamming Supershow
43. Newzoo (2019). Global Esports Market Report 2019 | Light Version. <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-mobile-market-report-2019-light-version/>
44. Newzoo (2020). Global Esports Market Report 2020 | Light Version. <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-market-report-2020-light-version/>
45. Padilla, M. (2006). Emile Durkheim: Estructura social y subjetividad. Pachuca, Mexico: UAEH.
46. Plessner, H; Bock, H. E.; Gruppe, O. (Hrsg.) (1967). Sport und Leibeserziehung, sozialwissenschaftliche, pädagogische und medizinische Beiträge. München (Piper). 28-46
47. Rauscher, A. (2011): Spielerische Funktionen. Transmediale Genrezkonzepte in Videophone. Marburg
48. Redgrave, et al., (2010). Goal-direct and habitual control in the basal ganglia: implications for Parkinso´s disease. Nature Reviews Neuroscience, 11 (11), 760-772.
49. Rittner, V. (1975). Sport, Bedürfnisstruktur und sozialer Wandel. Stadion II.
50. Rittner, V. (1977). Lebensweltanalyse und Theorie der Somatischen Kultur. Einundzwanzig 5: (S. 96-108).
51. Rittner, V. (1979). Krankheit, Literatur und Wissenschaft. In: Akzente 5, 523-534.
52. Rittner, V. (1981). Identität, Natürlichkeit und Sport. In: Quell, M. (Hrsg.): Sport, Soziologie und Erziehung. Berlin, 23-34.
53. Rittner, V. (1982). Krankheit und Gesundheit. Veränderungen in der Wahrnehmung des Körpers. In: Kamper, D., Wulf, Ch. (Hrsg.): Die Wiederkehr des Körpers. Frankfurt, 40-51.
54. Rittner, V. (1983): Zur Soziologie Körperbetonter sozialer Systeme. In Sonderheft 25 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Hg. Von Friedhelm Neidhardt. Opladen: westdeutscher Verlag 233-255.
55. Rittner, V. (1984): Körper und Sport In: Klaus Carl Heinz Mechling/ Wulf Preising (Hg.). Handbuch Sport. Wissenschaftliche Grundlagen von Unterricht und Training. Bd. 2 Düsseldorf: Schwann, 607-620
56. Rittner: V. (1985) Sport und Gesundheit. Zur ausdifferenzierung des Gesundheitsmotivs. In: Sportwissenschaft, 15. Jg., Heft 2 ,136-154.
57. Rittner, V. (2003). Der Einfluss gesellschaftlicher Trends auf den Sport. In: " Zukunft. Sport gestaltet Zukunft. Zukunft Kongresses des Deutschen Sportbundes. Frankfurt am Main.
58. Scheuerl, H. (1979). Das Spiel. Untersuchungen über sein Wesen, seine pädagogischen Möglichkeiten und Grenzen. 11 Auflage. Weinheim/Basel.
59. Schiller, F. (2000). Über die ästhetische Erziehung des Menschen. Reclam. Stuttgart
60. Schrötter, J. (2014): Handbuch Medienwissenschaft. Stuttgart: JB. Metzlet
61. Seibold, N. (2019): Ein Wirtschaftwunder- Märchen. Games Markt (Sonderbeilage eSport) 19(8), 20
62. Spiegel, (2011): "Doom" ist nicht mehr indiziert. Mitteilung vom 1.09. 2011
63. Spox.com. (2008). Die Geschichte des eSport. <https://www.spox.com/de/eSport/Artikel/eSport-geschichte.html>
64. Statista (2019): Prognose zu Verteilung der Umsätze im eSports-Markt weltweit im Jahr 2019 nach Region. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/586888/umfrage/prognose-zum-umsatz-im-eSports-markt-weltweit-nach-region/>
65. Stichweh, R. (1990). Sport-Ausdifferenzierung, Funktion, Code. Sportwissenschaft, 20 (4) 373-389
66. Tang, Y. Y; Hölzel, B.K; Posner, M.I. (2015).The neuroscience of mindfulness meditation. Nature Reviwes Neuroscience, 16 (4) 213-225. <https://doi.org/10.1038/nrn3916>
67. Tiedemann, C. (2016). Bewegungskultur, Vorschlag einer Definition. Uni-Hamburg.
68. Thiel, A. (1997). Steuerung im organisierten Sport. Ansätze und Perpektiven. Stuttgart, Naglschmidt
69. Truong, A. (2014). Twitch´s 2013: 45 million viewers, 600 million videos, 12 billion minutes viewed per month. 16.01.2014. <https://www.fastcompany.com/3025010/fast-feed/twitchs-2013-45-million-viewers-600-million-videos-12-billion-minutes-viewed-per-m>

70. Vargas-Olarte, C. E. (2012). Ciencias del Deporte. Evolución de aspectos teórico científicos. Cali.Colombia. Entramado. 8 (1), 140-165. <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.1.3420>
71. Vargas-Olarte C.E. (2019). La investigación de futuro y el Deporte siglo XXI. Revista Libre Empresa, 16 (1), 126-154. <https://doi.org/10.18041/1657-2815/libreempresa.2019v16n1.5916>
72. Vargas, C.E, Rittner, V. (2017). Ciencias del Deporte. Teoría Científica del Deporte. El Deporte como objeto de estudio y sistema social. Grin Verlag. München.Noderstedt. Germany. ISBN 9783668677944. <https://www.grin.com/document/418756>
73. Wagner, M.G. (2006). On the Scientific Relevance of eSports. In: In International Conference on internet computing (S. 437-442). Las vegas: CSREA Press
74. Walter, M. (2001). enge Oligopole und Wettbewerbspolitik Gesetzmäßigkeiten des Videospiele- und Mobilfunkmarktes. Wiesbaden: DUV.
75. Warwitsch, S., & Rudolf, A. (2016). Vom Sinn des Spielens. Reflexionen und Spielideen. 4 Auflage.
76. Wiemken, J. (2001). Zeit für Helden. In: Fromme & N. Meder (Hrsg.) Bildung und Computerspiele. Zum kreativen Umgang mit elektronischen Bildschirmspiele (s. 57-98). Opladen. Leske+Budrich
77. Wilke, H. (1983). Methodologische Leitfragen systemtheoretischen Denkens: Annäherungen an des verhältniss von Intervention und System. In: Zeitschrift für systemische Therapie, I. H. 2, 23-37.
78. Zuluaga-Ramírez, Carlos Mauricio; Gómez-Suta, Manuela del Pilar. (2016). Metodología lúdica para la enseñanza de la programación dinámica determinista en un contexto universitario. Entramado, 12(1), 236-249. <http://doi.org/10.18041/entramado.2016v12n1.23124>
79. Wolf, S. (2013). Hausaufgabe: Rette die Prinzessin j. Entstehung. Geschichte und Didaktik der Computer und Videospielemusik. Hamburg: Diplomica