

eSPORTS: LOS VIDEOJUEGOS COMO DEPORTE EMERGENTE

eSports: video games like sports emerge

eSports: videogames como esporte emergente

Julián Barrera Gómez¹
Alejandro Álvarez Restrepo²

¹ Universidad de Antioquia, julian.barrerag@udea.edu.co

² Universidad de Antioquia, alejandro.alvarezr@udea.edu.co

Resumen

Los eSports son una tendencia a nivel mundial que ha tenido un crecimiento vertiginoso en las últimas décadas; sin embargo, el desarrollo académico en este campo ha sido escaso, quizás debido a falta de interés de las diferentes áreas del conocimiento. No obstante, los eSports cada vez adquieren más seguidores, logrando superar en visualizaciones a algunos deportes convencionales, por lo que han logrado atraer la atención de organizaciones y multinacionales que ven en ellos una oportunidad de negocio, hasta el punto en que algunas organizaciones deportivas internacionales y nacionales también han querido unirse a este movimiento, que se quiere consolidar como un deporte y ha logrado captar la atención del Comité Olímpico Internacional.

Palabras clave: *eSport; videojuegos; deporte; patrocinio; publicidad.*

Abstract

The eSports are a worldwide trend that have had a vertiginous growth in the last decades. However, the academic development in this field has been very little due to the lack of interest of different areas of knowledge. However, eSports is gaining more and more followers in visualizing some conventional sports, due to

this, they have managed to attract the attention of organizations and multinationals that see a business opportunity in eSports, to the point where some sports organizations international and national have also wanted to join this movement that wants to consolidate as a sport and has managed to capture the attention of the International Olympic Committee.

Keywords: *eSport; videogames; sport, sponsorship, advertising*

Resumo

Os eSports são uma tendência mundial que tem apresentado um crescimento vertiginoso nas últimas décadas. No entanto, o desenvolvimento acadêmico neste campo tem sido escasso, talvez devido à falta de interesse das diferentes áreas do conhecimento. No entanto, os eSports estão cada vez mais adquirindo seguidores, alcançando superar em visualizações a alguns esportes convencionais, por isso, tem conseguido atrair a atenção de organizações e multinacionais que enxergam neles uma oportunidade de negócio, a ponto de algumas organizações esportivas internacionais e nacionais também desejarem se juntar a este movimento que o pretende consolidar como um esporte tendo conseguido captar a atenção do Comitê Olímpico Internacional.

Palavras chave: *eSport; videogames; esporte, patrocínio, publicidade*

1. Introducción

Los eSports, o deportes electrónicos, se conocen como la parte competitiva de los videojuegos. Esta práctica ha abierto el debate a nivel internacional respecto a si se deben, o no, considerar como deportes. Aunque es escasa la bibliografía sobre los eSports, autores como Wagner (2006) los definen como “un área de actividades deportivas en la que las personas desarrollan y entrenan habilidades mentales o físicas en el uso de tecnologías de información y comunicación” (p.3). Gotarra (2017) los define como “el conjunto de competiciones en base a un reglamento público y preestablecido, con carácter deportivo, donde los equipos se batan mediante videojuegos en línea” (p.4).

Los estudios publicados sobre los videojuegos tratan temas relacionados con los efectos sociales (Cummings & Vandewater, 2007; Strasburger *et al.*, 2010), los efectos psicológicos (Allahverdipour *et al.*, 2010), e incluso tratan sobre sus efectos fisiológicos (Lager & Brenberg, 2005). Al analizar la bibliografía consultada sobre los eSports, se ha encontrado que las investigaciones se relacionan con las posibilidades comunicativas (Roncero & García, 2014; García & Sierra, 2013) y las posibilidades económicas (Vera, 2016; Lee & Schoenstedt, 2011; Seo, 2016; Gotarra & Jordan, 2017). Además, se encuentra más información sobre la economía de este sector en medios de comunicación.

2. Desarrollo

Historia de los eSports

El desarrollo de los eSports comienza en 1980, con el primer campeonato de Atari, con su juego Space Invaders, que contó con una participación de 10.000 personas (Reddit). A partir de ese punto se fueron realizando más competiciones, como la nintendo world championship, en 1990, en California. Y fue en esta década donde los eSports tuvieron su primer gran salto gracias a la internet y sus juegos en línea. En 1997 se creó la CPL (Cyberathlete Professional League), y es a finales de los noventa, hasta 2010, donde surgen los principales títulos del sector. En 2011, los eSports realizan su segundo gran salto, con la aparición de los canales de streaming (transmisión en vivo por internet), como Twitch y Youtube; actualmente, su crecimiento y aceptación ha sido tan grande, que pueden alcanzar mayores visualizaciones que algunos deportes convencionales, e incluso que otras industrias de entretenimiento como el cine y la música (Gotarra 2017).

Aunque existe una gran variedad de eSports, los géneros más representativos son los MOBA (Multiplayer Online Battle Arena), RTS (Real Time Strategy), FPS (Firts Person Shooter), CCG (Colection Cards Game) y simulación (juegos de deporte convencionales).

Inversión de las organizaciones privadas

Los eSports generan millones de visualizaciones y su audiencia va en aumento, y donde hay un gran evento, con un gran público, hay una oportunidad que las marcas utilizan para acercarse a él. Grandes patrocinadores están aprovechando este escenario, donde ya tienen participación en juegos deportivos continentales, e incluso algunas patrocinan equipos o jugadores, como la empresa Gillete. Movistar por su parte, creó su propio equipo, y además también ha creado un centro de alto rendimiento en eSports.

En cuanto al mundo del deporte convencional, estos no se quedan atrás, y clubes de futbol ya se suman al mundo de los eSports, como el Schalke 04, el Valencia, el PSG, y en Colombia el Santa Fe F.C. y Millonarios F.C. ya lanzaron convocatorias para formar sus equipos de eSports. Incluso grandes celebridades del deporte, como Ronaldo, Shaquille O'neal y Gerard Piqué ya están invirtiendo en los eSports.

En vista del gran interés que despiertan los eSports en el público, el Comité Olímpico Internacional ha considerado reconocerlos como deporte, con la posibilidad de incluirlos en el programa de los juegos olímpicos de Paris 2024, como deporte de exhibición. Por otra parte, los eSports estarán como exhibición en los juegos asiáticos de Yakarta, 2018. La necesidad de una federación que regule los eSports, fue suplida en 2008 con la creación de la IESF (International Esports Federation), que en la actualidad cuenta con 47 naciones asociadas en las que se encuentran Argentina y Costa Rica, y la Federación Nacional de Deportes Electrónicos México se encuentra en proceso de aceptación.

La creación de estas federaciones, abre la posibilidad de conformar organizaciones deportivas oficiales asociadas a ellas, con respaldo de los

Comités Olímpicos de los diferentes países, como ya viene sucediendo en México, donde el Comité Olímpico Nacional respalda su federación de eSports.

El pronóstico, a futuro, para los eSports, es alentador; se espera que, para este año (2018), las marcas contribuyan con un 77%, que representa 694 millones de dólares, lo cual significa que aumentará un 48%, respecto al año anterior. También se espera que la audiencia alcance los 380 millones de espectadores y, finalmente, en su trayectoria actual se estima que para el 2020 la industria crezca hasta 1.4 mil millones de dólares (Pannekeet, 2018).

3. Conclusiones

Los eSports representan tanto un reto como una oportunidad para la gestión deportiva y el ámbito académico en Colombia, razón por cual es importante interesarse por esta tendencia y crear estrategias para conocerla, comprenderla, implementarla y desarrollarla, sin el velo del prejuicio. No avanzar en su gestión, implica perder participación en su mercado, a pesar de las excelentes oportunidades que presenta el sector de los eSports. Por lo tanto, es necesario generar investigaciones orientadas a comprender mejor este sector, y, en especial desde el área de la educación física, empezar a conocer e intervenir en este nuevo sector, pues se requiere.

4. Referencias

- Allahverdipour, H., Bazargan, M., Farhadinasab, A., & Moeini, B. (2010). Correlates of video games playing among adolescents in an Islamic country. *BMC Public Health*, 10, 286-292.
- Cummings, H., & Vandewater, E. (2007). Relation of adolescent video game play to time spent in other activities. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 161(7), 684-689.
- García, S., & Sierra, N. (2013). Videojuegos e información: una aproximación a los newsgames españoles como nueva óptica informativa. *Icono14*, 11(2), 3-21.

- Gotarra, R., & Jordan, V. (2017). *El patrocinio en los eSports* (Trabajo de grado). Barcelona, España: Universidad Pompeu Fabra.
- Lager, A., & Brenberg, S. (2005). *Health effects of video and computer game playing: A systematic review of scientific studies*. Sweden: National Swedish Public Health Institute.
- Lee, D., & Schoenstedt, L. (2011). Comparison of eSports and traditional sports consumption motives. *ICHPER-SD Journal of Research*, 6(2), 39-44.
- Pannekeet, J. (2018). Newzoo: Global Esports Economy will reach \$905.6 million in 2018 as brand investment grows by 48%. Available from: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-global-esports-economy-will-reach-905-6-million-2018-brand-investment-grows-48/>
- Roncero, M., & García, F. (2014). Deportes electrónicos: una aproximación a las posibilidades comunicativas de un mercado emergente. *Questiones Publicitarias*, 19, 98-115.
- Seo, Y. (2013). Electronic sports: A new marketing landscape of the experience economy. *Journal of Marketing Management*, 29(13-14), 1542-1560.
- Strasburger, V., Jordan, A., & Donnerstein, E. (2010). Health effects of media on children and adolescents. *Pediatrics*, 125(4), 756-767.
- Vera, J. (2016). De jugadors a espectadors. La construcció de l'espectacle mediàtic en el context dels esports electrònics. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 55, 1-16.
- Wagner, M. (2006). On the scientific relevance of eSports (Conference). In: *Proceedings of the 2006 International Conference on Internet Computing & Conference on Computer Games Development, ICOMP 2006* (pp.437-442). Las Vegas, Nevada, USA.