LOS DEPORTISTAS ELECTRÓNICOS

PRÁCTICAS COMUNICATIVAS, IDENTIDADES Y CAPITAL SOCIAL

JOSÉ ÁNGEL GARFIAS FRÍAS
ROBERTO CARLOS RIVERA MATA

COORDINADORES

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

LOS DEPORTISTAS ELECTRÓNICOS: PRÁCTICAS COMUNICATIVAS, IDENTIDADES Y CAPITAL SOCIAL

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Rector • Enrique Luis Graue Wiechers
Secretario General • Leonardo Lomelí Vanegas
Secretario Administrativo • Luis Agustín Álvarez Icaza Longoria
Abogado General • Hugo Alejandro Concha Cantú
Directora General de Publicaciones y Fomento Editorial • Socorro Venegas Pérez

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Directora • Carola García Calderón
Secretaria General • Patricia Guadalupe Martínez Torreblanca
Secretario Administrativo • Jesús Baca Martínez
Jefa del Departamento de Publicaciones • Elvira Teresa Blanco Moreno

LOS DEPORTISTAS ELECTRÓNICOS: PRÁCTICAS COMUNICATIVAS, IDENTIDADES Y CAPITAL SOCIAL

José Ángel Garfias Frías
Roberto Carlos Rivera Mata
Coordinadores

Universidad Nacional Autónoma de México
México, 2023

Esta investigación, arbitrada a “doble ciego” por especialistas en la materia, se privilegia con el aval de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.

Este libro fue financiado por la Dirección General de Asuntos del Personal Académico (DGAPA), de la Universidad Nacional Autónoma de México, mediante el proyecto “Los deportes electrónicos como industria creativa. Contexto socioeconómico, prácticas comunicativas y de consumo. Aportes para su estudio y prospectiva”, coordinado por José Ángel Garfias Frías, como parte del Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT) IN308820.

Los deportistas electrónicos:
prácticas comunicativas, identidades y capital social

José Ángel Garfias Frías, Roberto Carlos Rivera Mata (coordinadores)

Primera edición: 5 de noviembre de 2023

D. R. © 2023 Universidad Nacional Autónoma de México
Ciudad Universitaria, Alcaldía Coyoacán, 04510, Ciudad de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Circuito Mario de la Cueva s/n, Ciudad Universitaria,
Alcaldía Coyoacán, C.P. 04510, Ciudad de México

Oficina del Abogado General
Dirección General de Asuntos Jurídicos
ISBN-UNAM: 978-607-30-8304-1

Diseño de portada: Clara Cisneros Hernández
Diseño de contraportada: Julieta Vargas Cruz
Corrección de original: Rafael Altair Segura Alvarez
Formación de interiores: Aarón González Cabrera

Esta edición y sus características son propiedad de la Universidad Nacional Autónoma de México. Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Hecho en México/*Made in Mexico*

Contenido

Introducción 9

CAPÍTULO 1

De *gamers* a deportistas electrónicos:
imaginarios y prácticas comunicativas para un cambio
en la concepción de los videojugadores 13

José Ángel Garfias Frías

CAPÍTULO 2

Las ciencias sociales y humanidades al estudio de los *esports* 29

Jalil Ascary Del Carmen Clemente

CAPÍTULO 3

La implantación de los *esports* en México:
De la FEMES a la actualidad 49

Eva Estefanía Tapia Celis

CAPÍTULO 4

La identidad de los equipos de *esports* 65

Roberto Carlos Rivera Mata

CAPÍTULO 5

Preparación y experiencia en las competencias
de *esports* en México y su extensión en América Latina 75

Clara Cisneros Hernández
y Emanuel Jetzai Velazco Arriaga

CAPÍTULO 6

Presencia, participación y expresión de mujeres dentro de plataformas de *streaming* especializadas en la liga profesional del videojuego *League of Legends* México 93

David Cuenca Orozco

CAPÍTULO 7

Capital social en comunidades de videojugadores en redes sociales digitales 111

Diego Gallardo Pérez

CAPÍTULO 8

Capital social y prácticas comunicativas en comunidades de *esports* en la ciudad de México: el caso de Super Smash Bros Melee 129

Emmanuel Galicia Martínez
Roberto Méndez Muñoz

CAPÍTULO 9

El estilo de vida de las atletas profesionales y sus tensiones estructurales en los *esports*. Caso de estudio *Free Fire* en América Latina 145

Adolfo Gracia Vázquez
César Iza Castillo

CAPÍTULO 10

Percepciones negativas asociadas a los *esports* 165

Ruth S. Contreras Espinosa
Bruno Duarte Abreu F.
Jose Luis Eguia Gómez

Introducción

En este libro se busca entender al videojugador y en específico a aquel que juega deportes electrónicos, es decir, explicar el proceso de cómo alguien que juega videojuegos por curiosidad y entretenimiento, se convierte en un ciberatleta socialmente reconocido.

Gracias al apoyo de la Dirección General del Personal Académico (DGAPA) que solventó el proyecto de investigación: "*Los deportes electrónicos como industria creativa. Contexto socioeconómico, prácticas comunicativas y de consumo. Aportes teóricos para su estudio y prospectiva*" con clave IN308820 se ha podido llevar a cabo esta investigación por tres años develando en cada uno de ellos aspectos particulares relacionados a la industria de los deportes electrónicos.

En el primer año del proyecto se publicó un libro bajo el título "*Deportes electrónicos. Aproximaciones teóricas de su origen y evolución*" en donde se dio cuenta de las parte histórica y económica que ha dado sentido al auge de los deportes electrónicos.

Como complemento de lo anterior, el presente libro corresponde al segundo año y su punto de interés, como ya se mencionó, es enfocarse en los deportistas electrónicos, particularmente en las prácticas comunicativas, por lo que se trata de un texto se ha enfocado al estudio del interior de los principales actores, ya sea en comunidades o de manera individual, privilegiando la importancia del papel de los deportistas electrónicos en su mundo de vida, con lo que se da cuenta de un imaginario compartido y la generación de un capital social que los lleva incidir de diversas formas en diferentes actividades dentro de la industria.

Dentro de esta obra, es importante rescatar el enfoque metodológico de corte cualitativo en la gran mayoría de capítulos aquí presentados; en donde se realizaron grupos de enfoque, entrevistas a profundidad y observación participante en procesos etnográficos que llevaron a dar seguimiento a los deportistas electrónicos.

De esta manera se verán múltiples puntos de vista de diferentes sectores involucrados en esta actividad —que hoy por hoy es una de las más lucrativas en el mundo— y cuyo grado de aceptación por parte de la población es mayor, ya sea practicando videojuegos o siendo espectador de ellos.

Como guía al lector, habrá que dar unas claves de cómo se configuró esta obra, y la manera más fácil de entenderla es a partir de tres temáticas generales, las cuales son: teoría, estudios de caso y críticas. Corresponden a la teoría los primeros cuatro capítulos de la obra en donde se dan bases históricas, teóricas y generales que sirven de contexto para seguir problematizando el asunto de los deportes electrónicos. La parte central correspondiente a los capítulos cinco al ocho se refiere a estudios de caso, en donde se investigan diferentes aspectos a través de estudios cualitativos con deportistas electrónicos. Finalmente, los capítulos nueve y diez son cítricos respecto a los involucrados de los deportes electrónicos.

Ahora bien, a manera de resumen de la obra, se comenta brevemente cada uno de los capítulos para que, si el lector lo considera necesario, ir directamente al que le llame la atención. Aunque con toda sinceridad se recomienda la lectura en el orden propuesto.

El primer capítulo titulado: "De *gamers* a deportistas electrónicos: imaginarios y prácticas comunicativas para un cambio en la concepción de los videojugadores" por José Angel Garfias Frías, es una introducción más completa de la obra donde se desarrolla la idea del cambio en la concepción de los deportistas electrónicos. Cabe mencionar que este capítulo está escrito en un lenguaje de difusión y de forma muy coloquial, para que sirva de orientación sobre el contenido completo de la obra.

Jalil del Carmen en el segundo capítulo, cambia el foco de abordaje del fenómeno de los deportes electrónicos al contemplar desde el punto de vista de la economía, la antropología, historia, sociología, pedagogía, la ingeniería social y el derecho, regalando atisbos de vetas de exploración para robustecer el abordaje de este fenómeno que forma parte de la cultura cuya gestación moldea a la sociedad, es decir un sustrato del que está floreciendo una realidad muy particular.

En el capítulo tres, Eva Estefanía Tapia Celis habla sobre "La implantación de los *esports* en México: De la FEMES a la actualidad", en su texto, de carácter histórico analítico es posible dar cuenta de cómo se forjó la Federación Mexicana de Esports y su impacto durante el periodo de pandemia, el cual redundó en un exacerbamiento de este fenómeno a nivel global.

Cierra la parte teórica el capítulo cuatro, bajo la pluma de Roberto Carlos Rivera Mata, quien hace una revisión de la identidad de los equipos de *esports*, los más económicamente valiosos según la revista *Forbes*, un horizonte que plantea cómo este fenómeno es una amplia fuente de ingresos, pero por sobre todo cómo se construyen las marcas que amparan a los equipos de diferentes ligas, improntas de identificación y prestigio dentro del mundo de los deportes electrónicos, y ofrece un modelo que puede servir de guía para construir una identidad a futuros equipos dentro del mundo de los *esports*.

A partir del capítulo cinco es posible dar un vistazo a diferentes estudios de caso que aportan interesantes ejemplos. "Preparación y experiencia en las competencias de *esports* en México y su extensión en América Latina", de Emanuel Velazco y Clara Cisneros, nos habla de la preparación y el camino para una competición. No basta con la habilidad o la prestancia para ejecutar acciones dentro del videojuego en el que se compite, sino que además se necesita una preparación integral de diferentes aspectos del deporte como factores psicológicos, fisiológicos y hasta nutricionales para garantizar un rendimiento elevado en competencias. Lo anterior, a partir de entrevistas en profundidad con algunos ciberatletas.

David Cuenca escribe el sexto capítulo, en el cual aporta interesantes datos sobre el videojuego *League of Legends,* un título seminal dentro del fenómeno de las grandes competiciones de deportes electrónicos a escala global, a partir de datos cuantitativos, cifras y porcentajes, presenta un panorama de la participación de las mujeres dentro de las competiciones a un nivel local, es decir, desde la perspectiva de México, además de datos interesantes sobre la gestión de las interacciones dentro del juego.

En el capítulo siete, Diego Gallardo estudia el "Capital social en comunidades de videojugadores en redes sociales digitales", de esta manera presenta la cristalización de las interacciones de los jugadores en comunidades en línea, así como su estructuración y pautas de comportamiento que rigen a las mismas, con lo que incluso se puede traspasar la dinámica de interacción sociodigital al terreno personal con la construcción de lazos y vínculos emocionales.

Emanuel Galicia y Roberto Méndez de igual manera se enfocan en el capital social en el octavo capítulo, en este caso al conocer las practicas comunicativas dentro de las competiciones del videojuego *Super Smash Bros Melee*, uno de los de más populares, el cual demanda lo mismo destreza que estrategia para su ejecución a nivel competitivo, de igual forma, los autores reflexionan sobre las comunidades de videojugadores en línea, sus prácticas comunicativas y de consumo.

En el capítulo nueve Adolfo Gracia y Cesar Iza Castillo hablan sobre el estilo de vida de las atletas profesionales de *esports* y sus tensiones estructurales. Tomando como estudio de caso el videojuego *Free Fire* en América Latina. Ambos profundizan en los procesos de identidad que generan y las vicisitudes que han enfrentado en las competencias.

Finalmente Ruth Contreras, Bruno Duarte y Jose Luis Eguia cierran esta obra estudiando las percepciones negativas asociadas a los *esports*, brindan un recorrido sobre una postura cada vez menos arraigada dentro de la construcción de una cultura digital y en particular una cultura *gamer*, al estar cada vez más imbricada en la sociedad, la práctica habitual del videojuego en su figuras casuales, y cada vez más un consumo y ejecución desde lo profesional de los videojuegos. Los datos que aportan sobre casos muy puntuales sobre adicción, violencia y ludopatía, no deben dejar de estar en el horizonte, pues como ocurre dentro de otras dinámicas sociales, pueden ser subvertidas y convertirse en prácticas comunes.

Con lo anterior, sólo queda pendiente enfocarse al tema del consumo de deportes electrónicos, el estudio de sus públicos y audiencias, el cual será tema del tercer libro correspondiente a este proyecto y que próximamente tendrá publicación. Mientras tanto los invitamos a leer esta obra para entender con más detalle el mundo de vida e imaginarios de la comunidad de deportistas electrónicos.

José Ángel Garfias
Roberto Carlos Rivera Mata
Coordinadores
Ciudad Universitaria. Febrero de 2023

CAPÍTULO 1

De *gamers* a deportistas electrónicos: imaginarios y prácticas comunicativas para un cambio en la concepción de los videojugadores

José Ángel Garfias Frías

Introducción

Hace más de 50 años que los videojuegos se han integrado en la vida cotidiana, y al igual que otros medios de comunicación, han sufrido cambios tanto en su estructura como en su lenguaje, así como en la oferta de contenidos que presentan. Hay que hacer una mención especial de la tecnología involucrada en los videojuegos, ya que es fundamental para ofrecer nuevas y mejores experiencias a los jugadores, siendo la parte más visible respecto a los cambios donde, por ejemplo, es posible ver una evolución visual de los videojuegos en cada nueva generación de plataformas video lúdicas (Rivera, 2008). Y así como los videojuegos han cambiado, los videojugadores también han cambiado a la par de todas estas revoluciones.

Es justamente la palabra cambio, la cual está presente desde el título de este capítulo sobre la cual se pretende profundizar, ya que el cambio es: "acción y la acción supone la transición de un objeto o un proceso hacia algo diferente [...] y en magnitudes diferentes" (Molina, 2018, p. 12), de esta manera lo que se pretende en este primer capítulo (que a su vez es introductorio para todo el libro) es hacer un análisis del cambio en los videojugadores a partir de establecer diferentes variables para comprender cómo se ha dado esta nueva concepción del jugador de videojuegos contemporáneo y su paso a deportista

electrónico o cibertaleta, ambos términos que se usarán de aquí en adelante de manera indistinta.

De esta manera, jugar videojuegos hoy en día no es lo mismo que hace 50 años, ya sea por el cambio de dispositivos, la aparición de nuevos géneros o por que los propios videojugadores también han cambiado el sentido por el que juegan. Con lo anterior, los estereotipos que se tenían de los videojugadores en décadas anteriores han cambiado y ahora se han sabido posicionar de manera distinta ante el entorno, ya no como perdedores de tiempo sino como deportistas que incluso pueden ganarse la vida en competencias.

Para lograr lo anterior se propone hacer un análisis histórico de la figura del videojugador a través del concepto de cambio derivado de algunas nociones de la Ley general del cambio de Jorge Wagensberg, y su relación con otros conceptos teóricos que aparecen en los demás textos de este libro, como son el imaginario, las prácticas comunicativas y la construcción de sentido, los cuales están vinculados entre sí.

Este análisis del cambio ofrece una reflexión para ver con otros ojos la actividad de jugar videojuegos. Algunas interrogantes que se pretenden responder, o dejar abiertas para los demás capítulos, son identificar en qué momento se volvió rentable jugar videojuegos, indagar cómo se han creado comunidades para disfrutar de las competencias de deportes electrónicos, lo que implica ya no sólo el acto de jugar, sino el ver a los otros jugar, pero en específico ver cómo las prácticas comunicativas que intervienen en esta actividad, permiten que los propios actores resignifican lo que implica ser jugador de videojuegos para pasar de ser *gamers* a considerarse verdaderos ciber atletas.

Apuntes sobre la Ley general del cambio

Jorge Wagensberg falleció a los 69 años de edad en 2018, físico de profesión y un gran divulgador de la ciencia, gustaba de explicar problemas complejos en lenguaje sencillo aplicado a diferentes áreas, no sólo a las ciencias exactas. Las reflexiones que de su teoría se desprendieron tuvieron un gran impacto en diferentes ámbitos humanos, siendo el cambio y la incertidumbre los conceptos que divulgó en textos como: *Si la naturaleza es la respuesta, ¿cuál era la pregunta?: y otros quinientos pensamientos* (Wagensberg, 2002).

La ley general del cambio, es uno de los mayores aportes de Wagensberg en donde hace una gran reflexión entre la adaptación individual y la

incertidumbre. Se propone que a partir de estos conceptos se tenga un marco para poder reflexionar sobre el cambio que los videojugadores han tendido en su actividad cotidiana para identificar la manera en que han tenido una resignificación de lo que hoy en día implica jugar videojuegos y ser parte de una cultura *gamer*.

El punto de partida para Wagensberg es mencionar al individuo como el ente central del cambio y su relación con el entorno, de acuerdo a la incertidumbre del mismo. De esta manera: "Un ser vivo es un objeto que tiende a mantener una identidad independiente de la incertidumbre de su entorno" (Wagensberg, 2004). El ser vivo como individuo busca mecanismos para seguir manteniendo su individualidad y seguir subsistiendo, porque se adapta a los cambios del entorno sin perder su sentido original. Esto es importante de identificar, porque el videojugador como individuo se ha enfrentado a diversos cambios en su entorno ya que, como se mencionó antes, los propios videojuegos cambian, en especial gracias a sus componentes tecnológicos, lo que implica siempre nuevas maneras de jugar videojuegos y relacionarse entre sí. Por otro lado, el entorno en donde se desenvuelve el jugador está marcado por diferentes cuestiones sociales, entre ellas el prejuicio que indistintamente se ha tenido sobre la actividad de practicar videojuegos, y estos prejuicios también han ido cambiando con el tiempo.

Ahora bien, tras hacer esta precisión sobre individuo y entorno lo que sigue es explicar en pocas palabras y a grandes rasgos el sentido de la ley general del cambio, la cual dice que: "La complejidad de un individuo más su capacidad de anticipación respecto del entorno, es igual a la incertidumbre del entorno más la capacidad del individuo para cambiar el (o de) entorno". (Wagensberg, 2004). De aquí se entiende que el individuo busca adaptarse al cambio a través de la complejidad la cual tiene diferentes variables, lo que lleva a una incertidumbre, y el individuo echa mano de esas variables para poder subsistir o mejorar en el entorno.

En este caso, conforme se han vuelto más complejos, los videojuegos entendidos como un sistema de reglas en los cuáles el videojugador supera retos establecidos por el programa (Salen y Zimmerman, 2003), exigen nuevas habilidades y otra forma de pensar en el manejo de los componentes que el usuario tiene para poder competir, en el caso de los deportes electrónicos, el videojuego es un mediador entre jugadores, ya que en algunos juegos de video, el sistema de juego es tan complejo que abre la puerta a que los videojugadores tengan a la mano una herramienta para competir con diferentes

opciones para vencer a otros jugadores a partir de crear una estrategia y perfeccionarse en el entrenamiento. De ahí que exista una diferencia entre videojugadores ocasionales que lo hacen por diversión en un entorno informal como puede ser en familia o amistad, y aquellos que compiten de manera profesional en ligas en las cuáles se manejan bolsas de dinero muy grandes.

A grandes rasgos y de acuerdo a la ley general del cambio, los videojugadores han utilizado las opciones disponibles en su entorno para mantener su propia identidad, con cambios hacia el exterior con el objetivo de ir pasando la incertidumbre que muchas veces significó jugar videojuegos bajo los diferentes estigmas o prejuicios que aún siguen vigentes, pero que conforme obtienen éxito en su profesión poco a poco se han venido abajo y eso es debido a que han sabido sacar provecho de la complejidad misma de los videojuegos para significarse como entes especializados que incluso son dignos de admirar en competencias.

El estereotipo del *gamer* ha evolucionado gracias a un tipo de selección que ha funcionado como: "filtro que deja pasar las innovaciones que favorecen la independencia de alguna clase de individualidad respecto de la incertidumbre del resto del mundo" (Wagensberg, 2004). El paso de videojugadores hacia deportistas electrónicos ha sido consecuencia de obtener una identidad propia al relacionar la actividad deportiva y de competencia con el videojuego como mediador entre usuarios, y el negocio se ha obtenido porque lo anterior resulta interesante para un público que está dispuesto a presenciar estas competencias.

La propia industria de los videojuegos se ha sabido adaptar y modificar sus prácticas para dar cabida a esta nueva forma de hacer negocio y explotar sus productos para este formato. Lo anterior se ha explicado con más detalle en una publicación anterior sobre deportes electrónicos donde se dan algunas aproximaciones teóricas sobre su origen y evolución a partir del análisis histórico de esta industria. (Garfias y Gracia, 2022).

Pero ya que el punto central en este capítulo y en este libro son los deportistas electrónicos, una vez que se ha reflexionado sobre la complejidad y la adaptación de los videojugadores hasta resignificarse, se plantea analizar el cambio que se ha dado con ellos a partir de los conceptos de imaginario y prácticas comunicativas para dar una nueva construcción de sentido al cambio en la actividad de jugar videojuegos.

Imaginario y prácticas comunicativas para la construcción de sentido

El imaginario se entiende como el conjunto de imágenes que se asocian con ciertas realidades o fenómenos sociales y que permanecen en la mente de los individuos de forma personal, pero también colectiva, generando con esto un imaginario colectivo. Blanca Solares lo define como: "una asociación simbólica a ciertas figuras e imágenes que remiten y producen una forma de realidad social" (2006).

Con el imaginario se construye una visión sobre el mundo y una tendencia a tipificar los objetos. En el caso de los videojuegos, este imaginario ha cambiado a lo largo de los años, y son muchas las visiones que se han construido en torno a ellos: desde objetos meramente de ocio a muchas otras funciones que han dado pie a diversas definiciones de los mismos, tal es el caso de los *serious games* enfocados a la educación; los *advergames*, pensados para la publicidad; *los art games* cuya razón de ser es la de explotar características estéticas en pro de una deleite sensorial y emotivo en los individuos y por supuesto los *esports* que son los videojuegos para competencias.

Al ser un componente de la cultura, el imaginario cambia con el paso del tiempo, pues nuevas prácticas y cambios en la forma de vivir en el mundo detonan en nuevas formas de referirse e interactuar con los objetos. Las categorías mencionadas con anterioridad sobre los videojuegos han sido resultado del cambio que se vive en este tipo de productos gracias a la tecnología y al uso social que se hace del mismo. Por eso, la relación entre el imaginario y el cambio es aún más relevante en los videojuegos, y es a través de la práctica cotidiana que se configura el imaginario, y a la vez se incorporan nuevas formas de ver a los videojuegos.

El imaginario construido sobre un objeto prefigura la manera sobre la cual es entendido y sirve como guía para darle un sentido a la vida humana, ya que es generado a través de estructuras simbólicas que fundamentan la visión de la realidad (Durand, 2012), por lo que ciertos elementos presentes de manera constante en el lenguaje y acciones cotidianas le dan sentido a la vida, e incluso otorgan una forma de proceder en cualquier acción cotidiana.

De lo anterior se rescata la importancia de la dimensión discursiva del imaginario, puesto que es "un suceso discursivo porque, ante todo, se vale de las estructuras lingüísticas para comunicar o transmitir un mensaje

determinado y sirve como estructura explicativa básica de la realidad" (Amador, 2004).

Llegado a este punto es importante señalar la relación entre el imaginario y las prácticas comunicativas: el primero, como ya se ha visto, es un concepto antropológico que se entiende como modelo de explicación de la realidad, y el segundo, las prácticas comunicativas, son definidas por Delia Crovi como: "prácticas diversas con las que los usuarios se expresan, se organizan y sobre todo se encuentran determinados por condiciones personales y sociales situadas, (actualmente gran parte de…) estas interacciones se despliegan en escenarios digitales diversos, dinámicos y cambiantes" (2018, 13). Es decir, las prácticas comunicativas son interacciones sociales que toman como punto de partida al videojuego como elemento de cohesión de toda la comunidad y en la cual está presente el cambio, así como una nueva forma de interacción cotidiana y la generación de confianza en las comunidades con las cuales se pueden desarrollar elementos como normas, valores y sentidos de pertenencia que posibiliten a los miembros actuar con ventaja inmaterial en entornos diferentes al videojuego, y a través de los cuáles se prefigura un imaginario nuevo sobre los videojuegos.

Dicho con otras palabras, el jugar videojuegos se creía que era una actividad individual donde el *gamer* permanecía aislado; no obstante, siempre ha existido la opción de jugar de manera cooperativa o competitiva con otras personas, y más allá de eso, el mismo acto de jugar ha sido una actividad de contemplación por usuarios; todo esto generó una nueva configuración de la actividad videolúdica entre los involucrados lo que dio cabida a un nuevo imaginario con sus propios valores y sentido de pertenencia para cada miembro de la cultura *gamer*. De esta manera, cuando se participa de manera profesional en competencias de videojuegos, el jugador deja de ser un simple aficionado y ahora se considera a sí mismo como un ciberatleta, cambiando el imaginario que se tenía sobre jugar un videojuego; y lo mismo pasa con el público que es aficionado a estas competencias, así como los demás involucrados en esta actividad.

El cambio se ha consolidado a partir de las interacciones dadas en las prácticas comunicativas ya sea de manera directa entre la propia comunidad, o entre los demás participantes de la industria de los deportes electrónicos que son las propias empresas de videojuegos que a través de publicidad o creación de contenidos como películas o series de televisión han tratado de comunicar una imagen de lo que implica hoy en día jugar videojuegos, con el afán de

que el propio videojugador se identifique ante sí mismo y ante el entorno. En la medida que los miembros de dichas comunidades efectúen procesos de significación, retroalimentación, mantengan relaciones de confianza y cooperación, les permitirá desarrollar normas, valores y vínculos que les posibilitará incluso una ventaja para alcanzar objetivos sociales fuera del entorno virtual del videojuego.

Finalmente habrá que decir que el resultado de la relación entre imaginario y prácticas comunicativas con el paso del tiempo genera una nueva construcción de sentido, lo que ocasiona el cambio en la concepción de la actividad videolúdica, y es precisamente ese el cambio que se pretende analizar al paso del tiempo de la industria del videojuego.

Análisis del cambio en la concepción de los videojugadores

Para poder analizar el cambio en la concepción histórica de los videojugadores se propone identificar cuatro periodos para el análisis. Si bien el videojuego *Pong* de 1972 es el punto de partida de la industria del videojuego (Kent, 2016) su masificación se dió hasta la década de 1980, donde se pueden rastrear las primeras competencias de deportes electrónicos con las consolas y máquinas tragamonedas de la época. Otro periodo sería el de los videojuegos de peleas de la década de 1990, motivados por la salida del videojuego *Street Fighter II* y la oleada de juegos del mismo género que, sin duda, desató las competencias entre jugadores. Un periodo más está ubicado a inicios del nuevo milenio, cuando se posibilitó la competencia en línea contra otros usuarios. Y finalmente, el último periodo está ubicado en tiempos recientes donde existen los ciberatletas que participan en competencias oficiales de ligas de *esports*.

Ahora bien, sobre la manera de abordar estos cuatro periodos se analizó en primera instancia algunos de los contenidos que reflejaban un imaginario sobre los *gamers* en diversos productos tales como publicidad, películas, producciones audiovisuales o documentales que haya disponibles para tal fin, y en segunda instancia, el análisis se complementa con entrevistas a involucrados en dicho periodo, siempre y cuando haya sido posible acceder a ellos, como fue el caso de los tres últimos periodos.

De esta manera, quedan para el análisis estos cuatro periodos que se listan a continuación y su periodo de tiempo aproximado: 1) Primeros

competidores, década de 1980. 2) Peleadores callejeros, década de 1990. 3) Jugadores online, primera década del año 2000. 4) Deportistas electrónicos, época contemporánea.

Primeros competidores, década de 1980

Este periodo se caracteriza por la consolidación de las primeras empresas de videojuegos, las cuáles buscaban modelos de negocios rentables para sus productos. Es aquí donde se consolidan dos plataformas principales para jugar, estas son las primeras consolas de videojuegos caseras, como el *Atari 2600* de 1976, el *Nintendo Entertainment System* de 1985, o el *Sega Master System* de 1986; y la otra plataforma eran las máquinas tragamonedas en lugares públicos, accesibles a cualquiera con una moneda a la mano.

En cuanto a condiciones técnicas, los videojuegos de esta época tenían como principal sistema de juego hacer la mayor cantidad de puntos, por cada sesión de juego en rutinas repetitivas donde el usuario se enfrentaba a situaciones concretas en una sola pantalla como si fuera un tipo de juego de mesa. Videojuegos como *Space Invaders* de 1978, *Asteroids* de 1980 o *Pac-Man* del mismo año, son ejemplos de ello. La única variante era que a medida que pasaba el tiempo, se incrementaba la dificultad del programa, con lo que se requería más habilidad para colocar el marcador más alto a fin de ser superado por los demás competidores.

Vale la pena comentar que eran pocos los videojuegos que enfrentaban directamente a los videojugadores, utilizando el programa como mediador, a pesar de que *Pong* de 1972 tenía ese esquema, la mayor parte de los videojuegos de la época optaron por ofrecer experiencias más individuales, previendo que no siempre se iba a contar con un competidor humano al lado.

Los videojuegos de la década de 1980 presentaban perfiles de videojugadores muy variados para su esquema publicitario, ya que en algunos casos, empresas como *Nintendo* dirigían sus productos a la familia, mientras que otros como *Atari* en sus orígenes, promocionaba sus máquinas tragamonedas en bares con adultos jugando en estas plataformas. Y de igual manera, los productos se posicionan de diferente forma; consolas como el *Atari 2600*, se comercializaron bajo el nombre de *Video Computer System (VCS)* con el objetivo de venderlo como un aparato tecnológico enfocado más como herramienta para los hogares, que como un videojuego.

En el campo de las narrativas audiovisuales sobre videojuegos, una de las películas más memorables de la época es *The Wizard* (Holland, 1989) que trataba de unos adolescentes que viajaban a California para participar en una de las primeras competencias de videojuegos, las cuales se volvieron muy populares en ciertos lugares de Estados Unidos como mecanismo publicitario durante ese periodo. Cabe decir que la película *The Wizard* si bien no fue un éxito en taquilla, si rescató en parte el imaginario del videojugador que buscaba competir en aquella época, el cual se reflejaba con un perfil un tanto retraído y solitario.

La idea de poseer alguna habilidad frente al control y la pericia para dominar diferentes dispositivos también se vio reflejada en una serie de dibujos animados de finales de la década de 1980, realizada con el apoyo de *Nintendo* bajo el título del *Capitán N,* donde el protagonista es un joven de nombre Kevin, que gracias a sus habilidades en videojuegos fue convocado a *Videoland*, un tipo de reino ficticio dentro de los videojuegos, para ayudar a combatir a un enemigo y rescatar a una princesa. En dicha serie se aprovechaba el espacio para mostrar a diferentes personajes de videojuegos para promoverse en Occidente, como gran parte de las series de dibujos animados de la época, que funcionaban a manera de comerciales de larga duración, como T*ransformers, Teenage Mutant Ninja Turtles* o *He-Man* entre otros, que promocionan juguetes.

El documental *High Score. El mundo de los videojuegos* realizado por *Netflix* (Costrel, Coupe y Wood, 2020) rescata testimonios de diversos protagonistas de la industria. En este caso llaman la atención las anécdotas de los primeros participantes en competencias de videojuegos, tal es el caso de Rebecca Heineman quien participó en 1980 en el primer campeonato nacional de *Space Invaders* en Estados Unidos, explicando que el videojuego tenía ciertas estrategias para realizarlo, y que gracias a esto ganó el concurso, así como un premio monetario. No obstante, el propio documental hace una comparación entre ese tipo de competencias y lo que hoy significa ser un deportista electrónico profesional ya que Rebecca, a pesar de la habilidad, ni siquiera pensó en dedicarse a eso y que sólo lo hacía por diversión. A pesar de que la anécdota es en Estados Unidos, guarda similitudes con varios jugadores en otras partes del mundo quienes a través de comentarios en redes sociales sobre el documental han manifestado sentirse identificados con el caso de Rebecca.

De esta manera es posible ver que el imaginario de este periodo se centró en definir el perfil del videojugador a través de la publicidad y producciones audiovisuales, promoviendo la idea de competencia y dominio de las habilidades. No

obstante, el grueso de la industria se enfocó en producir experiencias individuales, particularmente las narrativas que colocaban la mayor parte del tiempo al videojugador en solitario contra la máquina poniendo toda su concentración. Las posturas negativas consideraban a los *gamers* como enajenados, y en muchos casos, seres aislados de la sociedad por no encontrar productividad en su afición más allá de concursos esporádicos. Los integrantes de la comunidad videojugadora del periodo aún se encontraban dispersos y sus prácticas comunicativas estaban difusas, también luchando contra prejuicios ante la actividad de jugar videojuegos, pero buscando que se respetara su afición.

Peleadores callejeros, década de 1990

El videojuego *Street Fighter II* de 1992 significó una gran revolución sobre la manera de jugar en los locales de máquinas tragamonedas de aquel entonces, inspirado en la moda de peleas de artes marciales muy popular en aquella época, ofreció la oportunidad de competir controlando a un peleador de artes marciales en un videojuego, ocupando gran variedad de técnicas gracias a que utilizaba una palanca y 6 botones ofreciendo un variado rango de ataques corporales contra el rival, motivando el desarrollo de técnicas y estrategias para vencer a otros usuarios. *Street Fighter II* dio inicio al género de videojuegos de peleas, el cual se replicó con gran ahínco durante toda la década con copias y versiones de otras empresas sobre la misma dinámica de participar controlando a un peleador de artes marciales y sus técnicas especiales.

Los videojuegos de peleas significaban espacios para competencia, dónde los resultados podrían ser imprevisibles y había una emoción implícita en observar a otros pelear, por lo que mientras dos individuos jugaban en la máquina el resto se formaba esperando participar, pero a la vez también contemplaban las peleas. Esto fue el origen de las primeras competencias formales sobre videojuegos como el caso de los torneos *Evolution Championship Series* mejor conocidos como *EVO,* los cuáles se han realizado desde 1996, y cuya base es competir en videojuegos de peleas con grandes premios, ya que se organizaron bolsas y competencias (principalmente en Las Vegas, Estados Unidos), lo que ha servido como inspiración para que su fórmula se replique y sea cada vez sea más continua en otros géneros de videojuegos.

En este periodo es posible ver los primeros atisbos de ciberatletas, tal es el caso del japonés Daigo Umehara, quien ha sido un asiduo participante de

estos torneos, el cual se ha vuelto famoso por ganar varias de estas competencias, por mostrar un estilo de pelea muy pulido, que le ha generado reconocimiento entre la comunidad, a pesar de que la difusión en medios era aún muy discreta por falta de transmisiones a nivel internacional y sólo era cubierta por la prensa especializada de videojuegos en los primeros años de la *web*.

La producción audiovisual, la publicidad y creación de contenidos de la década de 1990 mostraba un perfil de jugador masculino, joven, que buscaba retos y mejoras tecnológicas. Empresas cómo *Sega* buscaban en su publicidad ofrecer una imagen de gamer rebelde, auténtico y desenfadado, la cual promocionaba con competencias más recurrentes en las regiones donde se vendía sus productos.

La importancia del videojuego *Street Fighter II* en México es muy importante, a partir de septiembre de 2022 se han comercializado figuras de colección de los personajes en puestos de revistas con bastante éxito, con lo anterior se han conformado grupos en *Facebook* y otras redes sociales para facilitar la compra e intercambio de figuras. Aprovechando este espacio, se ha hecho una labor de observación participante y posteriormente se realizó un grupo de enfoque en diciembre de 2022, con siete videojugadores de la época que actualmente tienen entre 30 y 40 años de edad para que comentaran sobre algunas experiencias de lo que implicaba jugar videojuegos de este género en la década de 1990.

La gran mayoría de ellos relata que jugar este tipo de videojuegos no era muy bien visto por sus padres, y qué buscaban espacios para escaparse a jugar, como cuando les encargaban algún mandado en donde aprovechaban para jugar a escondidas. Los personajes de *Street Fighter* son muy populares y de ahí que hayan buscado coleccionarlos en esta nueva promoción. Ante la pregunta de si les hubiera gustado dedicarse profesionalmente como deportistas electrónicos, todos coinciden en que era imposible pensarlo dadas las condiciones y prejuicios ante los videojuegos por la violencia y la pérdida de tiempo. Sólo dos de ellos relataron haber participado en competencias informales con premios económicos a finales de la década de 1990, pero no pudieron llegar muy lejos, por no estar bien entrenados, puesto que en esas fechas ya había algunos primeros establos para entrenar y jugar en estas ligas informales de torneos de barrio. Los participantes del grupo de enfoque consideran que los actuales deportistas electrónicos tienen una oportunidad que ellos ni siquiera se plantearon, que deben aprovechar su momento.

Se puede decir entonces que el imaginario de este período planteaba una especie de competidor individual que enfrenta a otros rivales humanos, tenía

que entrenar estrategias para combatirlos, en una idea que se replicó en el videojuego *Pokémon*, surgido en 1996 cuyo lema es *entrenar para ser el mejor ante los demás*. Es un imaginario que, a través de las prácticas comunicativas en los primeros espacios de interacción por internet, iba dando forma a la resignificación y valorización de los videojugadores.

Jugadores online, primera década del año 2000

El uso masificado de internet a inicios del nuevo milenio cambió significativamente las prácticas comunicativas en la comunidad de videojugadores, los cuales empezaban a formar foros de discusión y proyectos colectivos para comentar acerca de los videojuegos. De igual manera, con el videojuego en línea ya se podía competir contra diferentes usuarios en todo el mundo; esto implicaba la creación de más géneros de videojuegos donde incluso ya no sé hacía de manera individual, sino que ahora se buscaba hacerlo en equipo; tal es el caso de juegos con modalidad de *Deathmatch*, que consiste en un entorno tridimensional a manera de arena donde los participantes deben eliminarse mutuamente usando armas. Videojuegos como *Halo 2* del 2004 son ejemplo de lo anterior.

El nuevo milenio trajo como resultado una imagen de videojugador más integrado a la comunidad, donde cobra mayor sentido el esquema de prácticas comunicativas, pues a partir de clanes o equipos para competencias en línea se dotaba de sentido a la competencia, identificándose con algún tipo de nombre y logotipo, dando mayor importancia al seudónimo de los videojugadores que a su nombre propio.

No tardó mucho tiempo en tratar de reglamentar este tipo de competencias puesto que había diferencias en cuanto al tipo de conexión, así como usuarios que hacían trampas modificando los videojuegos. De esta manera surgieron algunos torneos hechos bajo está lógica, además de que comenzaron las transmisiones o grabaciones de este tipo de competencias.

Para poder sobresalir en este entorno, los videojugadores tuvieron que cambiar del viejo modelo individualista de competencia, a uno de competencia por equipos, lo que implicaba pasarse varias horas entrenando estrategias en conjunto para poder derrotar a los demás. Este periodo se puede considerar una era previa a los deportes electrónicos, la cual se cierra con la salida al mercado del videojuego *League of Legends* de 2009, donde se promueve la

competencia por equipos, aunque también tuvo que evolucionar para tener un esquema rentable —donde se obtuvieron ganancias adicionales a la venta de juegos—, sino que surgiera una industria del espectáculo y las transmisiones de competencias que pudiera atraer más público para hacerla rentable.

Los jóvenes que participaron en este periodo de transición entre amateurs y deportistas profesionales se enfrentaron a cuestiones del propio desarrollo del ecosistema de medios, en una industria que ha ido creciendo a pasos agigantados en el último milenio.

Para este punto, se recurrió también un grupo de enfoque con seis usuarios de videojuegos de los últimos veinte años, cuyo rango edad ronda entre los 25 y los 30 años de edad y que han sido participantes de videojuegos en línea a través de consolas de *Xbox* en la comunidad de *Xbox Live* para juego en línea.

Este perfil de usuarios se formó casi en su totalidad en consolas de videojuegos, principalmente *Playstation* y posteriormente con consolas de la familia *Xbox* de *Microsoft*. La mayoría relata que pasaban bastantes horas jugando modalidades en línea junto a amigos, perdiendo incluso la noción del tiempo, gastando varias madrugadas enfocadas en esta afición.

Conforme fueron adquiriendo más recursos económicos, invirtieron en plataformas más potentes, dos de ellos juegan en la actualidad la mayor parte del tiempo en computadores personales siendo *League of legends* lo más recurrente, aunque sin hacerlo a nivel profesional. No obstante, relatan que se han encontrado a jugadores profesionales en línea y han competido con o contra ellos. Casi todos coinciden en que les gusta jugar en diferentes plataformas como los teléfonos móviles, con videojuegos como *Free fire,* donde se da un sistema de competencia global, y que bajó esa lógica ven mecanismos para mejorar en la participación y mejorar en el ranking mundial de videojuegos.

Ante la pregunta de lo que para ellos significan los deportistas electrónicos, relatan que es una realidad y tienen algunos conocidos inmiscuidos en alguna parte de la industria, ya sea como competidores o creadores de contenido y que les da gusto saber que se ha diversificado y aceptado la actividad videolúdica. Ellos mismos no sienten que hayan sufrido prejuicios hacia su persona más allá de que debían cumplir con sus deberes antes de jugar, pero que incluso los videojuegos eran regalos que recibían con mucha frecuencia en su niñez. Y todos coinciden en que les hubiera gustado participar como deportistas electrónicos y que incluso dos de ellos han estado en equipos de diversas ligas, pero sin consolidarse, aunque ven viable la idea de hacer transmisiones de juegos en *streaming* como *hobbie* con posibilidad de monetizar.

En resumen, este periodo del nuevo milenio presenta un imaginario más consolidado ante la idea de jugar videojuegos de manera profesional, se promueve el social *gaming* y las prácticas comunicativas en línea consolidan y refuerzan la idea de generar un capital social al interior de las actividades relacionadas a videojuegos, con lo que tienen una imagen más favorable ante la sociedad y la predisposición hacia vivir de los videojuegos.

Deportistas electrónicos, época contemporánea

Sobre esta etapa no hay mucho que comentar, puesto que es un fenómeno que se está viviendo cotidianamente, pero sobre el cual hay que rescatar algunos puntos relevantes respecto al cambio en la concepción y el imaginario de los videojugador. Por principio de cuentas, habría que mencionar que ya se puede identificar plenamente al deportista electrónico, el cual es entrenado en academias y participa en competencias a nivel internacional. De igual forma, existen las transmisiones de sus eventos en streaming principalmente, aunque los medios tradicionales como la televisión y la prensa ya dedican algunos espacios y menciones para algunas de estas competencias.

Influencers como el español Ibai Llanos han sido promotores de este tipo de competencias, convocando a un gran número de espectadores y empresas que buscan anunciarse, donde se generan bolsas económicas para vivir de esta actividad. Si bien aún son pocos los jóvenes que se dedican de manera profesional a los videojuegos, lo cierto es que en los últimos años y particularmente en el periodo de pandemia a mediados de 2022, hubo un crecimiento en el consumo de videojuegos y el consumo de este tipo de competencias, como la que la propia liga mexicana de futbol promovió con futbolistas compitiendo en el videojuego *FIFA*.

De manera satírica se hace referencia a este tipo de actividad en productos audiovisuales, tal es el caso del episodio 656 de la serie de televisión *Los Simpson*, que se estrenó en marzo del 2019 donde *Bart Simpson* juega deportes electrónicos reflejando mucho del imaginario que implica en la actualidad dedicarse a esta actividad, tal es el caso de la compra de una computadora de alta gama y monitores para competir, dedicar varias horas al entrenamiento, la conformación de un equipo de jugadores, así como dedicar varias horas de entrenamiento para ganar grandes cantidades de dinero. A grandes rasgos este es el perfil actual del ciberatleta que se desenvuelve en un ambiente profesional.

Al respecto del tema de las prácticas comunicativas en red, en la actualidad y como parte de este proyecto se realizó una investigación con entrevistas en profundidad con *streamers* en la plataforma *Twitch* y el capital social que generan gracias a las transmisiones de deportes electrónicos. El caso, investigado por Karla Delgado, da cuenta de cómo los streamers se unieron a raíz del terremoto de la Ciudad de México en 2017, para recaudar fondos utilizando contenidos que tenían que ver con *esports* dejando ver que detrás de ellos hay una comunidad participativa e interesada en estos temas (Delgado, 2021).

El estereotipo del videojugador activo y pasivo que no consigue nada más que perder su tiempo va quedando atrás. Y muchos más casos de estudio contemporáneos complementarán este apartado en los capítulos posteriores, en donde hay que resaltar el enfoque de la metodología cualitativa utilizada en la mayoría de los capítulos para lograr este fin.

Conclusiones

Cómo se ha podido ver, ha habido un cambio en la concepción del videojugador con el paso del tiempo, particularmente el cambio ha venido de una imagen de ocio negativa hacia una imagen más positiva de un deportista profesional digno de su área y que busca espacios para consolidarse.

El imaginario del *gamer* actualmente sigue en construcción y mucho depende de la producción audiovisual que promueva esta nueva imagen gracias al crecimiento del mercado, los mecanismos de comercialización y difusión enfocando las prácticas comunicativas hacia la reproducción de un proceso de identidad que tienen los jugadores y que han generado capital social en torno a esta actividad.

La concepción actual del deportista electrónico retomando las bases del cambio de Wagensberg ha sido un proceso de construcción de identidad ante la incertidumbre al diferenciarse del entorno. Se ha generado respeto y reconocimiento como atleta de manera similar como los deportistas profesionales del siglo pasado lo hicieron al difundir sus actividades en medios tradicionales en competencias internacionales como Juegos Olímpicos, Copas del Mundo o *Superbowls* como espacios de promoción donde los atletas tienen trato de héroes.

Con esto queda el camino abierto a entender desde adentro las prácticas comunicativas para la construcción de identidad y capital social entre los

deportistas electrónicos, por lo que es importante resaltar el enfoque metodológico cualitativo que se le dio a toda esta obra.

Referencias:

Amador, J. (2004). *Las raíces mitológicas del imaginario político*. Porrúa.

Costrel, F; Coupe, C. y Wood, M. (Productores ejecutivos) (2020). *High Score. El mundo de los videojuegos*. [Documental]. Netflix.

Crovi, D. (2018). *Prácticas comunicativas en entornos digitales*. UNAM.

Delgado, K. (2021). *La generación de capital social en la plataforma Twitch: prácticas, usos e implicaciones en la vida cotidiana de los streamers*. Tesis de licenciatura en Sociología. UNAM.

Durand, G. (2012). *Las estructuras antropológicas del imaginario: Introducción a la arquetipología general*. Fondo de Cultura Económica.

Garfias, J; y Gracia, A. (2022). *Deportes electrónicos. Aproximaciones teóricas de su origen y evolución*. UNAM.

Holland, T. (Director). (1989). *The Wizard*. [Película]. Nintendo - Universal Pictures.

Kent, S. (2016). *La gran historia de los videojuegos*. Pengüin Random House.

Molina, S. (2018). *El cambio y sus formas*. UNAM.

Rivera, R. (2008). *De la competencia a los simuladores. La evolución visual de los videojuegos de carreras de autos*. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. UNAM.

Salen, K; y Zimmerman, E. (2003). *Rules of Play*. MIT Press.

Solares, B. (2006). Aproximaciones a la noción de Imaginario. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, No. 198, 129–141.

Wagensberg, J. (2002). *Si la naturaleza es la respuesta, ¿cuál era la pregunta?: y otros quinientos pensamientos*. Tusquets editores.

Wagensberg, J. (2004). Cómo perseverar cuando la incertidumbre aprieta bajo la ley general del cambio. *Revista Pasajes* No. 14. https://www.revistasculturales.com/articulos/24/pasajes/100/1/como-perseverar-cuando-la-incertidumbre-aprieta-bajo-la-ley-general-del-cambio.html.

CAPÍTULO 2

Las ciencias sociales y humanidades al estudio de los *esports*

Jalil Ascary Del Carmen Clemente

"La verdad es como el sol...
puedes taparla, pero no desaparece".
FRANK COLERIDGE
Silent Hill

Introducción

El tema de los videojuegos y en específico los *esports*, en muchas de las ocasiones se centra únicamente al estudio como industria creativa que obedece más a las Ciencias de la Comunicación, es decir, entender la narrativa, imagen, discurso, diseño, mensajes dentro de este singular tema de estudio; sin embargo, el interés permea que esta actividad *per se* es un sistema complejo que interactúa con otros subsistemas.

Es por ello, que el interés de este capítulo es entender cómo otras ciencias sociales y de humanidades aportan elementos para encontrar una adecuada conceptualización de los *esports* como deporte.

Desde el punto de vista de las Ciencias Sociales y las Humanidades

El deporte, por su propia naturaleza dinámica y recreativa, no es una actividad que estimule la realización de estudios científicos, sociales o humanísticos, *a*

contrario sensu, la temática suele inspirar a las ciencias sociales o humanísticas para que en su seno se realicen diversos tipos de investigación, la finalidad es proporcionar a la sociedad elementos de comprensión histórica, presente y futura de su evolución.

El propósito es que se pueda observar algunas ciencias sociales y de humanidades su objeto de estudio vinculado al deporte, y como consecuencia su relación a los *esports*.

Antropología

El *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española* define a la antropología de la siguiente manera: "*Estudio de la realidad humana// Ciencia que trata de los aspectos biológicos y sociales del hombre*".(*Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*, 2012). Norbert Elías al relacionar antropología y deporte señala: "*La actividad físico-deportiva se inscribe dentro de sistemas socioculturales concretos y sociedades específicas desde las cuales se definen las características que la conforman*".(Lisbona Guillén et al., 2006). Se deduce que los antropólogos pueden colaborar para satisfacer una demanda social cognitiva en ámbitos como el técnico, el científico o el mediático, porque en México los estudios antropológicos del deporte se limitan al juego de pelota prehispánica o estudios sobre el fútbol como fenómeno social.

Siguiendo este criterio al tratar el tema de los videojuegos, constituyen un sistema complejo *per se*, dado que se tiene que definir cómo los *esports* son una actividad física deportiva, para que con ello se pueda entender al jugador-atleta, la interacción que se realiza con una o varias comunidades de *gamers*, lo cual los expertos en el tema han considerado que la tecnología es un aspecto primordial, a través de las redes sociales como Twitter o Whatsapp, regularmente, pues es fundamental para mantenerlas actualizadas cada segundo.

Andrés Roemer, autor del libro *¿Por qué amamos el fútbol?,* reconoce que Johan Huizinga es precursor de los estudiosos antropológicos, lo cual se demuestra con su obra *Homo Ludens*, en éste se da a conocer la pauta evolutiva del hombre y el desarrollo de la parte instintiva del juego como naturaleza de ser humano, más no deporte, dado que el juego es irracional e inmaterial, y como no es una actividad privativa del ser humano, los animales también juegan: "*si designamos al principio activo que compone la esencia del juego 'espíritu', habremos dicho demasiado, pero si le llamamos 'instinto', demasiado*

poco"(Huizinga, 1984). De este modo, el razonamiento lógico jurídico nos permite concluir que el juego es inherente al ser humano y la práctica del deporte se convierte en un derecho humano o fundamental. De aquí que pueda visualizar que todos aquellos que simplemente utilizan cualquier plataforma o consola de videojuegos lo hacen con un fin de ocio o recreación, pero a *contrario sensu* cuando el gamer con ese agonístico tiene como propósito el fin de la competición, entonces es cuando esté practicando algún deporte.

Historia

El *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española* define la historia como: "1. Narración y exposición de los acontecimientos pasados y dignos de memoria, sean públicos o privados.// 2. Disciplina que estudia y narra estos sucesos".(*Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*, 2021). Para Cicerón: *Historia magistra vitae et testis temporum* (la historia es maestra de la vida y testigo de los tiempos).

Las diversas teorías de la actividad física expuestas desde Carl Diem, Ortega y Gasset, Ulrich Popplow, Eichel y Lukas, Eppeneister, Karl Marx, José María Cagigal y Manuel García Ferrando, si se busca un factor en común, han expuesto que la evolución del ser humano tiene un instinto de sobrevivencia de acuerdo a su entorno, pues la muerte tiene un aspecto relevante dentro de estas teorías; y es por ello que el culto cuyo sistema ordenado formado por el espíritu de las reglas puede repetirse de manera constante para agradecer a los dioses, para entender la fuerza que existe de la naturaleza como un medio de dominación; tan es así que se vuelve un medio de control, para que cierto tipo de clase social pueda servir a otros, como si fuera una manipulación, cuyo objeto es la predominación social, que no está alejado de la realidad del siglo XXI, sin embargo, debe considerarse que esta evolución ha partido del ocio para convertirse en un medio transformador de la conducta humana, para que tenga el propósito de superación al momento de competir con otro ser humano.

De lo anterior, la evolución histórica que han tenido los videojuegos a partir de los años setenta del siglo XX hasta la segunda década del siglo XXI (dado que en México en el año 2019, se reconoció como deporte, es decir, que se convirtió en actividad física, organizada y reglamentada, que tiene por objeto el desarrollo de las competiciones, que existe un desarrollo mental de

las personas que practican este deporte. Sin embargo, desde el aspecto histórico se tendría que reflexionar si los videojuegos que se convierten en deporte, se usan como un medio de denominación o control de cierto sectores de la población, o bien, realmente existe un fin agonístico de competir, de demostrar una superioridad dentro del subsistema de *gamers,* de su propia nación o de otras naciones del mundo.

Economía

El *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española* proporciona algunas acepciones y son las siguientes:

> Administración eficaz y razonable de los bienes. Conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo. Ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos. Contención o adecuada distribución de recursos materiales o expresivos. Ahorro de trabajo, tiempo o de otros bienes o servicios. Ahorros mantenidos en reserva. [Y, por último:] Reducción de gastos anunciados o previstos. (*Voz Economía*, 2021)

El *Diccionario de Economía y Finanzas* explica que el vocablo economía:

> […] tiene al menos tres significados diferentes. Por una parte es sinónimo de ciencia económica; en otro sentido, se utiliza para designar el sistema económico concreto existente en un país o región, como cuando se habla de "la economía japonesa", por ejemplo. Por último, y más apegada a la etimología del término, la palabra economía significa, en el lenguaje corriente, la administración recta y prudente de los bienes, el ahorro de tiempo, materiales o trabajo. Esta acepción, en términos ya algo más técnicos, significa entonces el uso óptimo de los recursos de forma que una cantidad dada de los mismos produzca la mayor satisfacción o utilidad. En este sentido, pues, economía es sinónimo de eficiencia, de escogencia [sic] entre medios escasos para el logro de fines determinados con lo cual se establece un vínculo teórico con el primero de los significados mencionados. (Sabido, 1991).

En 1776 Adam Smith en su obra *Riqueza de las naciones* establece que la economía política, considerada como una rama de la ciencia del estadista o del legislador, se propone dos objetivos diferentes: el primero, proporcionar a la gente ingresos abundantes o medios de subsistencia, o mejor dicho,

capacitarles para que se provean por sí mismos de tales ingresos o medios de subsistencia; y el segundo, proveer al estado o a la comunidad de ingresos suficientes para los servicios públicos. Se propone enriquecer tanto al pueblo como al soberano.

John Stuart Mill en sus *Principios de economía política,* publicado en 1848, sentencia que los que escriben sobre economía política declaran enseñar, o investigar, la naturaleza de la riqueza y las leyes de su producción y distribución, incluyendo, directamente o en forma remota, la actuación de todas las causas por las que la situación de la humanidad, o de cualquier sociedad de seres humanos, se hace próspera o al revés, con respecto a este objetivo universal de los deseos humanos. No se quiere con ello decir que cualquier tratado de economía política puede discutir o aun enumerar todas esas cosas; pero se propone exponer todo aquello que se conoce sobre las leyes y principios por los que se rigen.

Sin embargo, la reflexión que incluyó Gary Stanley Becker en la introducción de su libro *El enfoque económico a la conducta humana,* el cual se publicó en 1976, ofrece una perspectiva más completa.

> La definición de economía en términos de bienes materiales es la más limitada y la menos satisfactoria. No describe adecuadamente el mercado ni lo que los economistas "hacen". [...] La definición de economía en términos de medios escasos y usos alternativos es la más general de todas. Define la economía basándose en la naturaleza del problema que se trata de resolver, y abarca mucho más que el sector del mercado o "lo que hacen los economistas". [...] Esta definición de economía es tan amplia que a menudo es una fuente de desconcierto más que de orgullo para muchos economistas, y frecuentemente se considera de forma inmediata que excluye la mayor parte del comportamiento ajeno al mercado. Todas estas definiciones de economía simplemente definen su ámbito, pero ninguna nos da ni la menor información acerca de lo que es el enfoque "económico". [...] Separémonos, por tanto, de las definiciones, porque creo que lo que mejor distingue a la economía como disciplina de otras disciplinas en las ciencias sociales no es su objeto, sino su enfoque. (Schwartz & Schwartz, s. f.)

Pero, ¿cómo se vincula la economía y el deporte? Klaus Heinemann explica que el deporte es un bien económico dado que engloba un amplio espectro de bienes y servicios (Heinemann, s. f.); en el cual, la dimensión económica del deporte se caracteriza por tres hechos:

a) La toma de decisiones económicas. Se refiere propiamente a los responsables de la toma de decisiones (consumidores, socios del club, inversiones comerciales, diputados, gobiernos y funcionarios) y a qué tipo de decisión se aplicará, lo anterior para activar la economía desde el deporte (gastos privados, empleo del tiempo, financiación, inversiones privadas/públicas, y estructura/política económica).
b) Arreglos institucionales. Coordinan la toma de decisiones económicas, se refiere a la fórmula organizativa (hogares, clubes, ofertantes comerciales, Estado), estos son: los que ofertan el deporte, los mecanismos de coordinación (mercado, votación democrática y planificación) y los que resultan de las dos anteriores, que corresponden a derechos de propiedad, sistema impositivo y a una política económica, estructural y medio ambiental.
c) El aspecto material y las consecuencias de las acciones económicas. Privilegia el significado económico, es decir, la situación económica, que incluye empleo, renta, crecimiento e, inclusive, comercio exterior, además busca resolver problemas de redistribución, urbanismos/infraestructura y ecología.

En términos generales la economía del deporte analiza la demanda, la oferta y el mercado de dicha actividad, así como el contexto financiero de la sociedad que lo alberga.

En México los autores de la obra *¿Por qué amamos el fútbol?* describen aspectos económicos del balompié a nivel nacional e internacional, y aunque el propósito original fue conformar una herramienta valiosa en el diseño de políticas públicas para actividades lúdicas, concluyeron *"…que los economistas profesionales de equipo pueden sustituir un laboratorio para los economistas, puesto que podemos observar el comportamiento natural de un mercado"*.(Roemer & Ghersi, 2008).

Para comprender que existe un mercado relevante como industria del deporte, en especifico de los videojuegos o *esports*, en el año 2020, los ingresos mundiales generados por la industria de los *esports* ascendieron a aproximadamente 947 millones de dólares estadounidenses, una cifra que se estima supere los 1.600 millones en 2024, (Orus, 2021) por ende se debe considerar lo siguiente: rankings, cifras económicas, audiencia, torneos y jugadores.

En el 2018, México se ubicaba como el décimo segundo mercado más importante para la venta de juegos de video con 55.8 millones de jugadores

de acuerdo con el Global Games Report de la empresa Newzoo, con ganancias anuales que se ubican en $1,577 millones de dólares. El informe de Newzoo 2017 señaló a 5.1 millones de mexicanos como seguidores de *esports* de los 23.7 millones existentes en Latinoamérica. (González César, 2018). En comparación con el año 2021, existían 41.8 millones de usuarios en México activos. El mercado mexicano ha crecido y alcanzado los 1.474 millones de dólares de facturación. México es uno de los países en los que más interés despiertan los *esports*. (García, 2022).

Se debe destacar que la economía de los *esports* se está convirtiendo en un generador de riqueza por las inversiones que existen sobre todo de la industria de telecomunicaciones a nivel mundial, al grado que la afluencia económica se compara a la de un mundial de fútbol.

Sociología

El *Diccionario de Sociología* de Hugo de los Campos, de la Universidad de la República de Uruguay, la concibe como:

> Ciencia que se ocupa del estudio de casi todos los fenómenos sociales, a excepción de aquellos de naturaleza económica, que son abordados por los economistas; o de contenido político, que ocupan el interés de los politólogos; de tipo cultural, que son objeto del antropólogo social; o de anterior ocurrencia temporal, que resultan atendidos por los historiadores; de características microsociales, que son estudiados por los psicólogos sociales; o en los que media la comunicación, ya que son materia de los semiólogos y los comunicadores sociales. (De los Campos, 2007).

También el *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española* ubica a la sociología como una ciencia "…que trata de la estructura y funcionamiento de las sociedades humanas" (*Voz Sociología*, 2021).

Augusto Comte fue el pensador más influyente de principios del siglo XIX y el principal precursor de la ciencia del comportamiento, a la cual bautizó con el nombre de sociología, él sentó las bases para un estudio objetivo, científico y positivo, pero el francés Emile Durkheim en su obra *Las reglas del método sociológico* logró separar la filosofía de la sociología, creando un sistema de conceptos encabezados por el "hecho social", y cuya utilidad debía ser demostrada en el análisis empírico, objeto de estudio de esta ciencia.

Desde su origen, la sociología ha sido pródiga en producciones teóricas, pero éstas bien podrían agruparse en dos grandes tendencias: La primera de ellas considera indispensable el equilibrio, el orden y el progreso en el funcionamiento de las sociedades occidentales, dicha tendencia es respaldada por Augusto Comte, Emile Durkheim, Max Weber, Talcott Parsons y Robert Merton. La segunda, toma como referente teórico las obras de Karl Marx, las cuales describen un desarrollo social a partir de conflictos y contradicciones, entre sus seguidores se encuentran Lenin, Gramsci, Althusser, Bloch, Adorno, Horkhaimer, Charles Wright Mills, entre otros.

La sociología después de la Segunda Guerra Mundial destaca por la aparición de las llamadas teorías sociológicas intermedias o sociologías especiales, por ejemplo, la sociología política, sociología médica, sociología del consumo, entre otras.

La llamada Sociología del Deporte representa una de estas subdisciplinas sociológicas, especiales o intermedias que comprende dentro de su campo al deporte a partir, sobre todo, de sus factores sociales y las incidencias entre los sujetos al interior de las relaciones sociales, que se establecen sobre la base y a partir de éste.

Para Jay Coakley "l*a sociología del deporte es una subdisciplina que enfatiza en la relación entre el deporte y la sociedad, su ámbito comprende la acción individual y del grupo en su relación social con el deporte*".(Coakley, s. f.)

Francisco Lagardera Otero en su estudio *Sociología de la actividad física y el deporte*, afirma:

> […]el deporte a la luz de la teoría sociológica, tiene complejidad de los fenómenos sociales y la dificultad para poder explicarlos con elevadas dosis de certidumbre, lo que ha provocado la apertura de la sociología a nuevas corrientes de pensamiento y a renovadas propuestas metodológicas, lo que ha enriquecido notablemente la teoría sociológica en los últimos cincuenta años. En este sentido la disciplina sociológica resulta eminentemente pragmática.
> […] a la luz de muy diversas corrientes de pensamiento, explicar la función social o el protagonismo de este pasatiempo cotidiano en el mundo moderno. En este sentido, cabe llevar a cabo, aunque de modo sintético, una revisión de estas concepciones del deporte, aunque en estricto sentido no representan el estado actual de la cuestión en sociología del deporte (Largadera Otero, 2012).

Los sociólogos realizan sus estudios desde diferentes perspectivas, las más comunes son la funcionalista, la marxista o del conflicto, y la interaccionista.

La visión funcionalista concibe a la sociedad como un ente que requiere del correcto funcionamiento de todas sus partes para asegurar la estabilidad de la misma. Una disfunción es un proceso o elemento que puede entorpecer el sistema social o restarle estabilidad.

Contrario a los funcionalistas que ven estabilidad y consenso, los sociólogos del conflicto contemplan un mundo en lucha permanente, entienden el comportamiento social en términos de conflicto o tensión entre grupos que compiten entre sí.

Durante gran parte de siglo XX, la perspectiva funcionalista dominó la sociología en Estados Unidos, sin embargo, la visión del conflicto se ha ido haciendo más convincente desde finales de los años sesenta.

Mientras los funcionalistas y los teóricos del conflicto analizan comportamientos a gran escala, la materia de estudio de los sociólogos interaccionistas son las relaciones interpersonales y los grupos reducidos, en este contexto realizan generalizaciones sobre las formas de interacción cotidianas para entender a la sociedad en su conjunto, en estos términos los seres humanos viven en un mundo de objetos con significado. Siendo el deporte una actividad relevante en la sociedad, ¿cómo lo visualizan cada una de las perspectivas anteriores?

Los funcionalistas subrayan su contribución a la estabilidad social general, de tal forma que los deportes refuerzan los valores comunes de una sociedad, mantienen el bienestar físico de las personas, sirven como catalizadores que permiten a los atletas y espectadores liberar tensiones y agresividad en forma aceptable, además refuerzan la unidad y la solidaridad.

Para los teóricos del conflicto los deportes reflejan y exacerban muchas de las divisiones sociales, por ejemplo, siendo un negocio, suelen ser más importantes los beneficios económicos que la salud y la seguridad de los deportistas, además funge como distractor de los verdaderos problemas personales y sociales, alimentan la idea de que el éxito únicamente se logra con trabajo y la culpa del fracaso sólo es del individuo y no de las injusticias del sistema social.

Los interaccionistas estudian los deportes a nivel micro, por ello consideran que el comportamiento social diario está influido por las normas, valores y exigencias de los mismos. Concluyen que los deportes fortalecen la complicidad padre-hijos al crear expectativas de éxito (a veces infundadas) de los hijos, generan relaciones amistosas presentes en su vida cotidiana, se olvidan diferencias de clase, religión y raza para trabajar en equipo

por un fin determinado, las relaciones en el sector deportivo están definidas por las posición social de sus integrantes (jugadores, entrenadores, árbitros), así como por el status alto o bajo que adquieren los individuos según sus logros.

Los teóricos de las tres perspectivas suelen coincidir en que el deporte es mucho más que juego, ejercicio y entretenimiento, y es materia de estudio sociológico.

Ahora bien, la sociología funcionalista infiere la necesidad de orden, de esta manera las partes interactúan constantemente hacia la integración, pues el consenso en torno a valores y preceptos constituye precisamente el eje de la estabilidad o el equilibrio del sistema.

Si trasladamos la perspectiva funcionalista al ámbito jurídico, el orden estaría garantizado a través del Estado como un ente soberano que tiene la obligación de asegurar coactivamente la convivencia o la paz social, y cuya ética y valores están predeterminados a su momento histórico. Es así cómo se relaciona el derecho, la sociología y el deporte.

En este punto las palabras de Loy, J.W. parecen reforzar la visión funcionalista, pues concibe el deporte como: "…un juego institucionalizado característico de un modelo cultural y de una estructura social hecho fuerte en la sociedad contemporánea, cuyos elementos incluyen valores, normas, sanciones, conocimientos y posiciones sociales (roles y estatus).

En la Teoría Tridimensional del Derecho de Miguel Reale (norma, valor y hecho), la Sociología del Deporte parte de una connotación fáctica en el objeto de estudio, que es el juego institucionalizado de la sociedad contemporánea; la dimensión normativa está dada en las normas y las sanciones del juego institucionalizado y, por último, la dimensión axiológica reconoce que existen valores en esa sociedad contemporánea sobre el juego (hoy deporte).

Pedagogía

Cuando se habla de pedagogía inmediatamente se piensa en educación, el *Diccionario Enciclopédico de Ciencias de la Educación,* textualmente argumenta:

> Algunos autores la definen como ciencia, arte, saber o disciplina, pero todos están de acuerdo en que se encarga de la educación, es decir, tiene por objeto el planteo, estudio y solución del problema educativo; o también puede decirse que la

pedagogía es un conjunto de normas, leyes o principios que se encargan de regular el proceso educativo (Picardo Joao, 2005).

El término "pedagogía" se origina en la antigua Grecia, al igual que todas las ciencias primero se realizó la acción educativa y después nació la pedagogía para tratar de recopilar datos sobre el hecho educativo, clasificarlos, estudiarlos, sistematizarlos y concluir una serie de principios normativos.

Etimológicamente, la palabra pedagogía deriva del griego *paidos* que significa niño y *agein* que significa guiar, conducir. Se llama pedagogo a todo aquel que se encarga de instruir a los niños. Inicialmente en Roma y Grecia, se le llamó *pedagogo* a aquellos que se encargaban de llevar a pacer a los animales, luego se le llamó así al que sacaba a pasear a los niños al campo y por ende se encargaba de educarlos (Picardo Joao, 2005).

El *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española* define a la pedagogía, como: "1. Ciencia que se ocupa de la educación y la enseñanza.// 2. En general, lo que enseña y educa por doctrina o ejemplos"(*Vox Pedagogía*, 2021).

Cada sociedad ha generado sus propios mecanismos educativos como parte de su constitución cultural y evidentemente el deporte forma parte de la cultura, por lo tanto la cultura deportiva no se da al margen de la sociedad, al contrario está conformada por ésta.

Benítez Roca ha expresado:

> […] la enseñanza del deporte y la formación integral que se pretende con él, ha de basarse en el conocimiento de las relaciones existentes entre las estructuras lógicas y los componentes intelectivos que subyacen en la configuración de las ideas y los conceptos transmitidos por la enseñanza formal y no formal. La primera, la que se imparte en la escuela, puede y debe contener, las características que le son conferidas por ley, el contexto y los sujetos que intervienen en el proceso, la segunda, subyace en todos los medios de enseñanza no formal (espectáculos, TV, vídeos, cine, etc…, así como en los comportamientos de otras personas fuera del ambiente escolar: padres, entrenadores, amigos, etc." (1997).

México, a inicios del año 2000, desde el punto de vista académico empezó a surgir en las Universidades la creación de licenciaturas vinculadas al estudio del deporte y la cultura física, posteriormente se crearon redes de investigación o centros de estudio dentro de las Escuelas o Facultades dentro de las Universidades, que realmente auxilian en gran medida en tener opciones para tener personal calificado en el área de las Ciencias del Deporte.

Afortunadamente, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, se han realizado en el ámbito de los videojuegos, a través de la Coordinación del Doctor Ángel Garfías Frías y el Doctor David Cuenca Orozco, lo cual asienta las bases para comprender este campo de estudio.

Ingeniería Social

Luis Jesús Galindo Cáceres, académico e investigador mexicano, ha estudiado la ingeniería social desde la década de los ochentas a la fecha, la ciencia constituye una concepción moderna en torno a la sociedad y el autor la define como una:

> […] aplicación de conocimiento específico de lo social, sobre lo social, y para lo social, a la invención, perfeccionamiento y utilización de reglas prácticas para construir formas de compañía, de asociación y comunidad. Una perspectiva amplia que considera cualquier tipo de conocimiento social como utilizable para la construcción de relaciones entre los individuos y los grupos que buscan convivir en un tiempo-espacio. Lo cual se complementa con la configuración de operaciones para formar, fomentar, evolucionar, enriquecer, la vida en sociedad en general, de compañía en particular. El énfasis está en la relación entre el conocimiento social y las formas técnicas de construcción de la convivencia en sociedad.
>
> Otra definición más específica podría ser: Aplicación de principios científicos al diseño y construcción de formas de asociación y comunidad en grupos organizados. Lo cual implica la creación de formas de asociación, de seguimiento, del contacto, la interacción, el vínculo, la conexión y la comunicación. (Galindo Cáceres, 2011)

Edgar Jair Sandoval Castellanos, *pentester* y experto en seguridad de sistemas puntualizó en la revista electrónica *Seguridad,* lo siguiente:

> ¿Qué es la Ingeniería Social?
>
> La Ingeniería Social es el acto de manipular a una persona a través de técnicas psicológicas y habilidades sociales para cumplir metas específicas. Éstas contemplan entre otras cosas: la obtención de información, el acceso a un sistema o la ejecución de una actividad más elaborada (como el robo de un activo), pudiendo ser o no del interés de la persona objetivo.

> La Ingeniería Social se sustenta en un sencillo principio: "el usuario es el eslabón más débil". Dado que no hay un solo sistema en el mundo que no dependa de un ser humano, la Ingeniería Social es una vulnerabilidad universal e independiente de la plataforma tecnológica. A menudo, se escucha entre los expertos de seguridad que la única computadora segura es la que esté desenchufada, a lo que, los amantes de la Ingeniería Social suelen responder que siempre habrá oportunidad de convencer a alguien de enchufarla.
>
> La Ingeniería Social es un arte que pocos desarrollan debido a que no todas las personas tienen "habilidades sociales". Aún así, hay individuos que desde pequeños han demostrado tener la aptitud y con un poco de entrenamiento convertirla en el camino ideal para realizar acciones maliciosas. Por ejemplo, hay *crackers* que en vez de perder horas rompiendo una contraseña, prefieren conseguirla preguntando por teléfono a un empleado de soporte técnico. (Sandoval Castellanos, 2011).

La ingeniería social proviene esencialmente de la Sociología, sin embargo, a diferencia del sociólogo "el ingeniero social debe aplicar los conocimientos para resolver problemas concretos de convivencia, o al diseñar o proponer estrategias de construcción y desarrollo", aclara Galindo Cáceres. En efecto, la ingeniera social analiza el entorno con el propósito de cambiar paradigmas sociales de una manera pragmática.

El deporte, desde la perspectiva de la ingeniería social, es concebido como una configuración de sistemas de información y sistemas de comunicación en procesos dinámicos de dominación y colaboración, esto es, constituye una matriz de comunicación social.

La Sociología del Deporte estudia por sí, sobre sí y para sí dicho fenómeno, a partir de esta exploración se tocan invariablemente terrenos de la ingeniería social, que necesita buenos diagnósticos de los problemas que se le presentan y buenas ideas para el diseño de soluciones, de tal forma que es preciso esbozar la relación entre la comunicología social y la ingeniería comunicológica del deporte sobre el espacio social, incluidos los *esports* en particular y en general los videojuegos.

Ahora bien, la pedagogía siendo una disciplina cuyo objeto de estudio es la educación y tiene como funciones la caracterización, proyección e intervención de la cultura, constituye una forma de ingeniería social. Su método debe asegurar transformaciones culturales como solución a problemas

identificados. Su valor social depende de su capacidad para hacer posible la innovación, tanto de los ambientes y procesos educativos como de los productos culturales, lo cual se traduce tanto en mejores formas de convivencia como de condiciones de aprendizaje.

Es en este punto, que converge el desarrollar una serie de cuestionamientos sobre los *esports*, por ejemplo: ¿qué aportan los *esports* para generar una mejor convivencia?, ¿Qué aspectos culturales desarrolla esta actividad en la sociedad?, ¿Qué problemas se encuentran identificados que la comunicología ayuda a resolver a través de los videojuegos o los *esports*?, entre otros más.

Derecho

El tratamiento jurídico aplicado al deporte es complejo y requiere, en primera instancia, de una acepción clara y precisa del concepto, el razonamiento que para tal efecto realizó David Hernández González, doctorante en Derecho Deportivo en México, facilita su comprensión:

> La palabra "derecho" posee diversos significados [Se dice que la palabra Derecho tiene diversos significados, pues como bien señala Miguel Villoro Toranzo: "la palabra "derecho" es análoga, es decir, se aplica en sentido distinto pero desde un punto de vista semejante […] Cuatro son los sentidos en que se usa la palabra "derecho": 1) derecho como facultad; 2) derecho como ciencia; 3) derecho como ideal ético o moral de justicia y 4) derecho como norma o sistema de normas. A veces se usa la palabra "derecho" incluyendo dos o más sentidos […]. Una cosa es evidente: para nuestro modo de pensar moderno, los tres primeros sentidos adquieren su significado por referencia al cuarto: la ciencia del Derecho estudia las normas jurídicas; las facultades o derechos subjetivos se fundan en normas jurídicas y los ideales de justicia se expresan y dan origen al derecho objetivo. En cambio, el derecho como norma puede ser entendido independientemente de los otros sentidos, aunque habrá discusión si esa norma de derecho objetivo tiene validez por sí sola o si deriva su validez de principios éticos…dejemos evidentes estas dos conclusiones: 1) los tres primeros sentidos (facultad, ciencia e ideales éticos) son analogados secundarios; y 2) el primer analogado o analogado principal de la palabra "derecho" corresponde al cuarto sentido, al derecho objetivo o derecho como sistema de normas…" (Villoro Toranzo, 1990).

En consecuencia, el Derecho Deportivo puede ser entendido como:

- Lo justo concreto para el hombre en relación con el deporte.
- El conjunto de normas jurídicas que regulan la conducta del hombre en relación con el deporte y su entorno.
- La facultad que deriva de las normas jurídicas deportivas.

A partir de dichas concepciones y tomando en consideración que en nuestros días predomina la idea de que el Derecho es un conjunto de normas jurídicas que rigen la conducta del hombre con miras a una convivencia pacífica en sociedad, podemos decir que el significado primario de Derecho Deportivo es el que se refiere precisamente al conjunto de normas jurídicas que regulan la conducta del hombre en relación con el deporte y su entorno, quedando los otros significados, *grosso modo*, supeditados a éste.

Efectivamente el Derecho Deportivo está constituido por el conjunto de normas jurídicas reguladoras de la conducta humana relacionada con la organización y práctica del deporte y sus manifestaciones, al igual que los individuos vinculados con dicha actividad, de tal modo que dan origen y fijan límites y alcances de las relaciones jurídico-deportivas en la sociedad (Del Carmen Clemente et al., 2010). Pero de igual manera, tiene la facultad, poder o autorización derivada de la norma o conjunto de normas jurídicas deportivas, que tiene una persona para actuar de determinada manera o exigir a otra persona (individual o colectiva, pública o privada) un específico comportamiento en relación con la organización o práctica del deporte y sus diversas manifestaciones.

De lo anterior se deduce que el objeto de estudio del Derecho Deportivo abarca:

- El régimen jurídico del deporte en México, esto es, las normas jurídicas que regulan la conducta humana en relación con la organización, práctica del deporte y sus diversas manifestaciones. Por ejemplo: las disposiciones relativas a la infraestructura deportiva; a la enseñanza, investigación y difusión en materia de Cultura Física y Deporte; a las ciencias aplicadas y al estímulo a la Cultura Física y al Deporte, así como las relativas al control de sustancias prohibidas y métodos no reglamentarios en el deporte, y a la prevención de la violencia en la celebración de espectáculos deportivos.
- Los sujetos del Derecho deportivo, que incluye a las personas físicas y personas morales de naturaleza privada o pública, vinculadas con el

deporte, entre ellas, autoridades deportivas, Asociacionismo Deportivo, directivos del deporte, jueces, árbitros, organizadores de competencias deportivas, técnicos, y principalmente el deportista.

- Las relaciones jurídicas deportivas, las cuales pueden ser Sustantivas o Materiales y Adjetivas o Procesales (especificación de los derechos y obligaciones de los sujetos de Derecho Deportivo).

El Sistema Nacional de Cultura Física y Deporte, reconoció en el año 2019, a la Federación Mexicana de los Esports, Asociación Civil, por lo tanto este organismo deportivo se encuentra en plena legalidad de acción, conforme a la Ley General de Cultura Física y Deporte, dado que tiene la facultad exclusiva de convocar a Campeonatos Nacionales *Esports*, así mismo vincular a los directivos, jueces, gamers, entre otros, cumpliendo el objetivo de promover, difundir, practicar y competir dicha actividad. Lo más relevante que los *esports* obedecen a un principio de legalidad, a través de su Asociación Deportiva Nacional, y por ende, es reconocido como deporte.

A modo de conclusión

Los *esports* son una realidad, los denominados deportes electrónicos llegaron para quedarse apoyados con la tecnología en la sociedad, es por ello, que derivado de los aspectos empíricos existentes permiten tener evidencia para realizar las investigaciones en las ciencias sociales.

El conceptualizar a los *esports* para determinar que es deporte, es que reúne características básicas explicadas por la sociología del deporte, como que sea una actividad institucionalizada, que su práctica se ha desarrollado en un lapso de tiempo, que la sociedad identifica dicha actividad; que existe una reglamentación, que te indica las reglas del cómo se debe practicar dicho deporte, y por último, la competición, cuyo objetivo es desarrollar las más altas exigencias técnicas deportivas, para alcanzar un máximo rendimiento físico, psicológico y emocional de los participantes; sin embargo, la teoría tradicional del deporte tiene un confrotamiento de asimilar esta actividad donde se involucran los aspectos tecnológicos, así mismo saber si se les debe decir *deportistas virtuales* o *digitales* o *tecnológicos*, como preparar a los jueces o directivos de las organismos o asociaciones deportivas vinculadas a los *esports*, es decir, existe todavía preguntas que se deben resolver, si es que

existe respuesta alguna, pero eso sólo será al momento de realizar las investigaciones correspondientes.

Por otra parte, cada ciencia social deberá que proponer una conceptualización sobre el tema en particular, queda claro que las ciencias de la comunicación los ubica perfectamente como una industria creativa, (entendidas éstas como industrias productoras de contenidos para el consumo cultural, tales como los videojuegos, animación, novela gráfica, televisión, fotografía, cine, literatura y todas aquellas áreas relacionadas a estos bienes simbólicos), es decir, genera un mensaje para generar un consumo significativo, que si se vincula a la economía, nos encontramos en una industria deportiva, que necesita de la comunicación para llegar a ciertos sectores de la población y comprender la relación de las personas a través de la sociología.

El rol de las universidades es generar los cursos, talleres, asignaturas para comprender de mejor manera a los videojuegos y/o los *esports*, así como generar investigaciones académicas, como lo ha hecho La Finisterra, que es un Centro de Investigación de Industrias Creativas en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, cuya finalidad es entender e interpretar estos fenómenos.

Los *esports* son un sistema complejo donde tienen relación con otras ciencias sociales para explicar dicho fenómeno social, pues esta industria creativa, genera e impulsa una economía que debe ser considerada con mucha atención dentro de la sociedad; pues nuestro país, al reconocerlo como deporte ante las autoridades mexicanas, conforme a la Ley General de Cultura Física y Deporte, nos va a permitir entender cómo favorece la relación entre las personas con los factores en común que desarrolla dicha actividad deportiva.

Finalmente, los videojuegos van estar relacionados a las actividades como el ocio o la recreación, ¿pero por qué no pensar que pueden ayudar a mejorar la salud física o mental de las personas como una activación física? En sentido contrario, los *esports* al ser considerados como deporte, su fin es la competición, cuya exigencia física, psicológica o emocional de los atletas, los considera como atletas de alto rendimiento, integrados como seleccionados nacionales para representar al país en eventos mundiales, o atletas profesionales, aquellos que pueden vivir del deporte, en este caso, su *modus vivendi*.

Sin duda, las diversas áreas de conocimiento van a permitir que se tenga una mejor comprensión de la actividad deportiva, denominada *esports*.

Referencias

Benitez Roca, M. V. (1997). Enseñanza formal y no formal: Una experiencia sobre formación de conceptos. En *Enseñanza*. *http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:20524&dsID=ense__anza_formal.pdf*, *15*, 85-100.

Coakley, J. (s. f.). *Deporte en sociedad. Consecuencias y contradicciones*. New York: McGraw-Hill.

De los Campos, H. (2007). *Diccionario de Sociología*. [en línea] 5campus.com, Sociología. http://www.5campus.com/leccion/sociodic

Del Carmen Clemente, J. A., Montenegro González, S., & Hernández González, D. (2010). Notas para el estudio del Derecho Deportivo Mexicano (con especial referencia a su aspecto procesal). *Revista de la Facultad de Derecho de México, UNAM*, *60* (254). https://repositorio.unam.mx/contenidos/4110779

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. (2012). http://www.rae.es/drae/

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. (2021). https://dle.rae.es/historia?m=form

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. (2021). https://dle.rae.es/econom%C3%ADa?m=form

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. (2021). https://dle.rae.es/sociolog%C3%ADa?m=form

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. (2021). https://dle.rae.es/pedagog%C3%ADa?m=form

Galindo Cáceres, J. G. (2011). *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural, Sobre Cultura, Cibercultura y Redes Sociales*. Homo Sapiens Ediciones.

García, J. D. (2022, julio 23). Los esports y el gaming, una industria de oportunidad para México. *El Sol de México*. https://www.elsoldemexico.com.mx/analisis/los-*esports*-y-el-gaming-una-industria-de-oportunidad-para-mexico-8633940.html

González César, J. C. (2018, diciembre 10). El mercado de los esports en México. *El Sol de México*. https://deportesinc.com/investigacion-deportes-inc/industria-de-*esports*-en-mexico/

Heinemann, K. (s. f.). *Introducción a la economía del deporte*. Paidotribo.

Huizinga, J. (1984). *Homo Ludens*. Emecé Editores.

Largadera Otero, F. (2012). *Sociología de la actividad física y deporte*. http://www.praxiologiamotriz.inefc.es/PDF/Sociologia_03.pdf

Lisbona Guillén, M., Medina, F. X., & Sánchez Martín, R. (2006, diciembre 1). Presentación. *Revista Pueblos Y Fronteras Digital*. *https://doi.org/10.22201/cimsur.18704115e.2006.2.242*, *1*(2).

Orus, A. (2021, junio 22). *Industria de los esports en el mundo—Datos estadísticos*. Industria del videojuego. https://es.statista.com/temas/7632/industria-de-los-*esports*-en-el-mundo/#topicHeader__wrapper.

Picardo Joao, O. (2005). *Diccionario Enciclopédico de Ciencias de la Educación* (Primera). Centro de Investigación Educativa, Colegio García Flamenco.

Roemer, A., & Ghersi, E. (2008). *¿Por qué amamos el futbol?, Un enfoque de política pública*. Miguel Ángel Porrúa.

Sabido, C. (1991). *Diccionario de Economía y Finanzas* (A. Toro Vázquez, Trad.). Panapo.

Sandoval Castellanos, E. J. (2011, mayo). Ingeniería Social: Corrompiendo la mente Humana. *Revista Seguridad*, *10*. http://revista.seguridad.unam.mx/numero-10/ingenier%C3%AD-social-corrompiendo-la-mente-humana

Schwartz, R., & Schwartz, P. (s. f.). *La esencia de Becker*. Ariel, S.A.

CAPÍTULO 3

La implantación de los *esports* en México: De la FEMES a la actualidad

Eva Estefanía Tapia Celis

Introducción

Los *esports*, actividad competitiva que alienta a jugar videojuegos específicos, mismos que proporcionan desarrollo profesional y/o personal al jugador, ha sido facilitada por los sistemas electrónicos y en contexto sanitario a nivel tanto global como local. Por lo que este ecosistema presume una evolución notable alrededor del mundo, tanto con la infraestructura de estadios enfocados a este deporte como con ingresos y ligas relacionados al mundo del *gaming*.

Asimismo, este deporte ha captado la atención para la mejora de la economía de países; sin mencionar la constante investigación académica del videojuego, que se ha favorecido por investigadores de todo el mundo. Desde la perspectiva de autores como Scolari (2003) apuntando a la convergencia digital, Jane McGonigal (2019) a la importancia tecnológica y el entretenimiento de los juegos digitales; o la propuesta de los investigadores de la UNAM al acercamiento de teorías del videojuego y a los *esports*.

Hasta ahora, países como Estados Unidos o China encabezan el desarrollo de la industria. Por lo que, al estar en constante crecimiento y considerarse un deporte olímpico, los *esports* también han crecido en países latinoamericanos como México.

Este capítulo tiene el objetivo de relatar de manera contextualizada la implantación de este deporte, con base en la participación de los jugadores en las redes sociales y del desarrollo de la creación de ligas y apoyo como la Federación Mexicana de Videojuegos (FEMES), ligas privadas creadas por las

productoras de videojuegos; y el desarrollo del *gaming* en México para visualizar el posible futuro de estos deportes electrónicos en el país.

El comienzo de los *esports* en México

El primer evento de *esports* fue realizado en 1972 en la Universidad de Stanford en Estados Unidos; donde los estudiantes compitieron jugando un videojuego llamado *SpaceWar*. Así, la primera competición formal de videojuegos sucedió en 1980, con el campeonato de *Space Invaders*.

Además, el proceso de innovación tanto tecnológica como cultural en las industrias del entretenimiento y el público de los contenidos en estas décadas se ha observado mediante el crecimiento del internet; mismo que, desde su nacimiento en Estados Unidos, se ha visto como un factor tanto político como social, gracias a la sociedad red, ya que reunía a los ingenieros, y la sociedad de la información se convierte en un tema de reflexión académica con la idea de que, en un futuro, haya una conexión entre la televisión, el teléfono y el ordenador (Flichy, 2003).

Este paso abre posibilidades a la creación del ciberespacio, una comunidad en internet más amplia y por supuesto, una convergencia tanto tecnológica como cultural. Muchos autores han tomado sus posturas respecto a los receptores; como Castells (2009), quien observa estos cambios a tal punto de ofrecer el concepto sociedad red, siendo reconocida como una estructura social que está conformada de redes activadas por tecnologías de comunicación.

Por lo que, el ambiente lúdico y exploratorio que brindó el internet, hizo que los *gamers* tuvieran más alcance a participar en torneos en línea. Esto favoreció a los *esports* ya que, en la década de los 2000, comenzaron a popularizarse y transmitirse. Sin mencionar, el patrocinio de las marcas que buscaban favorecer en tecnología a los jugadores.

En el caso del videojuego, ha ido conformando su propio camino dentro de la sociedad y del cuerpo teórico sobre las formas de participación digital que caracterizan el ambiente posindustrial. Seo (2013) propone considerar estos deportes electrónicos desde una perspectiva experiencial, inspirada en la economía de la experiencia desarrollada mediante un modelo que concibe los *esports* como algo más que una competición con juegos de ordenador; ya que incluyen experiencias que llegan a convertirse en una forma de vida integrando las esferas real y virtual (Martoncik, 2015 y Seo, 2016).

Los deportes electrónicos van en constante ascenso cada año, tanto en México como en el resto del mundo; al ser posicionado como una de las prácticas populares dentro de la industria del entretenimiento digital, a tal punto que se puede observar distintas competiciones y espacios para competir. Por lo que, en 2021, el Comité Olímpico Internacional destinó una sección para estos con la *Olympic Virtual Series*.

Entre los torneos más importantes a nivel mundial se encuentran:

Tabla 1

Torneos	*Juegos*
FiReLEAGUE	Circuito latino de *Counter Strike: Global Offensive*, videojuego de estrategia de disparos multijugador en primera persona desarrollado por la empresa estadounidense Valve Corporation, donde se ven involucrados más de 11 países.
LLA y Worlds	La Liga Latinoamérica es la competición profesional de *League of Legends* en Hispanoamérica, misma que va en conjunto con el Torneo Mundial del mismo videojuego.
Superliga LVP	Es conocida por ser la División de Honor y por tanto, la categoría competitiva oficial de *League of Legends* en España.
CSGO Major	Los Counter-Strike: Global Offensive Major Championships o "Majors", son torneos de *esports* de *Counter-Strike: Global Offensive* (CS:GO) que son patrocinados por Valve, el desarrollador del juego.
The International	Campeonato anual del videojuego Dota 2, perteneciente al género de Arena de batalla en línea ARTS, patrocinado por la empresa desarrolladora de juegos Valve Corporation.
VALORANT Champions	Torneo de deportes electrónicos para el videojuego de disparos *Valorant* Este torneo es la culminación de Valorant Champions Tour, un torneo internacional anual organizado por el desarrollador del juego, *Riot Games*.
Campeonato Mundial VALORANT Game Changers	Consiste en un circuito exclusivo para la escena femenina con un campeonato del Mundo con equipos de todo el planeta para jugar el videojuego *Valorant*.
Rocket League Championship Series	Serie anual de torneos de *esports* de *Rocket League*, videojuego que combina el fútbol con los vehículos, este torneo es producido por *Psyonix*, el desarrollador del juego. Consiste en tres divisiones de calificación en línea en varias regiones de Europa, América del Norte, Oceanía y América del Sur.

Tabla 1. (continuación)

Torneos	*Juegos*
Rainbow Six Invitational	Torneo profesional anual de *Rainbow Six Siege,* videojuego de disparos táctico, organizado por Ubisoft, el desarrollador y editor del juego. Ubicado en Montreal, sede del estudio Ubisoft que trabaja en el juego, el torneo reúne a los mejores equipos de todo el mundo. El evento marca el final del año anterior y actúa como una Copa del Mundo.
Free Fire World Series	La FFWS es un campeonato mundial de *Free Fire*, el videojuego *battle royale*, desarrollado por 111dots studio y publicado por Garena para Android e IOS que reúne a 18 de los mejores equipos y jugadores del mundo a lo largo de 11 regiones en la búsqueda de convertirse en campeones mundiales de este videojuego.
ESL Pro League	Es una liga profesional de deportes electrónicos de *Counter-Strike: Global Offensive*, videojuego de disparos en primera persona. Este torneo es producido por ESL. La ESL Pro League se considera la principal liga profesional de CS:GO del mundo y es una de las principales ligas profesionales de *esports* que comprende participantes de las regiones Europa, América, Asia y Oceanía.

Tabla de torneos de *esports* internacionales. Tabla realizada por la autora.

Cada torneo posee una estructura, premios verificables e información del resultado de cada confrontación. Esto permite al investigador validar si las competiciones son mecanismos esfuerzo de los participantes (Preston y Szymanski, 2003). Por lo tanto, los esquemas de recompensa están relacionados de manera convexa entre el premio y ranking del jugador/equipo en el torneo; así, se beneficia tanto el equipo como el país y el videojuego desde una perspectiva económica y cultural.

Asimismo, según Statista, en el 2021, el mercado mundial de *esports* se valoró en más de mil millones de dólares, un aumento de casi el 50% del año anterior. Teniendo así al mercado de este deporte digital en México con un constante crecimiento donde se planea generar más de 1,340 millones de dólares para 2024. Esto se generó mediante dos momentos clave para que México se interesara en los *esports*:

1. El World Cyber Games, un torneo a nivel mundial de videojuegos que se realizó en 2008 y fue creciendo poco a poco con los avances tecnológicos y banda ancha de internet en México.
2. Para 2016, la vista y participación de los *esports* en México fueron más orgánicos, ya que comenzaba su participación en otros torneos internacionales. Por lo que va de la mano con la creación de competencias, ligas y premios importantes.

World Cyber Games. Fuente: https://www.prnewswire.com/news-releases/la-wcg-2013-grand-final-llega-a-su-exitoso-final-con-155000-espectadores-234064771.html. 2 de diciembre de 2003.

En los últimos años, México se ha convertido en la capital de los *esports* en Latinoamérica, gracias al tamaño de su población, la cercanía geográfica con Estados Unidos y ser la sede regional de empresas de videojuegos; cerrando el 2020 con 11.1 millones de gamers que consumen deportes electrónicos. Además de construir el primer estadio exclusivo para *esports* en América Latina el "Arena The Place To Play" ubicado en la plaza Artz Pedregal en la Ciudad de México.

De 2018 a la fecha, México se ha presentado como el principal mercado de *esports* en la región de Latinoamérica que va evolucionando y adquiriendo mayor peso; a tal punto que la estigmatización sobre el *gaming* y los *esports* se

han ido eliminando y con ello, surgen oportunidades para los jugadores que ya reciben un salario que va alrededor de los 30,000 a 45,000 pesos para jugar competencias. Eso impulsa a los jugadores y también lo hace aspiracional para futuras generaciones.

Así, a través de estos últimos años y la crisis sanitaria, los *esports* fueron creciendo con varios aficionados, nuevos videojugadores e interesados en fomentar este deporte. Es por eso, que, se procederá a mencionar las federaciones o ligas privadas que han favorecido a los *esports* en México.

La formación de la FEMES

El 29 de junio de 2018, la Comisión Nacional de Cultura Física y el Deporte (CONADE) le concedió a la Federación Mexicana de Esports A.C (FEMES), el Registro Único del Deporte (RUD). Esto con la finalidad de permitir el participar u organizar actividades deportivas; inclusive a participar en los programas de desarrollo, infraestructura y apoyo económico del país.

Así, el 21 de febrero de 2019 se presentó de manera oficial la creación con la validación de la CONADE, con el deseo que las diferentes confederaciones del deporte en línea sean reconocidas por el Comité Olímpico Internacional.

Logo de FEMES. Fuente: *https://tierragamer.com/noticias/videojuegos/femes-copa-internacional-mexico/* . 24 de julio, 2019.

La apuesta de la FEMES fue promover y difundir los deportes electrónicos en los ámbitos deportivos, educativo y social con el propósito de incrementar el interés, la participación responsable y el entrenamiento profesional. Se busca implementar el deporte electrónico para convertir a México en una máxima potencia mundial.

En sus tres años, la FEMES registró a más de 10,000 afiliados; en la que la estructura se concentró en la realización de torneos y ligas que dan competencias amateur y profesionales, eventos en masa, equipos y jugadores profesionales. Estas actividades favorecen a negocios como la organización de eventos o mercadotecnia; y el progreso y multiplicación de equipos de videojugadores profesionales.

El reconocimiento de los *esports* ante la Comisión Nacional de Cultura Física y el Deporte (CONADE) mostró una nueva forma de explotar el negocio de los videojuegos en México. Así, el 6 de febrero del 2020 con ayuda de la televisora TV Azteca, La FEMES, la empresa de exhibición cinematográfica Cinemex; y la liga internacional Riot Games.

Por lo que, la FEMES obtuvo afiliaciones con Riot Games, la constructora HIR, un piso de la agencia Capital Media y un acuerdo con la cadena digital Elliot Games.

Asimismo, esta Federación participó en varios torneos como:

- El "Gamertón" de Teletón, torneo de FIFA 20 en apoyo a los niños y jóvenes con discapacidad, cáncer y autismo en diciembre de 2019.
- El primer evento que rendía homenaje a los *esports* "World of Gamers", donde se contó con torneos de: *Carcassonne*, *Catan*, *King of Tokyo* y demostraciones de *Magic* entre otros; en noviembre de 2019.
- El torneo "Circuito Defensores de Uldum" de Hearthstone México, dentro del videojuego *League of Legends* en octubre de 2019.
- El evento "Vive Gamer" con actividades como un torneo de *Just Dance* y Ciclo de Cine de Anime en octubre de 2019.
- Distintos torneos "Challenger" de videojuegos como *The King of Fighters* y *Samurai Shodown*.

De igual manera, la FEMES anunció una cuota de 600 pesos anuales para mantener una afiliación y obtener beneficios. El problema es que esta suscripción incumplía los términos y condiciones de algunos juegos competitivos, aunque favoreció a algunos seleccionados para ser representantes

nacionales. Algunos grupos que participaron en conjunto con la Federación fueron Saudade Esports, Dragones UC, Gaming Gods Esports, ViolentKain, entre otros.

La FEMES desapareció en la época de la pandemia sanitaria, sin realizar actividad alguna en su página como redes sociales, muchos de sus miembros y seguidores siguen preguntándose qué sucedió; mientras que, noticias nacionales informan que, en su último torneo, la Federación incumplió el pago de los premios.

¿Qué pasó con la FEMES? Fuente: https://twitter.com/search?q=qu%C3%A9%20pas%C3%B3%20con%20la%20femes&src=spelling_correction_click. 1 de agosto, 2022.

Por otra parte, muchas ligas privadas o agencias especializadas en marketing digital han optado por continuar realizando torneos o patrocinando a

jóvenes videojugadores que optan por las redes sociales para continuar dentro del mundo de los *esports*.

Crecimiento de ligas privadas, comunidades de jugadores y educación de *esports* en México

Las ligas privadas en México son realizadas principalmente por desarrolladores de videojuegos, escuelas, aficionados o agencias de medios dedicadas a las redes sociales e *influencers*.

Un ejemplo es Riot Games, productora que coordina para la región de competitivos como *League of Legends* o *Valorant*, tiene ligas universitarias y segundas divisiones en países como Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, etc. En México, tiene su sede para administrar sus torneos latinoamericanos, así este país resulta de vital importancia para el mundo del *gaming*.

Por otra parte, se encuentra Gaming Partners, el holding de empresas pioneras en el mundo del videojuego en México, con más de 20 años en el mercado; con el objetivo de vincular a industria de los videojuegos con marcas de consumo y socios comerciales a través de estrategias especializadas de *gaming* marketing, por lo que cuenta con varias plataformas de *esports* como La Liga Mexicana de Videojuegos, Arena Open y la Liga Predator, por mencionar algunas. Estas plataformas buscan unir a profesionales o *gamers* que disfrutan jugar con diferentes torneos que están abiertos a todo público.

De parte de las escuelas, se observan diferentes equipos que favorecen a los *esports* entre sus estudiantes; o bien, se realizan comunidades estudiantiles relacionadas al videojuego como el caso de:

- **Esports UNAM:** comunidad estudiantil interesada en el crecimiento y difusión de los *esports*, así como fomentar el valor profesional y competitivo en estudiantes universitarios. Además de trabajar lado a lado de la Asociación de Deportes Electrónicos en la UNAM (DEU).
- **Anáhuac Esports:** División profesional de deportes electrónicos de la Universidad Anáhuac México.
- **Esports IPN:** Comunidad oficial de *esports* del Instituto Politécnico Nacional.

- **Panteras UVP:** Comunidad que representa los deportes electrónicos de la Universidad del Valle de Puebla, quien otorga becas a sus alumnos por participar en diversos tipos de torneos.
- **Club Pachuca Esports:** Esta comunidad representa a la Universidad de Pachuca en competiciones, contando con patrocinadores y diversos alumnos que se especializan en diferentes torneos de videojuegos.
- **Tigres Esports:** con la idea de participar en las diversas ligas de FIFA 21 a lo largo del mundo bajo las plataformas de PlayStation y XBOX.

Estas comunidades normalmente compiten en la Liga Universitaria de Esports, y está patrocinada por empresas como Telcel, Banorte y ViewSonic; y desde 2017 ha estado enfocado a fomentar los *esports*, participando en eventos como el GAMERGY México y la creación de torneos de liga como *League of Legends*, *Free Fire*, *Rainbow 6*, *Rocket League*; torneos relámpago: *Clash Royale*, *Valorant*, *Wild Rift*, *Legends of Runaterra*, *Arena of Valor*; y torneos Survival como *PUBG Mobile, Fortnite*, *Free Fire* y *COD Mobile*.

University *esports*. Fuente: *https://twitter.com/oncediariomx/status/1248790253592346625*. 10 de abril, 2020.

Por otro lado, aunque hay instituciones que ofrecen la especialización en videojuegos, en 2020 se mencionó la creación de la Arena Academy, la primera escuela de *esports*; con el objetivo de formar creadores de videojuegos y profesionalizar el escenario de los *gamers* con ayuda de la Universidad Anáhuac, institución encargada de dar el rigor pedagógico, supervisando a los maestros y validando curricularmente los cursos.

Así, mediante grupos y comunidades dedicados a los *esports*, este deporte digital ha crecido a nivel mediático como la formación y cobertura de la e-liga dentro de la pandemia sanitaria de COVID-19.

E-liga en pandemia

A través del camino de los *esports*, empresas dedicadas al videojuego como GamePlanet, dedicado a la venta de videojuegos; y que desde 2009 se ha dedicado a fomentar la sana competencia mediante sus torneos de *Mario Kart*, *FIFA*, *League of Legends*, *Smash Brawl*, entre otros.

Estos torneos son realizados en tiendas departamentales, parques de atracciones como Kidzania y online. Los cuáles han visto el crecimiento de muchos jugadores como David Lucío quien ganó el torneo en *FIFA* de 2017, se posicionó en uno de los mejores de este juego mundialmente; y atrajo la atención de equipos profesionales del fútbol mexicano.

Asimismo, equipos de fútbol mexicano buscaron jugadores para crear sus propios representantes en *FIFA*. Uno de los más influyentes es el Club Pachuca, que a partir de su institución ha fomentado la creación de su propio equipo de *esports* para representarlos en videojuegos de *League of Legends*, *EA Sports*,*Call of Duty*, *Rainbow Six* y *Rocket League*. Estos equipos cobraron fuerza en la pandemia ya que, en muchos países como Estados Unidos y México, el deporte virtual creció.

Tan solo un reporte de la consultora de *esports*, Newzoo de 2021, es inminente un mayor crecimiento de jugadores, y las tasas de crecimiento de jugadores de 2020 a 2021 ya son de más del 5,4 %. Por lo que, posiblemente en unos años, la tendencia a *esports* en conjunto con la creación de un metaverso, crece aceleradamente.

Asimismo, en el 2020, el torneo Clausura 2020 de fútbol mexicano se tuvo que cancelar; por lo que los aficionados disfrutaron del deporte mediante el formato del videojuego con la *eLiga MX*. Así, el viernes 10 de abril del 2020, inició el primer torneo oficial virtual de esta liga, compuesto por 18 equipos y con un calendario espejo al de la vida real. En total, 9.08 millones de personas vieron el torneo y fueron alrededor de 95 millones de impresiones en redes sociales y las distintas plataformas por las que se transmitió (Sales, 2021).

La Jornada 1 de la E-Liga MX. Fuente: *https://twitter.com/oncediariomx/status/1248790253592346625*. 10 de abril, 2020.

Dado al éxito, al siguiente año se dio a conocer la edición de la e*Liga BBVA MX* 21, torneo que se realizó en conjunto con Electronic Arts y la Liga de Videojuegos Profesional (LVP). Esta edición se realizó con 18 jugadores profesionales de deportes electrónicos divididos en tres grupos. Tuvo nueve retransmisiones dadas en el mes de mayo de 2021.

La cobertura mediática para los *esports* cubre tanto las televisoras públicas principales (TV Azteca y Televisa) como constructoras como HIR, que presta el centro de convenciones Pepsi Center para distintos eventos relacionados al *gaming*. Por otro lado, los *esports* no quedan exentos de patrocinadores como *Axe*, *Coca-Cola, HP*, *Snickers*, etc.

Conclusiones: el futuro de los *esports*

En este año 2022 se estima que 3200 millones de jugadores ayudarán al mercado mundial de juegos. Por lo que se tiene a consideración un crecimiento a 3500 millones, con números para el mercado de VR, el uso de la telefonía móvil y el implemento de nueva infraestructura para el internet (Newzoo, 2022).

Hablando del videojuego, los ecosistemas se superponen y se expanden gracias a los *live services* y suscripciones. En 2017, los ecosistemas de juegos como *PlayStation* y *Xbox* estaban relativamente cerrados. *Xbox*, recuperándose de las primeras fallas de *Xbox One*, usó *Fornite* como una estrategia para presionar a *PlayStation* y que éste llegase a habilitar el juego cruzado. También usó *Minecraft*, más específicamente, su adquisición de *Mojang* por $2.5 mil millones en 2014, para ingresar a los ecosistemas de otros propietarios de plataformas.

Ahora, los servicios en vivo y la llegada de las suscripciones a juegos están abriendo aún más estos ecosistemas, que antes estaban cerrados mediante redes sociales como Twitch, Discord o Youtube.

A pesar de los retos que enfrentan los *esports* en México, Riot Games tiene contemplado al país para ser la sede del Mundial de *League of Legends* en 2022. Asimismo, esta desarrolladora de videojuegos, eligió a Estados Unidos y Canadá para realizar su primer Worlds norteamericano.

Por lo tanto, se estima que para el año 2025 habrá un salto de generación en el que se observarán competiciones más diversas. Por lo que, el ecosistema de los *esports* en México está empezando a ser tan competitivo como sus pares internacionales; aunque aún falta camino por recorrer.

Referencias:

Boscato, J. (2022). *Game Changers: el primer mundial de la escena femenina de VALORANT será en Berlín*. Infobae. En: https://www.infobae.com/latinpower/*esports*/2022/06/14/game-changers-el-primer-mundial-de-la-escena-femenina-de-valorant-sera-en-berlin/

Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Editorial Alianza.

Gómez Cruz, E. (2007). *Las metáforas de internet*. Editorial UO.

Flichy, P. (2003). *Lo imaginario de internet*. Tecnos Editorial S.

Juárez, A., & Castañares, I. (2020). *México, la tierra digital prometida de los e-sports*. Elceo.com. En: https://elceo.com/tecnologia/mexico-la-tierra-digital-prometida-de-los-e-sports/

Manovich, L. (2001). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la nueva era digital*. Grupo Planeta.

Martoncik, M. (2015). *esports: Playing Just for Fun or Playing to Satisfy Life Goals?* Computers in Human Behavior, 48, 208- 211.

Marca Claro, R. (2020). *eLiga MX: Calendario 2020 del histórico torneo virtual del fútbol mexicano*. MARCA Claro México. En: https://www.marca.com/claro-mx/*esports*/2020/04/08/5e8d11c322601d84158b45c2.html

Newzoo (2021). *Newzoo global games market report 2021*. Light version. En: https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2021-light-version/

Newzoo. (2022). *Newzoo global esports market report 2022*. Light version. En:https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-*esports*-market-report-2022-light-version/

Parry, J. (2018). *E-sports are not sports. Sport, ethics and philosophy*,13(1),3-18. https://doi.org/10.1080/17511321.2018.1489419

Padilla, G. (2021). eLiga BBVA MX 2021, un nuevo torneo de e-Sports. *Revista NEO | Líderes del marketing y publicidad*. En: https://www.revistaneo.com/index.php/articles/2021/05/05/eliga-bbva-mx-2021-un-nuevo-torneo-de-esports

Pedraza-Ramírez, I. (2019). Generación LoL: Entrenamiento psicológico mediante una propuesta holística con un equipo profesional de esports. *Revista de Psicología Aplicada al Deporte y al Ejercicio Físico*, 4, e2, 1-10. https://doi.org/10.5093/rpadef2019a3

Preston, I., y S. Szymanski. (2003). Cheating in contests. *Oxford Review of Economic Policy*, 19(4): 612-624.

Redacción. (2021). México celebra el 'Día del gamer' como la capital latina de los esports. *Los Angeles Times en Español*. En: https://www.latimes.com/espanol/mexico/articulo/2021-08-28/mexico-celebra-el-dia-del-gamer-como-la-capital-latina-de-los-*esports*

Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.

SEO, Y. (2013). Electronic sports: a new marketing landscape of the experience economy. *Journal of Marketing Management*, 29 (13-14): 1542-1560.

CAPÍTULO 4

La identidad de los equipos de *esports*

Roberto Carlos Rivera Mata

Introducción

Desde los albores de la humanidad, se ha tenido la necesidad de representar de alguna manera nuestros pensamientos, nuestras aspiraciones, nuestra historia. De ello podemos dar cuenta de las improntas que como humanidad hemos dejado en las pinturas rupestres, las estelas babilónicas, la escritura egipcia, etc.

Las características de esas huellas muchas veces no las tenemos claras, pero sin duda es una muestra de la admiración a los atributos de determinados animales, por ejemplo, destacar la velocidad o la fiereza de algunos de ellos. En este orden de ideas, la heráldica de los pueblos obedece a esta idea. Siguiendo esa tradición y al moderar los ímpetus guerreros de los pueblos, se trasladó esa práctica, por ejemplo para dar motes a los equipos deportivos: las Águilas del América F. C., los Leones de Teranga, para referirse al equipo de Senegal, etc.

En el terreno de los deportes electrónicos tenemos una situación similar, pero con la salvedad de que en esta actividad, además, se incluyen figuras propias de los universos simbólicos en donde se videojuega. Y sobre lo mismo versará este capítulo.

La identidad

El inicio de este periplo estaría en la identidad: elemento idiosincrático que al existir un consenso dentro de grandes colectivos, dan forma a la cultura; en

donde al igual que en los individuos, lo que se busca es la unicidad, una distinción respecto del otro.

De alguna manera con ello se comienza con una cierta narrativa que va fortaleciendo esas características distintivas. Al mismo tiempo se plantea una interesante paradoja, pues esta distinción servirá para establecer una relación con los participantes de esta sociedad.

Esto, trasladado a los deportes electrónicos, opera de acuerdo con las características intrínsecas de cada universo simbólico y a un nivel aún más amplio opera con las características del género del que se trate. Esta construcción de identidad no es del todo monolítica, si bien existe una estructura, los cambios según las circunstancias son un elemento latente. En cuanto diferentes actores propicien esas transformaciones y estas dejen de ser una constante, pueden llegar a cambiar a esta identidad.

Aunque Erikson (1968) en un texto considerado como seminal en la materia, la denomina *inner sameness* (mismidad interna): es la capacidad de seguir siendo la misma persona internamente, independientemente de las circunstancias; podemos transpolar esto a la identidad de los equipos: sería esta estructura de la que se habló *ut supra,* si el universo que pueblan estos imaginarios en donde transcurren las interacciones de los equipos por antonomasia, tendrían que cambiar la manera de identificarse, para seguir en el mismo tono.

Pasemos entonces a revisar este fenómeno desde las perspectivas de los actores, los equipos de *esports* y los espectadores, pues este fenómeno de identidad sirve y tiene sentido para ambos grupos sociales en algunos aspectos particulares.

La cultura de los deportes electrónicos

La génesis de los deportes electrónicos la podemos rastrear desde los orígenes mismos del videojuego, las partidas entre los programadores de manera un poco más formal fueron en los *Spacewars Olympics* de 1962 (Garfias Frías, 2022), en donde la competición entre los propios desarrolladores dio un impulso, pues en la gestación misma se notó la necesidad de demostrar de alguna manera la maestría en la ejecución del juego.

En el mundo de la mercadotecnia, los fenómenos que interesan a colectivos robustos siempre serán atractivos para sus fines. Y en este sentido, los deportes electrónicos cada vez van congregando a más participantes, tanto ejecutantes como espectadores; y en ese sentido, los equipos de *esports* muchas veces tienen a grandes patrocinadores que facilitan la posibilidad de una dedicación total a esa actividad.

Ese sustrato se convierte en un círculo virtuoso, pues los usuarios atraen espectadores, los desarrolladores son estimulados para seguir trabajando con el juego que fue exitoso y los patrocinadores estimulan la participación de los video jugadores y así hasta construir ingentes participantes en cada rubro.

Estas interacciones generan diferentes estratos de convivencia, lo que deriva en la construcción de prácticas comunes, lo que comienza con la construcción de elementos de comunicación y una cultura en torno del fenómeno; pues se comienza por construir una jerga particular con referentes que los participantes entienden, etc. Las ejecuciones dentro de los videojuegos también abundan en la construcción de las prácticas en torno del videojuego y en la gestación de esa cultura. Y así las distintas acciones dentro de la actividad contribuyen en la gestación y replica de esta cultura dentro de comunidades particulares y en general de los videojuegos.

De las prácticas que se crean en torno de los deportes electrónicos podemos abundar para comprender un fenómeno fascinante. En el presente trabajo daremos cuenta de la descripción de los referentes de identidad de los principales equipos a la fecha según Forbes, si bien es un referente definido por el valor económico, nos sirve para trazar un derrotero a partir de referentes fuera del ámbito de los deportes electrónicos.

La identidad de los equipos de deportes electrónicos

Si bien existe una amplia tradición dentro del análisis de las imágenes en los que la referencia es Pierce, que define a la Semiótica como “un sistema de signos que se relacionan entre sí y, en cuyo seno, se establecen relaciones que los conocedores del código son capaces de comprender, interpretar y utilizar”. (Llorente Barroso, 2008).

La autora hace una interesante reflexión y propone una semiótica de lo corporativo, tema que para efectos del presente resulta valioso e interesante. En el trabajo de establecer una metodología que servirá de referente.

Tabla 1

Partes semióticas del logo-símbolo:	Relaciones entre las partes semióticas del logo-símbolo:	Registro semiótico e interpretación de los datos.
a) Referente: La empresa real y física a la que representa el logo. b) Significante: El conjunto de estímulos visuales que configura el logo. c) Tipo: El concepto al que apela mencionado logo-símbolo.	a) Relación significante-referente-significante. b) Relación referente-tipo-referente. c) Relación tipo-significante-tipo.	*Cuadro de elaboración propia con información de: (Llorente Barroso, 2008)

Fuente: Elaboración propia.

TSM

Team SoloMid (TSM)

- Fundado en septiembre de 2009 por Andy "Reginald" Dinh.
- VALOR: $540 millones de dólares
- Ingresos estimados en 2021: $56 millones de dólares
- Juegos principales: League of Legends y Valorant
- Otros juegos: Apex Legends, Battlegrounds Mobile India, ajedrez, Dota 2, Fortnite, Free Fire, League of Legends: Wild Rift, Magic: The Gathering, Rainbow Six Siege, Super Smash Bros. Ultimate, Teamfight Tactics

Identidad visual

Partes semióticas del logo-símbolo	*Relaciones entre las partes semióticas del logo-símbolo*	*Registro semiótico e interpretación de los datos*
a) El simbolo no hace referencia directa a la naturaleza de la empresa. b) Los estímulos visuales son tipográficos que remiten a una esfera. c) El concepto al que apela es la universalidad por la forma esferica de la composición.	a) La relación entre el referente y el significante no es explícita b) La relación entre referente y tipo se da por la composición, lo que las hace complementarias en la idea general a proyectar. c) La relación entre el primer elemento y el último se establece por la composición, si bien no guardan relación directa los elementos a un nivel conceptual (una idea de globalidad) existe la relación.	La heráldica de este equipo evoca visualmente a referentes de equipaciones de fútbol, en particular, Juventus. Su estética tiene como impresión inmediata la de solidez, proyecta uniformidad. La constitución del mismo no hace referencia directa a ningún videojuego en particular, es decir, a pesar de tener una gran presencia en League of Legends no tiene ningua referencia directa a la estetica particular de ese título.

100 Thieves

100 Thieves, LLC

- Fundado en 2017 por Matthew "Nadeshot" Haag y Dan Gilbert.
- VALOR $460 millones de dólares
- Ingresos estimados en 2021: $38 millones
- Juegos principales: Call of Duty: Vanguard, League of Legends, Valorant
- Otros juegos: Apex Legends

Identidad visual

Partes semióticas del logo-símbolo	*Relaciones entre las partes semióticas del logo-símbolo*	*Registro semiótico e interpretación de los datos*
a) El símbolo no hace referencia directa a la naturaleza de la empresa. b) Los estímulos visuales son tipográficos que remiten al número cien. c) El concepto al que apela es la transgresión de un espacio, a lo urbano de la composición.	a) La relación entre el referente y el significante no es explícita b) La relación entre referente y el tipo no es explícita. c) La relación entre el primer elemento y el último no se establece. La idea de transgresión que da el tipo no es referencial al número cien.	La heráldica de este equipo no evoca visualmente a referentes de equipaciones de ningún tipo. Su estética tiene como impresión inmediata, la de trangresión de normas el irrumpir en un espacio para apropiarse del mismo. La constitución del mismo no hace referencia directa a ningún videojuego en particular.

Team Liquid

Team Liquid

- Fundado en 2000 por Victor "Nazgul" Goossens.
- VALOR: $440 millones de dólares
- Ingresos estimados para 2021: $38 millones
- Juegos principales: Counter-Strike: Global Offensive, League of Legends, Valorant.
- Otros juegos: Age of Empires, Apex Legends, Dota 2, Fortnite, Free Fire, Hearthstone, PUBG, Quake, Rainbow Six Siege, Rocket League, Starcraft 2, Super Smash Bros. Melee y Ultimate, Teamfight Tactics, World of Warcraft

Identidad visual

Partes semióticas del logo-símbolo	*Relaciones entre las partes semióticas del logo-símbolo*	*Registro semiótico e interpretación de los datos*
a) El símbolo no hace referencia directa a la naturaleza de la empresa. b) Los estímulos visuales son tipográficos y gráficos. c) El concepto al que apela es al Caballo, símbolo que evoca a la batalla, el poder o la aventura.	a) La relación entre el referente y el significante no es explícita b) La relación entre referente y tipo no es explícita. c) La relación entre el primer elemento y el último no se establece. La figura arquetípica del caballo no establece relación con el texto tipográfico.	La heráldica de este equipo nos evoca visualmente a referentes de batallas épicas. Su estética tiene como impresión inmediata, la de estar frente a guerreros fuertes y listos a dominar el territorio. La constitución del mismo no hace referencia directa a ningún videojuego en particular.

Clan FaZe

Clan FaZe

- Fundado en 2010
- VALOR: $400 millones de dólares
- Ingresos estimado para 2021: $52.9 millones
- Juegos principales: Call of Duty: Vanguard, Counter-Strike: Global Offensive, Valorant.
- Otros juegos: FIFA Online 4, Fortnite, Halo Infinite, PUBG, PUBG Mobile, Rainbow Six Siege, Rocket League, Super Smash Bros. Ultimate

Identidad visual

Partes semióticas del logo-símbolo	*Relaciones entre las partes semióticas del logo-símbolo*	*Registro semiótico e interpretación de los datos*
a) El símbolo no hace referencia directa a la naturaleza de la empresa. b) Los estímulos visuales son tipográficos y gráficos. c) El concepto al que apela es un símbolo que evoca lo mismo a la tipografía usada en las banda de rock de la década de los 80, que a un ideograma oriental.	a) La relación entre el referente y el significante no es explícita. b) La relación entre referente y tipo no es explícita. c) La relación entre el primer elemento y el último no se establece.	La heráldica de este equipo nos evoca visualmente a referentes deportivos, como puede ser el logotipo de lo Philadelphia Flyers. Su estética tiene como impresión inmediata la de estar frente deportistas profesionales listos a dominar el juego. La constitución del mismo no hace referencia directa a ningún videojuego en particular.

Cloud9

Cloud9

- Fundada en 2013 por Jack and Paullie Etienne
- VALOR: $380 millones de dólares
- Ingresos estimados para 2021: $35 millones
- Juegos principales: Counter-Strike: Global Offensive, League of Legends, Overwatch, Valorant.
- Otros juegos: ajedrez, Fortnite, Halo Infinite, Hearthstone, League of Legends: Wild Rift, PUBG Mobile, Rainbow Six Siege, Super Smash Bros. Melee, Teamfight Tactics, World of Warcraft.

Identidad visual

Partes semióticas del logo-símbolo	*Relaciones entre las partes semióticas del logo-símbolo*	*Registro semiótico e interpretación de los datos.*
a) El símbolo no hace referencia directa a la naturaleza de la empresa. b) Los estímulos visuales son tipográficos y gráficos. c) El concepto al que apela es una nube, lo que actualmente hace referencia al modelo de negocio digital en la nube (servidores remotos).	a) La relación entre el referente y el significante no es explícita. b) La relación entre referente y tipo no es explícita. c) La relación entre el primer elemento y el último se establece por la composición, si bien no guardan relación directa los elementos a un nivel conceptual (una idea de trabajo en la nube) existe la relación.	La heráldica de este equipo nos evoca visualmente a referentes arquetípicos de la representación de fenómenos celestes. Su estética tiene como impresión inmediata, la de estar en un trabajo intelectual y de alcance mundial, por la naturaleza del modelo de negocios de la esfera digital con los servidores remotos (cloud computing). La constitución del mismo no hace referencia directa a ningún videojuego en particular.

Conclusiones

Un aspecto que no debemos dejar pasar de esta revisión es que ha resultado tan rentable el fenómeno de los deportes electrónicos, que las marcas de los equipos amparan a diferentes escuadras de distintos niveles dentro de títulos de videojuegos particulares, pero por sobre todo esta marca ampara a equipos de distintos videojuegos bajo un mismo signo.

Resulta entonces interesante hacer recorridos como el presentado a manera de reseña y como hoja de ruta para futuros desarrollos, pues si bien mercados como el norteamericano y el asiático ya los podríamos etiquetar como maduros, respecto de lo profundo de la imbricación en diferentes sentidos, desde, por ejemplo, las actividades paralelas como pueden ser los relatores,

los entrenadores, etc. En otras regiones aún no llegamos a esos niveles de profundidad en la estructura social.

Falta que se logre una imbricación de más actores, de la mano de una economía que tenga como sustento la tecnología. Recordemos que México tiene como principales fuentes de ingreso las remesas de los migrantes expulsados por el sistema de gobierno y como segunda fuente de ingresos está la industria petrolera; además de una inmensa brecha digital, en la que las grandes ciudades son la únicas provistas de servicios digitales, mientras que la gran parte del territorio nacional no cuenta con esos servicios.

Referencias

Erikson, E. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: Norton.

Garfias Frías, J. Á. (2022). *Deportes electrónicos, Aproximaciones teóricas de su origen y evolución*. Ciudad de México: UNAM.

Llorente Barroso, M. D. (2008). Análisis semiótico del logo de Mozilla. *Revista de Comunicación de la SEECI,* páginas: 17-56.

Vera Noriega, José Ángel; Valenzuela Medina, Jesús Ernesto. El concepto de identidad como recurso para el estudio de transiciones. *Psicologia & Sociedade*, vol. 24, núm. 2, mayo-agosto, 2012, pp. 272-282 Associação Brasileira de Psicologia Social Minas Gerais, Brasil.

CAPÍTULO 5

Preparación y experiencia en las competencias de *esports* en México y su extensión en América Latina

Clara Cisneros Hernández
y Emanuel Jetzai Velazco Arriaga

Introducción

La presente propuesta está centrada en el desarrollo de los deportes electrónicos como práctica competitiva en el territorio mexicano y su extensión en Latinoamérica, tomando en cuenta el sistema de preparación para obtener el rendimiento óptimo en el desempeño de los jugadores; por lo que el objetivo principal se centra en plantear las particularidades de competición en la escena independiente, distinguiendo el recorrido de la tercera hacia la primera división como experiencia fáctica.

En un primer momento se plantea un panorama contextual del sistema de preparación de jugadores en su ascenso a la profesionalización, en el que se esquematiza la necesidad de seguimiento a procesos como la instrucción técnica, física y mental, donde se esquematizan sus variaciones y divergencias, con los que se logra especificar los recursos generales que tienen las divisiones para extender paulatinamente su crecimiento organizacional.

Asimismo, se esboza una descripción de categorías que plantean rubros de importancia para el esquema de preparación y acumulación de experiencia de los deportistas electrónicos, en el que se distinguen categorías como: perfeccionamiento de táctica y preparación psicomotriz, que son variables dependientes de cada formato competitivo, donde se profundiza en las características de categorías de videojuegos como: estrategia en línea (*Real-time strategy, RTS*), estrategia en línea a partir de cartas, acción en primera persona

(First Person Shooters), multijugador en línea *(Multiplayer Online Battle Arena, MOBA)*, así como los deportes electrónicos especializados en combate; siendo las variantes que se establecen como los modelos competitivos de mayor ascenso y popularidad en la última década.

Cabe resaltar que la presente propuesta, al pretender dar seguimiento a los procesos de preparación y experiencia de los deportistas electrónicos dentro de las ligas en ascenso de seguimiento en México, presenta una metodología aplicada con la que concretó la realización de seis entrevistas a profundidad con el objetivo de contextualizar y describir los procesos de acondicionamiento de los jugadores en nivel competitivo, la cual permitió el seguimiento a los deportistas de la escena profesional reconocidos como: Julio César Cravioto Ayala (Jimmy Cravioto, México), Emanuel Mendez Pereira (Fatorix, Argentina), Fernando Aaron Ortega Arango (Afeto, México), Diana Kenia López Vázquez (Sophyre, México), Carlos Cabrera (Chorla, México) y Sergio Silva Sánchez (Cotopaco, Colombia), con el fin de entender las diferentes etapas en los procesos de entrenamiento previo y durante la competencia dentro de la comunidad competitiva relevante en el país y en Latinoamérica.

Desarrollo del tema

En la actualidad, los deportes electrónicos han ganado mucho terreno en todo el mundo. Cada día aparecen nuevas competencias de índole profesional, donde los jugadores se preparan a conciencia para tener el rendimiento requerido. La preparación antes de los juegos es tan rigurosa como cualquier deporte a nivel profesional, y va acorde a la exigencia y el videojuego que se usa para la competencia. El entrenamiento adquirirá diferentes dimensiones para conseguir la victoria, esta preparación también tiene la intención de prevenir que los jugadores sufran lesiones, ya sea en las articulaciones o en la espalda, además de conseguir destreza con los controles o la pareja de ratón y teclado usados (Bodogblog, 2022).

Entrenar a un deportista digital, tanto en un equipo como de manera individual, puede variar dependiendo de muchos factores; sin embargo, y como en los deportes tradicionales, hay unas constantes que deben estar presentes para todos los formatos de entrenamiento. La preparación consiste en:

1. Preparación técnica: En la que los individuos se relacionan con la interfaz de juego, el juego en sí, las reglas de la competencia y descubren los roles y jugadas que pueden desempeñar.
2. Preparación física: Implica todo el acondicionamiento físico y el cuidado de la salud del cuerpo.
3. Preparación mental: Se relaciona con la búsqueda de un estado mental óptimo y las aptitudes que se busca tener antes, durante y después de la competencia.

El nivel de preparación varía también dependiendo de la división o *Tier* a la que pertenezcan los atletas digitales y sus roles en el caso de ser parte de un equipo. Para alguien de primera división, donde la competencia será mucho más exhaustiva, las horas y la calidad del entrenamiento deben ser mayores, en comparación con los jugadores de rangos más bajos. Además, los *sponsors* (patrocinadores) ofrecen a los jugadores de más alto nivel, equipo técnico para los entrenamientos y facilitan los espacios para que todos los integrantes dentro de la dinámica de preparación (entrenador, jugadores, psicólogos, equipo técnico, y otros) puedan evaluar el desempeño de los competidores, analizar las jugadas, estudiar a la competencia, etc. Eso por supuesto, deja a los otros jugadores de las diversas divisiones en una situación menos privilegiada; sin embargo, esto puede no representar un problema para la gran mayoría.

Hay jugadores profesionales que no necesariamente partieron de centros de entrenamiento o escuelas especializadas, pues el acceso a los videojuegos como *League of Legends* (2009) o *Apex Legends* (2019) que al ser gratuitos permiten que cualquier persona pueda probarse en los servidores e invertir el tiempo que quiera para alcanzar el nivel que desean.

El gusto por el juego también influye, ya que esto puede hacer que el tiempo de preparación se prolongue. Para estos atletas, el videojuego es mucho más que un deporte, es una forma de vivir. Hay algunos incluso que dedican una parte de su tiempo al streaming en plataformas como YouTube o Twitch, donde comparten sus jugadas y reaccionan a las de otros jugadores (Doombot, 2020). Esto hace que el tiempo estimado de preparación de los atletas de primer nivel llegue hasta las 50 horas de práctica a la semana (Marinovic, 2020).

El entrenamiento diario de los atletas empieza aproximadamente, entre las 10:00 y 11:00 del día con partidas que sirven de calentamiento y descansos

entre juego y juego. Después del calentamiento, se realizan juntas con el entrenador y el equipo técnico con el fin de conocer la competencia y establecer estrategias para los próximos encuentros (Marinovic, 2020).

La alimentación, por su parte, es también un factor a considerar debido a que se tiene en cuenta el rendimiento y salud del jugador. Para ello se piensa en alimentos bajos en grasa, azúcares y altos en fibra porque los cuerpos de los competidores se mantienen en reposo al estar sentados mientras compiten (Bodogblog, 2022). Por lo general, los equipos de *Tier 1* cuentan con chefs y nutriólogos que se encargan de abordar el problema de la nutrición y el rendimiento, aunque también depende del acceso que tenga el equipo al personal.

Los entrenamientos pretenden incluso ir más allá, tratando de que los deportistas se sientan ya en una competencia, por lo que el apoyo psicológico es indispensable para el rendimiento adecuado, ya sea a través de sesiones con los jugadores para que tengan un estado mental que les permita estar en control de sí mismos, como el uso de música a todo volumen para acostumbrar al equipo a los gritos de las multitudes sin perder la concentración (Marinovic, 2020).

Todo esto conforma la base de preparación para las personas que compiten dentro de estos circuitos y es a través de ello que se empieza a constituir la experiencia necesaria para llevar la contienda de la forma más fructífera posible, teniendo en cuenta el rigor y dinamismo que supone la participación en la escena de los *esports*.

En un balance general, la preparación y experiencias competitivas dependen primordialmente del tipo de deporte electrónico donde el atleta se desempeña, ya sea de forma individual o por equipo. El rendimiento se modela tomando en cuenta una preparación fisiológica, nutricional y psicológica como se ha antecedido, para su desempeño en ligas y torneos de forma profesional que se encuentra direccionada y especializada de acuerdo con las habilidades independientes de cada jugador.

Las comunidades competitivas de habla hispana disponen que la acumulación de experiencia , que en el caso de jugadores profesionales es entendida como la “preparación de condiciones para la victoria”, que de acuerdo con TheGrefg, Goorgo y MethodZ (2019), consiste en la creación de bandos unitarios o por equipo que compiten tras un objetivo que se reduce en la victoria final y que está constituida por dos categorías:

a) Perfeccionamiento de táctica, que le constituyen los siguientes puntos:

- La comunicación entre competidores del mismo bando debe estar conectada, ya que los miembros deben de reconocer las técnicas en las que se especializan con el fin de gestar un control de acciones entre respuestas inmediatas.
- Cada acierto debe suponer un problema a resolver para el oponente.
- La táctica no se determina por la resolución rápida sino en la obtención de ventaja con decisiones y acciones que vayan debilitando paulatinamente al contrincante.
- La victoria será determinante cuando el oponente ha fallado en sus esfuerzos para mitigar aciertos del ejecutante.

b) Preparación psicomotriz:

- El esfuerzo mental precede al físico, pero deben estar interconectados a nivel táctico.
- Se debe buscar un acondicionamiento de reflejos inmediatos con movimientos precisos.
- Mejoramiento de la agudeza visual que se vincule a la confianza en la toma de decisiones con inmediatez.
- Descansos continuos en preparación, que permitan el cuidado de articulaciones y tendones de forma previa a las competencias.

La preparación depende de las características de cada variante gamificada; sin embargo, cabe aclarar que el formato competitivo multijugador tiene origen en los videojuegos de estrategia en línea (*Real-time strategy, RTS*), cuya mecánica consiste en que el usuario genera progresivamente habilidades, o bien, da creación de un inventario de armas o personajes con destrezas específicas que el jugador seleccionará con el fin de destruir la base del oponente.

Esta variable exige la habilidad de controlar cada unidad en posesión, a manera de gestar un ataque, y de forma paralela se da la recaudación de recursos, por lo que la preparación exige coordinación, toma de decisiones a largo y corto plazo en multitarea que permitan atacar al oponente y gestar otros recursos anticipados para contraataque y defensa. Este tipo de videojuegos

requieren una práctica continua de mnemotecnia sobre las áreas o mapas a recorrer, con el objetivo de lograr una ventaja competitiva. Las obras más reconocidas para ejecución de estrategia en línea son *Starcraft, Warcraft, Command and Conquer* y aunque los títulos han bajado en popularidad de competición ya que su formato es mayormente exclusivo para ordenador, de manera temprana en la historia de los deportes electrónicos lograron inspirar a la gestión y desarrollo de la industria.

Otro derivado son los videojuegos de estrategia en línea a partir de cartas, que consisten en la compilación o colección de personajes definidos por cartas con habilidades específicas. Esta variable comúnmente es de desempeño individual, por lo que la preparación consiste en trabajar habilidades de memoria, ya que hay muchas cartas diferentes, y las ejecuciones en tiempo real tienen que ser eficaces para contrarrestar la toma de decisiones del mazo contrario, ya que el usuario debe recordar el movimiento de cada jugada, propia y ajena, en conjunto a las vulnerabilidades dentro de la selección. Los títulos populares de este tipo de deportes electrónicos son *Clash Royale, Hearthstone*, entre otros.

Una de las categorías clave dentro de la disciplina son los videojuegos de acción en primera persona (*First Person Shooters*) como es el caso de *Valorant, Call of Duty, Counter-Strike o Fortnite*. La preparación para esta variable se centra en conseguir las metas u objetivos marcados en cada mapa o zona, que comúnmente se consiguen en una dinámica atacante-defensiva, eliminando enemigos a partir del arsenal de armas a disposición en la interfaz. El acondicionamiento psicomotriz se dirige al dominio de la movilidad adecuada sobre el área, puntería, reflejos y agilidad visual para evadir daño.

Asimismo, otra variante popular y en continuo crecimiento en el ámbito de los deportes electrónicos es el Multijugador en línea (*Multiplayer Online Battle Arena, MOBA*), que requiere de una preparación específica de comunicación en tiempo real. El modo de operación común es por equipo, ya que cada personaje controlado por un usuario diferente elige una variable de especialización en armas y poderes disímiles, con el objetivo de acercarse a torres, metas o bases pertenecientes al oponente, por lo que la preparación requiere de reforzar la defensiva de forma continua. Los ejemplos más conocidos de esta variable de juegos son *League of Legends, Dota 2, Arena of Valor, Smite*, entre otros, que dependen de la resolución y toma de decisiones a corto y largo plazo. De la misma forma, dentro de la competición se busca que los

avatares del equipo puedan acumular recursos que aumenten su potencialidad y agilidad, con el fin de limitar el avance del contrincante (Team Heretics, 2019, p.21).

Finalmente, otra categoría que sigue en vigencia de popularidad al pasar de las décadas, son los deportes electrónicos especializados en combate. Este modelo competitivo también se desempeña mayormente de forma individual, donde cada oponente selecciona a los personajes con los que ha perfeccionado un estilo de pelea. Además de mejorar técnicamente con personajes selectos, debe conocer a la mayoría del catálogo dentro del videojuego con el fin de distinguir los personajes que puedan contrarrestar el daño del rival. La mecánica de preparación depende de habilidades visuales, que permitan al usuario esquivar y golpear hasta reducir al mínimo la barra de vida del oponente, por lo que las destrezas a desempeñar dependen de su agudeza visual para lograr precisión en su desplazamiento y conexión de ataque con golpes desde una sinergia entre ofensiva y defensiva enlazados. Los títulos más reconocidos de esta variable son *Street Fighter, Tekken, Marvel vs Capcom*, entre otros.

Metodología

La metodología aplicada dentro de la presente propuesta consiste en la realización de entrevistas a profundidad, con el objetivo de contextualizar y describir los procesos de acondicionamiento deportivo de los jugadores en nivel competitivo para desplegar las diferentes etapas en la gestión de entrenamiento y preparación hacia las ligas y torneos dentro del territorio mexicano y su extensión en América Latina.

Las entrevistas en profundidad fueron desempeñadas con las siguientes categorías: 1) Desarrollo de experiencia profesional, personal e interpersonal con miembros del equipo u organización; 2) Preparación previa y al momento de la competencia tomando en cuenta las dinámicas de comunicación; 3) Condiciones técnicas, dificultades y valor de la preparación a nivel competitivo. En seguida se muestran las especificaciones profesionales de los deportistas entrevistados, dando un agradecimiento a la posibilidad para su aplicación debido a la gestión de la socióloga y *streamer* Karla Desireé Delgado Alvarez (Kahrlie). Posteriormente, se muestra la lista formal de cuestionamientos en seguimiento, cuyas respuestas serán sintetizadas en el apartado de resultados y conclusiones.

Tabla 1
Especificaciones profesionales de los deportistas entrevistados

Julio Cesar Cravioto Ayala **Nick name:** Jimmy Cravioto **Deporte electrónico:** Teamfight Tactics – Esports **Nacionalidad:** mexicana **Status:** Deportista Independiente	**Diana Kenia López Vázquez** **Nick name:** Sophyre **Deporte electrónico:** *League of Legends* **Nacionalidad:** mexicana **Status:** Tier 1	**Fernando Aaron Ortega Arango** **Nick name:** Afeto **Deporte electrónico:** *League of Legends* **Nacionalidad:** mexicana **Status:** Tier 3
Emanuel Mendez Pereira **Nick name:** Fatorix **Deporte electrónico:** *League of Legends* **Nacionalidad:** argentina **Status:** Tier 1	**Carlos Cabrera** **Nick name:** Chorla **Deporte electrónico:** *League of Legends* **Nacionalidad:** mexicana **Status:** Tier 3	**Sergio Silva Sánchez** **Nick name:** Cotopaco **Deporte electrónico:** *League of Legends* **Nacionalidad:** colombiana **Status:** Tier 1

Nota: Recopilado por los autores

Tabla 2
Cuestionamientos en seguimiento dentro de las entrevistas en profundidad (continuación)

Categoría temática	Preguntas
Dedicación y ascenso en divisiones de competición	¿Hace cuánto que compites en los torneos/ligas?
	¿Por qué decidiste dedicarte a los *esports*?
Preparación previa a la competencia	¿Cuánto tiempo te toma prepararte para una competencia?
	¿Qué es lo más difícil de hacer antes de una competencia?
	De estar en un equipo ¿Cómo es la dinámica de preparación con tus miembros de equipo?
	¿Es difícil comunicarte con tu equipo mientras juegas?
Experiencias y dificultades dentro de la escena	¿Cuál fue tu experiencia más difícil durante una competencia?
	¿Te has encontrado con dificultades en la competencia para tu vida personal por ser un(a) jugador(a) profesional?
	Hacia las jugadoras ¿Has sufrido acoso o discriminación por ser jugadora profesional en competencias o torneos?

Tabla 2
Cuestionamientos en seguimiento dentro de las entrevistas en profundidad (continuación)

Categoría temática	Preguntas
Beneficios laborales, profesionales y personales	¿Cuáles son los beneficios laborales y personales de estar en la escena?
	¿Cuentas con *partners*, o donantes para continuar con tu labor?
	¿Cuáles son las condiciones que ponen los *partners* o *sponsors* para continuar con los donativos?
	¿Cuál crees que sea el valor de las competencias de *esports* desde tu perspectiva como jugador/a profesional?

Nota: Elaborado por los autores

Resultados

En la trayectoria profesional recorrida por los deportistas entrevistados se observa que comenzaron a dedicarse al nivel competitivo hace no más de 5 años, durante ese tiempo han ido adquiriendo experiencia en diferentes torneos y dentro de diferentes equipos para el caso de los jugadores de *League of Legends* y en solitario de manera independiente, como sucede con Jimmy Cravioto; no obstante, su desempeño de habilidades inicia previamente durante su tiempo de ocio en diferentes títulos gamificados, superando en algunos casos 10 años de práctica como videojugadores.

También se observa que el ascenso de una tercera a primera división toma al menos 4 o 5 años de preparación; sin embargo, existen casos excepcionales como sucede con el jugador Fatorix de origen argentino, que su rendimiento lo lleva a la primera división después de un año y dos meses de práctica, un tiempo muy corto en los estándares de preparación comunes.

Un cuestionamiento importante consiste en demarcar la elección de los deportes electrónicos como su área de profesionalización, ante esta pregunta encontramos una diversidad de perfiles. Por ejemplo, Jimmy Cravioto dio seguimiento a los torneos mundiales de *Starcraft*, uno de los títulos emblemáticos de la escena que le incentivan a mejorar sus habilidades como videojugador. Otros deportistas como Fatorix, Afeto, Copaco, Sophyre y Chorla, ven

en la escena competitiva un espacio de superación personal y profesional, además de un gusto genuino y apasionado por la práctica, que los han llevado a un desarrollo incluso interpersonal dentro de las comunidades *gamer*.

El tiempo de preparación es una característica indispensable para dar seguimiento en la investigación, donde los deportistas entrevistados afirman que los espacios de entrenamiento mínimamente deben cubrir un promedio de 6 a 8 horas al día, cinco veces a la semana para un desempeño adecuado, siendo jornadas comunes dentro de equipos con seguimiento profesional y organizacional. Jugadores como Fatorix, Afeto y Copaco corroboran que dedican aproximadamente 8 horas de preparación en equipo, y de 2 a 5 horas promedio extras de entrenamiento personal e individual por decisión propia, para mantener su rendimiento.

En sesiones previas a las competencias, nuestro entrenamiento comenzaba aproximadamente a las 3 de la tarde, terminamos el primer bloque a las 6, se hacía un espacio para comer, y después se da seguimiento a un segundo bloque de juego de las 8 a las 11 pm., con un día o dos de descanso. Aproximadamente calculo que en promedio se dedican 8 horas diarias de entrenamiento con el equipo, y aparte cada jugador decidía si ampliaba su tiempo de entrenamiento individual con práctica de habilidades y viendo *streams* o retransmisiones de competitivos con el fin de analizar técnicas de juego (Afeto, 2022).

Cuando a los entrevistados se les cuestionó sobre las principales dificultades que enfrentan de forma previa a la competencia, las respuestas mostraron inferencias similares; en seguida enlistadas:

1. Cumplir las 8 horas de entrenamiento y respetarlas, aunque se esté estudiando o trabajando (Cravioto y Afeto, 2022). Estos motivos se observan comúnmente con deportistas independientes.
2. Manejo de emociones y nerviosismo antes del encuentro, por lo que se procura trabajar la salud mental (bajo el anglicismo *"mental"*).
3. Lidiar con las expectativas, las críticas y el rendimiento favorable esperado por parte de las organizaciones, los entrenadores y los seguidores (Fatorix, 2022).
4. Lidiar con el ego de los deportistas con los que te desempeñas dentro del equipo y los contendientes de ligas y torneos (Afeto, Sophyre y Chorla, 2022).

5. Tener la vocación de analizar torneos ajenos que complementen el entrenamiento, además de ser autocrítico (Afeto, 2022).
6. La búsqueda de compenetración entre equipos rotatorios, ya que se necesita una comunicación adecuada (Cotopaco y Chorla, 2022).

La dinámica de preparación en equipo para los deportistas electrónicos es uno de los ejes principales para la mejora del desempeño, al respecto los jugadores en ascenso comentan que las organizaciones sólidas cuentan con un *staff* que se encarga de elegir la alineación, dar seguimiento a la estrategia y contribuir en la logística técnica, para que los competidores se concentren en el entrenamiento, lo cual facilita una observación externa que prioriza la mejoría. Como lo señala Fatorix, "en la primera división, después del entrenamiento se pasa al momento del *review*, donde los jugadores y todo el *staff* se sientan frente a una pantalla, de esta forma los entrenadores se hacen cargo de regular las modificaciones tácticas".

De acuerdo con Sophyre, Cotopaco y Afeto, la comunicación con los organizadores y jugadores es óptima, ya que la generación de estrategia nace a partir de la lluvia de ideas y el estudio de las habilidades de los jugadores y los recursos que se encuentran en el juego. También se debe estar preparado si el equipo tiene miembros rotativos para crear una sinergia de manera rápida ante cualquier escenario. Por ejemplo, la experiencia de Chorla le llevó a ser *Shot Caller,* quien es la persona encargada de dar instrucciones precisas de lo que hay que hacer en combate, una posición de comunicación con dificultades, ya que se tienen que afrontar problemas de frustración y la disconformidad con el desempeño cotidiano.

Al preguntarles a los jugadores sobre su experiencia compitiendo, la mayoría coincide en que la fortaleza mental es indispensable. Los nervios perjudican el rendimiento de los jugadores, especialmente durante el inicio de sus carreras, pudiendo causar desde temblores en las manos, hasta sensaciones eméticas (Cravioto, Sophyre, Fatorix, 2022). Cotopaco menciona que los jugadores con experiencia pueden seguir experimentando estas sensaciones debido a la presión que genera el público, el equipo enemigo y otros elementos del entorno. Además, Chorla y Sophyre añaden que las personas en el otro equipo, influyen en el estado de ánimo, al ser jugadores sólidos con una trayectoria destacable o por ser antiguos compañeros que son reconocidos como buenos jugadores. Asimismo, otra de las dificultades que los jugadores enfrentan es la derrota misma:

> Perder es de las cosas que más te motivan, es un arma de doble filo, porque puede ayudarte a aprender de los errores para mejorar o puede ser todo lo contrario, que después ya no te puedas levantar de la derrota […] Como deportista, debes lidiar con el control de emociones, dejar de sentirte culpable y asimismo, dejar de buscar culpables; es entender que tienes que mejorar, porque es lo que buscas al forjar un camino profesional y, por lo tanto, tienes que buscar la motivación para seguir esforzándote (Afeto, 2022).

Durante la competencia existe comunicación dentro de los equipos, sobre este rubro se destacan los siguientes puntos:

1. La comunicación en equipo es una destreza que debe trabajarse durante el entrenamiento (Fatorix, Cotopaco y Sophyre, 2022).
2. La comunicación es vital para la ejecución de estrategias de juego. Al ocurrir de forma simultánea hace muy demandante ambos procesos (Fatorix y Afeto, 2022).
3. El estado mental del jugador repercute en la efectividad de la comunicación (Sophyre y Afeto, 2022)
4. La dificultad depende del juego en que se desempeñen los jugadores (Fatorix, 2022).
5. No todos los jugadores se comunican igual, los roles determinan la forma en que los miembros del equipo envían y reciben instrucciones (Fatorix y Chorla, 2022).

Cabe destacar que Jimmy Cravioto no realiza este tipo de prácticas, al estar dentro de un circuito que no le exige el trabajo en equipo como jugador independiente.

Además de las dificultades que los jugadores encuentran antes y después de la competencia, los entrevistados han declarado que su carrera ha tenido impacto en su vida personal. A continuación, se hará mención de los inconvenientes que han tenido que afrontar:

1. Discrepancias dentro del entorno familiar: Ya sea por prejuicio o por las expectativas que los padres tienen hacia sus hijos, el núcleo familiar responde y repercute sobre el jugador (Jimmy Cravioto, 2022).
2. Frustraciones que rebasan el entorno de juego y se reflejan en los otros aspectos de la vida del deportista: Una derrota o un mal día de

entrenamiento puede convertirse en una carga emocional que acompaña al jugador en diferentes ámbitos de su vida cotidiana (Afeto y Fatorix, 2022)

3. Desgaste físico y mental que repercute en el desempeño en el trabajo, la escuela y otros: Debido a la demanda que exigen las competencias, el tiempo y la energía invertidos impactan dentro de los otros aspectos: Si el jugador está muy cansado por el entrenamiento o porque tuvo una partida muy complicada, el efecto de esto se hace evidente (Fatorix y Cotopaco, 2022).
4. Administración de los tiempos de práctica: Relacionado con lo anterior, para atenuar el cansancio y poder desempeñar otras actividades, la administración del tiempo debe dar con un balance adecuado entre práctica y los proyectos personales. En algunos casos habrá proyectos que deban hacerse a un lado por el bien del entrenamiento, esto es especialmente difícil para los jugadores independientes ya que en los equipos se pueden desarrollar programas que permiten el control efectivo de los tiempos (Jimmy Cravioto, Cotopaco y Chorla, 2022).
5. Regulación de las publicaciones en redes sociales: Al ser figuras públicas, deben de tener especial cuidado con sus publicaciones para evitar enfrentamientos o polémicas con otros grupos o equipos (Fatorix y Cotopaco, 2022).

En el caso de Sophyre, ella ha tenido que lidiar con comentarios que percibe como misóginos y que, según su declaración, sufren gran parte de las mujeres dentro de la escena de los deportes electrónicos. Los comentarios están dirigidos a cuestionar tanto el papel de la deportista dentro del equipo, sus méritos, así como sus decisiones durante la partida, tildando su participación como ineficiente.

En cuanto a los beneficios laborales y personales de estar en la escena, los jugadores comentan que una de las ventajas es obtener remuneración por desempeñarse en lo que más disfrutan. Fatorix como *proplayer* reconoce que hay muchas recompensas de los *sponsors*, ya que incluso son un escaparate de promoción para su equipo y para el mismo como marca en su propio emprendimiento.

De forma reiterada, los jugadores también señalan que la escena les ha permitido extender sus relaciones humanas de manera recíproca y en algunos

casos los han llevado a conocer incluso culturas o espacios diferentes debido a las giras competitivas. Sophyre menciona que ha recibido un gran apoyo de otras chicas que le ven como un ejemplo a seguir para dedicarse a los deportes electrónicos, lo cual es una inspiración que le lleva a continuar mejorando su rendimiento y habilidades.

Es habitual que los equipos, especialmente los de primera división, tengan que mantener relaciones con patrocinadores o *sponsors* que los suministran de recursos económicos y de cómputo. Spohyre, Cotopaco, Afeto y Fatorix han confirmado contar o haber contado con los incentivos. Jimmy Cravioto y Chorla, no han tenido acercamiento a las dinámicas de negocios en la primera división, a diferencia de los demás, pero eso no se ha convertido en un impedimento para continuar con sus entrenamientos, pues han podido acceder a incentivos y patrocinadores gracias al tiempo que invierten dentro de la escena. El caso de Jimmy Cravioto es particular, al establecerse en la escena competitiva del videojuego *Teamfight Tactics* que recientemente ha entrado en circulación y cuya estructura continúa consolidándose.

Respecto a la relación que existe entre los equipos con los *sponsors*, organizaciones o patrocinadores, los acuerdos para dar y mantener los diferentes apoyos varían debido a los intereses de los proveedores. Fatorix menciona que las organizaciones presionan a los jugadores con buenos resultados, mientras que las marcas están únicamente interesadas en la visibilidad de sus proyectos a publicitar. De ello deriva el que las marcas ofrezcan sus productos para que se usen durante las competencias, con el fin de que los seguidores de los jugadores los conozcan (Cotopaco y Fatorix 2022). Pese a esto, los benefactores no tienen poder sobre el entrenamiento ni las decisiones que toma el equipo en cuanto al juego se refiere. Solo pueden interferir en lo que los jugadores dicen en medios y redes sociales cuando algo dicho puede ocasionar problemas, para ello organizan charlas con el equipo sobre lo que pueden mencionar mediáticamente para mantener la imagen del jugador. Jimmy Cravioto señala que prefiere evitar estas dinámicas y considera que, según su experiencia, la autogestión del jugador permite evitar este tipo de presiones.

Además del valor económico, las opiniones de los entrevistados exploraron sobre otro valor presente en los deportes electrónicos. Para Jimmy Cravioto y Afeto, los deportes electrónicos representan nuevas oportunidades de trabajo, tanto como jugador como creador de contenido en plataformas de *streaming*. Afeto añade que estos deportes son una revolución del modo en que se observan a los videojuegos. Fatorix y Sophyre creen que los

esports son un medio para la superación personal mientras hacen lo que más les gusta.

El valor de las competencias no se halla en lo económico, se encuentra en el gusto por los videojuegos, la competencia y el aprendizaje. Las experiencias en las ligas te permiten compartir cosas con tus amigos y compañeros a la vez que te superas como persona y deportista (Sophyre, 2022).

Chorla los compara con los deportes tradicionales y cree que el valor se encuentra en el tiempo y trabajo invertido por los profesionales del deporte para alcanzar sus metas. Finalmente, Cotopaco cree que el valor de los deportes electrónicos se encuentra en la pasión de los deportistas, los fans y todos los involucrados dentro de la escena competitiva. La experiencia causada por la inmersión de todos en el juego, permite que las competencias se vivan con gran intensidad.

Conclusiones

Los comentarios provistos por los jugadores para esta investigación permiten reconocer las particularidades presentes, que podemos asumir con relativa frecuencia en la escena de los deportes electrónicos. Si bien la experiencia de cada jugador es diferente, es posible destacar aspectos como el tiempo en el que un jugador puede convertirse en profesional, que van desde los 3, en el mejor de los casos, hasta 5 años.

También se puede inferir que el tiempo de preparación va más allá de lo establecido por los profesionales, y que ayuda a preparar a los jugadores, si hablamos de la primera división. Para todos los casos, el jugar videojuegos es un estilo de vida donde la competencia es parte importante de la formación profesional y personal de los deportistas. El gusto y pasión por el deporte electrónico y la búsqueda de la victoria, es lo que les permite ir más allá del tiempo programado. La principal consecuencia de la formación profesional de los deportes electrónicos es tener que dejar a un lado otros proyectos o reducir el tiempo en familia y con los amigos.

Respecto al entorno familiar, se puede apreciar que tiene un lugar importante en la preparación del jugador y hasta en su estado mental, pudiendo ser el pivote por el que una persona se adentre en este tipo de deporte, o en una dificultad a superar para mantenerse dentro de la dinámica.

Hay casos especiales como el de Sophyre, ya que en su testimonio afronta problemas de género en los diferentes circuitos y divisiones de los deportes electrónicos, pero al contar con un solo testimonio, no se puede profundizar más sobre estas cuestiones, que son un espacio pendiente para futuras investigaciones.

Con todo esto, es posible afirmar el peso tan grande que tiene la preparación mental para los jugadores, tanto dentro como fuera de la competencia, al tener que lidiar con la presión, los nervios, el acoso, los estigmas de la sociedad, el ego de los jugadores, la exigencia y la derrota. A su vez, deben mantener una buena actuación y presencia mediática para cumplir con los acuerdos que tienen con los patrocinadores con el fin de preservar su posicionamiento a futuro.

Los deportes electrónicos son muy demandantes y en algunos casos, exigen demasiado a las personas que buscan participar en ellos, pero muchos están dispuestos a hacer estos sacrificios, porque obtienen una retribución que va más allá de la competencia. Las gratificaciones dentro la escena de los deportes electrónicos tienen que ver con el valor que cada individuo le pone a los videojuegos y de lo que pueden obtener a cambio en términos económicos, profesionales y personales, que finalmente constituyen el crecimiento del sector.

Referencias

BodogBlog (2022). *¿Cómo se entrena un jugador de esports?* Recuperado de: https://blog.bodog.com/es/como-entrena-jugador-*esports*/

Doombot (2020). *Rutina para ser un gamer profesional.* Recuperado de: https://www.cuartomundo.cl/2020/03/25/la-rutina-gamer-profesional/#:~:text=Algunos%20de%20los%20mejores%20jugadores,8%20horas%20diarias%20para%20entrenar

Marinovic, P. (2020). *Inside esports teams - Training profesional gaming stars.* Recuperado de: https://medium.com/predict/inside-*esports*-teams-training-professional-gaming-stars-4ab40190e6d1#:~:text=Teams%20usually%20practice%20together%20for,(or%20wake%20up%20earlier

TheGrefg, Goorgo y MethodZ. (2019). *Team Heretics: Todo lo que necesitas saber de esports.* España: Editorial Planeta, S. A.

Gamepedia. (2020). *Wikis Esports*. Obtenido de http://www.gamepedia.com/wikis

Riquelme, Rodrigo, (2020). "¿Qué son los *esports*? Todo sobre el fenómeno de los deportes electrónicos", *El Economista,* 7 de febrero de 2020, videojuegos, México, recuperado de: https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/que-son-los-*esports*-20200207-0058.html

CAPÍTULO 6

Presencia, participación y expresión de mujeres dentro de plataformas de *streaming* especializadas en la liga profesional del videojuego *League of Legends* México

David Cuenca Orozco

Introducción

Como es bien sabido, recientemente el Comité Olímpico Internacional ha demostrado que los *esports* son un deporte completo, dado que sus participantes se preparan y entrenan con una intensidad equiparable a la de los atletas de otras disciplinas deportivas hoy en día considerados como tradicionales, tales como el fútbol, el tenis, el basquetbol, etc. (Al Dafai, 2016).

Por supuesto que el consumo de calorías, el esfuerzo mental y el desarrollo creativo necesarios para tal labor además dan cuenta del papel e importancia del videojuego dentro del mundo del deporte electrónico (García, y Giner, 2018), pero también lo es todo el aparato tecnocultural articulado a su alrededor: una compleja ingeniería social de juego digital constituida tanto por distintos actores tales como entrenadores, atletas, equipos, fanáticos, gestores deportivos, réferis, ligas, firmas comerciales patrocinadoras, anunciadores, comentaristas deportivos, y un largo etcétera (Casanova, 2017), así como por una serie de medios y plataformas digitales capaces de transmitir y propagar encuentros, justas y torneos de juegos de video tanto a escala mundial como en tiempo real (Antón y García, 2014).

Entre las firmas tecnológicas de talla global que figuran en el mundo de los *esports* se encuentran Intel, AMD, Microsoft, Sony, Movistar, SEGA, entre otros (Antón, 2018), y los conglomerados de medios y plataformas de *streaming*

(Rodríguez, 2017), es decir sistemas digitales de transmisión de contenido audiovisual, es posible encontrar a YouTube, Facebook Gaming, Twitch, ESPN Sports, instancias encargadas del diseño de los vehículos informativos capaces de generar un ecosistema deportivo profesional entre ligas, equipos, atletas (Roncero, 2019), marcas patrocinadoras y publicistas de videojuegos (Borowy y Jin, 2013) así como canales, medios y empresas audiovisuales (Seo, 2013).

Tampoco es un secreto que los *esports* han sido considerados al interior del programa olímpico (Buitrago, 2020), en especial el de París 2024, así como para el más reciente Consejo Olímpico de Asia, mismo que incluirá varias competiciones de videojuegos en el programa oficial de los Juegos Asiáticos de 2022, a celebrarse en Hangzhou, China (Jiménez, 2022). El crecimiento de este sector industrial se ha vuelto cada vez más amplio, a tal punto que regiones como México tienen sus propias ligas y selecciones quienes compiten a nivel mundial dentro de ese ámbito del videojuego.

Lo que sí es un secreto hasta la fecha (al menos dentro de la industria de los *esports* misma y otros sectores capaces de ofrecer información precisa respecto a ese rubro tal como es la academia o el periodismo especializado) es la participación de México dentro del sector de los deportes electrónicos.

Si bien existen referentes capaces de moldear un panorama un tanto superficial al respecto (Taylor, 2012), en realidad poco se conoce sobre el desempeño de los distintos sectores —mencionados arriba— para clarificar el asunto a nivel nacional; y menos la manera en la que las y los videojugadores profesionales se desenvuelven con todos esos sectores, dado que se trata de un sector que cuantitativamente se encuentra, como se verá más adelante, principalmente constituido por hombres.

Resulta indispensable conocer desde las propias entrañas de la industria de los *esports* lo que allí ocurre, en términos comunicativos. Específicamente, es importante dar cuenta de cómo este deporte electrónico en concreto se ha ido posicionando en nuestro país y las consecuencias sociales y tecnoculturales detonadas a raíz de su presencia, cada vez más marcada. Cómo es que las jugadoras en concreto han ido ganando un lugar en ese rubro, qué desafíos y formas de participación han logrado articular y quiénes y cómo les apoyan o se oponen a su presencia en ese mundo deportivo.

En específico, una actividad humana derivada de sector tecnológico que ha impactado prácticamente al mundo entero precisa de una serie de particularidades para el caso mexicano, en donde existen distintas brechas, desequilibrios y asimetrías de distinto tipo, entre ellas las propias de la comunicación

social (Cabello, 2017), se vuelve necesario ubicar el papel de las mujeres dentro de este sector y entender la forma en la que llevan a cabo sus prácticas de juego en tales condiciones.

Precisamente dentro de este trabajo, primero se utilizará un enfoque cuantitativo que permite con datos concretos, cifras y porcentajes, saber cómo se encuentra en nuestros días el asunto de los deportes electrónicos en México, para comprender en específico qué cantidad de mujeres juegan, las principales razones por lo que lo hacen, entre otras situaciones. Por otro lado, se utilizarán métodos cualitativos para conocer las razones específicas de la poca participación de jugadoras en el ámbito profesional, así como saber su punto de vista mediante testimonios que permiten lograr una opinión general sobre la participación de mujeres en los *esports* mexicanos.

En otras palabras, dentro de este trabajo en un primer momento se describen las características más importantes tanto de los deportes electrónicos como de la plataforma de juego de video contemplada para el presente estudio: *League of Legends (LOL),* desde el punto de vista en concreto de sus herramientas de comunicación y sus mecanismos de transmisión de información, con el objeto de dar cuenta de forma precisa de las distintas capacidades expresivas que permite dicha tecnología digital.

Posteriormente se establecen las distintas pautas de comunicación, redes de acción conjunta e interacciones entre jugadoras profesionales en México, se trata de reconocidas figuras del mundo de los deportes electrónicos a nivel nacional, quienes cuentan con una reputación y prestigio en ese ámbito. En ese sentido, se muestran algunas de las claves testimoniales ofrecidas por algunas atletas virtuales de LOL mismas que permiten conocer desde su experiencia las diferentes formas en las que articulan sus prácticas comunicativas en torno y desde los *esports*.

Sus puntos de vista respecto a la práctica del juego digital se vuelven valiosos, no solo para comprender el pulso y el derrotero mismo de la industria de los *esports* en nuestro país, sino también para dar cuenta de forma simultánea de las distintas necesidades que requiere el deporte electrónico en una región como lo es Latinoamérica, y más en concreto, en nuestro país.

Partiendo del supuesto de que los deportes electrónicos en nuestro suelo han logrado impactar de forma benéfica a la industria del videojuego, y de que arribarán en México como deporte todavía con mayor fuerza dentro de universidades e instituciones deportivas juveniles en los próximos tres años, y a raíz de que los medalleros olímpicos ofrecerán la posibilidad de generar

verdaderas carreras atléticas a videojugadores, su presencia dentro de diversos sectores en nuestro país será inminente. De tal forma que la presencia de las mujeres es crucial para su sostenimiento, así como para lograr una mayor aceptación social a nivel nacional. Se plantea así, entender al videojuego en su dimensión tecnológica y social, como agente de valor y motor de la transformación social, para este caso, en materia deportiva.

El fenómeno *League of Legends*

League of Legends es un videojuego de tipo Multijugador de Arena de Batalla En línea, MOBA o *Multiplayer Online Battle Arena*, así como un deporte electrónico desarrollado por la empresa norteamericana de videojuegos Riot Games para los sistemas operativos Microsoft Windows y OS X, actualmente distribuido alrededor del mundo por la empresa china Tencent Holdings Limited.

Si bien se liberó desde 2009, obtuvo un gran impacto en 2012, contando con 70 millones de jugadores registrados. En 2013 registró 5 millones de jugadores conectados al mismo tiempo en todo el mundo. Para 2014 registraba 65 millones de jugadores, dando un salto aún mayor de 100 millones de jugadores en 2017. Hoy en día tiene más de 120 millones de jugadores activos, siendo uno de los juegos más populares de los deportes electrónicos, por sus altos niveles de competitividad y público en activo.

Ese título de juego digital destaca, además de los factores arriba señalados, por su capacidad para expresarse dentro de la plataforma de juego a diferente nivel. Precisamente, LOL tiene seguidores en plataformas de transmisión de videojuegos en tiempo real como YouTube, Facebook Gaming y Twitch.

A la fecha, el juego cuenta con más de 12 millones de usuarios conectados cada día. Ello le ha permitido a sus dueños crear desde 2019 el Campeonato Mundial de League of Legends, el cual desde esas fechas ha tenido más de 100 millones de espectadores únicos, alcanzando un máximo de espectadores simultáneos de 44 millones, y recaudado una bolsa a sus atletas virtuales con un premio mínimo de 2,5 millones de dólares para cada encuentro. Por supuesto que existen otros grandes encuentros en torno a dicho videojuego: el League of Legends Mid-Season Invitational (MSI) y el League of Legends All Star son otros importantes espacios especializados en este título de juego de deportes electrónicos

Cabe destacar que, desde 2020, la empresa Spotify y Riot Games se han unido para conformar una Asociación Oficial de Deportes Electrónicos de League of Legends, cobrando mayor fuerza dentro del sector de los *esports* y también impulsando al videojuego como motor del deporte y el beneficio social. Sin duda un movimiento que ha incrementado la visualización y descarga de ese título en distintas partes del mundo.

Disponible para su descarga gratuita en México a través del sitio web oficial del videojuego: https://www.leagueoflegends.com/es-mx/, League of Legends consiste particularmente en un videojuego de tipo estrategia entre equipos en el que dos grupos de jugadores conformados por cinco elementos se enfrentan entre sí para destruir y conquistar la base o posición del otro. Es posible elegir de entre más de 140 perfiles de personajes para realizar jugadas especializadas, asegurar mediante estrategias la eliminación del contrario o bien destruir torretas mientras se avanza hacia la victoria.

Para ganar una partida es necesario ubicar un nexo, es decir el centro o zona central de las bases de ambos equipos. Destruyendo el nexo enemigo es posible ganar la partida. Detrás del nexo de cada jugador se encuentra el fondo de la base, donde se pueden asegurar aspectos como recuperar vida y maná, que corresponde a la magia para realizar movimientos y poderes especiales, así como acceder a la tienda. Por su parte, existe un nexo enemigo, es decir, el punto clave de la base del equipo enemigo. Al destruir el nexo enemigo, un equipo gana la partida.

Un factor clave para convertir a LOL en un deporte electrónico son las distintas estrategias que se pueden tejer para obtener la victoria. Un equipo debe despejar al menos un carril para llegar al nexo enemigo. En su camino se interponen estructuras defensivas denominadas torretas e inhibidores. Cada carril cuenta con tres torretas y un inhibidor, mientras que cada nexo está protegido por dos torretas. Las torretas causan daño a los súbditos y campeones enemigos y proveen visión limitada dentro de la niebla de guerra para su equipo. Atacar estas estructuras al tener súbditos logra evitar daño y seguir adelante. Por su parte, cada inhibidor está protegido por una torreta. Al destruirlos, aparecerán unos personajes conocidos como súbditos dentro de ese carril durante varios minutos. Posteriormente, el inhibidor reaparecerá y los súbditos dejarán de aparecer.

Como bien lo menciona su sitio oficial, entre los carriles se encuentra la jungla, en donde residen monstruos neutrales y plantas de la jungla. Los dos monstruos más importantes son Barón Nashor y los Dragones. Eliminar a

estas unidades otorga mejoras únicas para un equipo y también puede ser crucial para obtener una ventaja. El Barón Nashor es el monstruo más poderoso. Vencerlo otorga al equipo que lo logre un daño de ataque y poder de habilidad adicionales, una retirada potenciada y aumenta en gran medida el poder de los súbditos cercanos. Por su parte, los dragones son creaturas de gran poder que brindan mejoras únicas dependiendo del tipo de dragón derrotado. Existen cinco dragones elementales y un dragón ancestral.

Existen cinco ubicaciones o posiciones, entre las que es posible jugar: el carril superior, la jungla, el carril central, el carril inferior y el soporte. Dependiendo del desempeño del jugador y el nivel de desafío que encuentre al cruzarse por cada una de estas zonas, gobernadas por distintos tipos de campeones y sus desafiantes estrategias, será posible obtener oro y niveles mayores de experiencia para llevar al equipo a la victoria. Estas recompensas vuelven cada vez más fuerte a cada jugador, lo cual le invita a seguir dentro de la partida con mayor énfasis, al punto de lograr un mayor profesionalismo de acuerdo con las horas invertidas y el nivel de habilidad adquirido.

Como ha podido mencionarse, se trata de un videojuego de alto rendimiento para sus jugadores, así como de unas amplias capacidades de coordinación, comunicación y de estrategia para lograr la victoria. Ello representa una presión y exigencia a sus participantes, dado que, como deporte, precisa de un profesionalismo y disciplina que solo los mejores jugadores pueden obtener, ya que se juega a escala global. Ello ocurre en diversos juegos de ese tipo al subirse a la calidad de deportes electrónicos (Carrillo, 2015).

Debido a lo arriba mencionado, tanto LOL como videojuego, así como al interior del mundo de los *esports*, ha presentado una inyección de capital por parte de grandes marcas en eventos, ligas o torneos, quienes también compiten por hacer crecer a sus equipos, o bien por posicionarse al apoyar a un determinado conjunto, equipo o figura atlética en particular.

Actualmente distintas marcas comerciales como Coca-Cola, Red Bull, Orange, Intel, o Movistar patrocinan a diario League of Legends. Para saber de ello basta con entrar a jugar y/o ver algunas competencias regionales en YouTube y visualizar todo el patrocinio anunciado por estas y otras firmas (Carrillo, 2016). Pero lo que sí es necesario conocer es la forma en la que dichas instancias inciden en las partidas de cada jugador, y la manera en la que los canales de comunicación digitales, *streams*, logran visibilizar a las y los atletas virtuales.

Pautas expresivas dentro de League of Legends

Como se puede inferir a partir de lo antes mencionado, League of Legends es un juego que se basa en la comunicación para lograr la victoria. Los atletas virtuales deben tener una cooperación constante dentro de la plataforma, así como un diálogo permanente entre jugadores a través de los distintos mecanismos expresivos que se alojan dentro de ese título. Cada uno de sus integrantes debe aportar valor de distinto tipo dentro de cada partida para lograr sobrevivir y ganar.

A pesar de que las mecánicas, es decir las reglas, y las dinámicas, las acciones, dentro del juego de video son amplias, en realidad las trayectorias que teje cada uno de sus colaboradores ayuda más a sostener una mejor partida. Sin embargo, la comunicación entre jugadores es más importante todavía, para lograr el éxito y cumplir los objetivos y metas que se plantean como equipo. Existen, como se verá aquí, diferentes formas de lograr una interacción adecuada entre quienes integran los equipos de LOL.

Por ejemplo, la capacidad para definir a qué lugar del mapa ir en un determinado momento, por cuál objetivo generar la partida, cómo colocar las piezas clave y personajes estratégicamente, informar al equipo la ubicación del enemigo, es crucial para ganar una partida. Entonces, dado que LOL es un videojuego que se juega en equipo, será la comunicación a múltiple nivel en su interior, la pieza clave para el éxito.

Y son los movimientos los factores comunicativos que expresan mediante dichas acciones a otros jugadores la manera en la que se debe ordenar una avanzada, un ataque o coordinarse para construir una estrategia de juego, dadas las condiciones de participación y presencia de contrarios. Cada acción establecida por un jugador le estará informando a sus compañeros la forma de actuar, organizarse y atacar, pero los contrarios también podrán darse cuenta de ello y decidirán una determinada acción también a raíz de ello.

Para complementar esas acciones en términos comunicativos, uno de los principales recursos para comunicarse entre jugadores es el chat en tiempo real dentro de la pantalla de juego misma. El chat clásico es un método de comunicación articulado mediante un canal de texto en el que es posible hablar con otros jugadores en League of Legends. Sin embargo, frecuentemente ocurre que los jugadores no hablan el mismo idioma o bien no forman parte de la misma experiencia dadas determinadas restricciones culturales. En

ese sentido, una forma de comunicación entre jugadores dentro de la plataforma son las alertas.

Cuando los jugadores no pueden escribir de forma textual en el área de chat en tiempo real dentro de juego mientras van jugando, las alertas forman parte de la comunicación emergente en League of Legends, en momentos en los que no se tiene suficiente tiempo para escribir; dichas alertas logran notificarles a los jugadores aliados sobre algún peligro o advertencia del juego de los otros, o bien es posible compartir mediante una alerta una determinada idea o dar a entender a otros jugadores hacia donde se dirige la partida.

Otro agente comunicante dentro de LOL son los propios personajes con los que es posible jugar. Se trata específicamente de los Centinelas, personajes que no necesariamente tienen un gran desempeño dentro del juego, pero cuya presencia advierte de una potencial emboscada, lo cual sirve para no plantear un recorrido por una determinada zona o bien utilizar otros recursos para continuar la partida tomando en cuenta ese personaje como un señalamiento.

Claro que también existe la comunicación verbal dentro del juego. El uso de audífonos, micrófonos, bocinas y otros parlantes permite armar un diálogo entre jugadores capaz de abonar en los objetivos que se pretenden realizar en cada una de las partidas. Asimismo, el League Voice es un chat de voz que permite registrar un audio, y en lugar de utilizar frecuencia sonora en tiempo real, es posible adscribir sonidos y audio para reproducirse las veces que sea necesario, y contando con la capacidad para importar y retransmitir dicho contenido.

Cabe mencionar que dicho sistema de registro de voz tiene una serie de comandos especializados, para tomarse en cuenta de acuerdo con los múltiples caminos trazados por los jugadores contra los que se juega en una partida. Precisamente, ese canal de comunicación se ha convertido en el centro de la regulación interna de la comunidad de LOL. Los jugadores han desarrollado un sistema de moderación, con fines de democratización del entorno de juego para una sana convivencia, al cual han denominado el Tribunal. Esa instancia virtual cuenta con las opiniones de las y los mismos jugadores con respecto a las prácticas y comportamientos de sus semejantes dentro del juego de video.

La moderación se llevaba a cabo a través de este sistema, más o menos democrático. Bajo esta regulación de participantes, los jugadores que presentaban informes o reportes por parte de otros jugadores (ya sea por su comportamiento, o bien por su lenguaje y formas de expresión dentro del juego) son

dictaminados por otros jugadores, tomando en cuenta su ética, sus interacciones con otros semejantes y algunos de sus discursos establecidos dentro de la plataforma de juego digital.

Precisamente, LOL se ha convertido en uno de los *esports* más popular a nivel mundial, debido a los cambios narrativos y expresivos que se elaboran dentro de este. No sólo se trata de la jugabilidad, los jugadores controlan a los llamados campeones. En México es una historia reciente; por primera vez en nuestra región, en 2016, se realizó un torneo internacional (International Wildcard) donde jugadores de diversas partes del mundo se reunieron en El Palacio de los Deportes de la Ciudad de México para sostener un encuentro de este videojuego de talla mundial.

En nuestra región, de igual forma a lo que ocurre en otros países, las ligas de equipos de atletas profesionales se conforman por cinco jugadores, atletas virtuales, en donde el mejor equipo es el único capaz de pasar a la liga mundial de *League of Legends*. Esto supone una serie de pautas de comunicación y estrategias de expresión internas que es necesario definir desde el propio punto de vista de sus participantes. Para el caso específico de México, existe una dinámica denominada Circuito Nacional, la cual se articula mediante cinco torneos que desembocan en una fase final, mismos que conformarán la Liga Nacional, que solo hasta ese momento estará en condiciones de participar a escala global frente a otros profesionales para ganar el torneo mundial.

Presencia de mujeres en los deportes electrónicos mexicanos

Desde que fue cuantificado dentro de un estudio de 2017 por parte de la agencia Play The Game sobre deportes electrónicos en donde se afirma que el 44% de los videojugadores de LOL a nivel mundial son mujeres (García, 2019), a nivel empresarial se tomaron cartas en el asunto. Desde 2019, dentro de la League of Legends Continental League se presentó el primer equipo profesional a nivel mundial que incluía únicamente mujeres como titulares. Esto representó un cambio que representaría una constante en el futuro; diversos equipos en LOL están armados únicamente por mujeres, o bien participan de forma regular dentro de ellos. Asimismo, algunos equipos en Europa, Latinoamérica y México optan por tener a una mujer suplente, las cuales no se ven presentes en partidas de liga o campeonato.

Ahora bien, quienes forman parte de algún sector de los deportes electrónicos tienen amplio conocimiento sobre el comportamiento de la comunidad de League of Legends en Latinoamérica, y específicamente en México: sus integrantes son bastante agresivas entre sí, dado que se presenta una gran competitividad y estrés por ganar la competencia; sin embargo, también es una de las más participativas, en cuanto a eventos y concursos que propone la empresa multinacional de juegos de video Riot Games.

Concretamente, se ha documentado por parte de algunas jugadoras sobre acoso, mismo que va desde los denominados *pickeos*, es decir escoger personajes, equipamiento, habilidades y otros recursos en una pantalla de selección, hasta constantes alertas a las y los jugadores sobre un determinado jugador que arriba a la partida de origen mexicano, hasta los insultos por chat e incluso arruinar las partidas a propósito dejándose matar o generando objetivos para el equipo contrario, desconectándose para dar desventaja al propio equipo, entre otras situaciones.

Desde que ha sido posible utilizar por parte de jugadores latinoamericanos de LoL la herramienta denominada League Voice, es decir el registro de voces y audio de forma selectiva por parte de quienes juegan en tiempo real, los insultos se vuelven más presentes, ya que, según una de las jugadoras, Homesick872, *puedes escuchar a tus compañeros insultarte si realizas partidas "prediseñadas" a menos que los silencies*. Por ello, las partidas de juego en LOL se vuelven estresantes para varios de los usuarios de esta región, pues, como menciona la misma jugadora: *el acoso por chat de los propios jugadores de tu equipo o incluso los del equipo contrario es tanto, que muchas personas prefieren cambiar su región para poder jugar sin insultos y/o acoso por parte de los demás.*

Para paliar esa situación comunicativa, las jugadoras pueden generar "reportes al jugador", los cuales se van acumulando hasta el grado de recibir una serie de penalizaciones como pueden ser la inhabilitación de la cuenta de juego por 14 días o incluso de forma permanente.

Una alternativa más es el silenciamiento de una jugadora o un jugador dentro del chat grupal y general; mediante este mecanismo es posible silenciar a un jugador tanto del mismo equipo, así como llegar a silenciar los comentarios de un integrante o bien todo el equipo contrario. Además, también es posible silenciar a un determinado jugador de partidas prediseñadas que esté acosando o llevando a cabo actividades que se pueden considerar como antideportivas.

ChaoEV9 es otra jugadora que ha dado testimonio de la manera en la que se presentan distintas asimetrías comunicativas. Ella da cuenta de la forma en la que estos reportes y este silenciamiento se puede convertir en una *cacería de brujas: en realidad por el mero hecho de que alguien vaya ganando y a otros participantes no les parezca puede ser motivo para que se le reporte o se le suspenda su cuenta de juego por un determinado tiempo.*

De hecho, como afirma una de sus participantes (Jiménez, 2022) las mujeres son reconocidas o vistas por equipos profesionales. Generalmente se dan a conocer por sus streamings, la cantidad de seguidores en Facebook Gaming, *likes* y aun así no es muy seguro que sean las mejores jugadoras, ya que algunas se dan a destacar más por su apariencia o lamentablemente por la poca ropa que usen en sus videos directos.

Jiménez menciona que un ejemplo de lo anterior es la jugadora suplente que estuvo por una temporada con un equipo muy conocido de Latinoamérica llamado Rainbow 7, o R7. El rol que tomó como suplente mientras estuvo activa en R7 fue de support, sin embargo, su línea favorita para jugar es top. A finales de octubre de 2019, por la celebración del décimo aniversario de LoL, el canal oficial de Youtube de League of Legends Latinoamérica adscribió un video donde mostró la autobiografía de R7 explicada por la misma jugadora sobre su experiencia como *streamer* y jugadora profesional.

En dicho video se menciona que R7 llevaba aproximadamente seis años jugando LOL y haciendo diversos *streams*. Fue por medio de sus videos que a finales de 2018 el dueño de Rainbow 7 la contactó para poder plantearle la propuesta de ser la suplente del equipo. Ella aceptó, pero terminando la temporada de liga en Latinoamérica decidió renunciar por las siguientes cuestiones:

> *La verdad no me esperaba que se formara tanta polémica. No me gustó mucho el peso que se me dio respecto a que era la primera jugadora, esos títulos a mí me pesaban mucho porque, además de la carga que yo tenía personalmente por estar ahí, era la carga que me daba la gente, la expectativa que daba la gente en mí. Por eso para mí fue bastante difícil lidiar con eso* (Jiménez, 2022).

Otras jugadoras como Sophyre y Jiménez mencionan sobre los distintos retos y desafíos que plantea League of Legends *no solo en la región latinoamericana, más bien para el caso mexicano es todavía más complicado* (2022). En

ese sentido, es preciso entender que al tratarse de un sistema en donde nuestra región se ha subido con años de atraso con respecto a otros países como Corea, Japón, Canadá, Inglaterra, etc., el nivel de las y los jugadores suele ser distinto, y no pocos participantes prefieren hacer mancuerna con jugadores asiáticos antes que con latinoamericanos, pero ello no es determinante ni se puede generalizar al respecto, dado que existen otros factores de tipo visual, sobre todo en el caso de las mujeres que participan de este deporte electrónico.

Mucho tiene que ver la forma de plantearse a jugar, el atuendo y la forma de lucir, así como la nacionalidad, pero es el mismo nivel de juego que tengan ciertas jugadoras: *si no están ahí es porque les falta a ellas o a su equipo mejorar, ya que a ese torneo sólo llega lo mejor de lo mejor de ciertas regiones. Tienes que ser talla mundialista como esos equipos para poder llegar ahí.* (Jiménez, 2022). El nivel adquirido se demuestra con tácticas, con el liderazgo ejercido durante la partida de juego, así como con las distintas formas de lograr coordinar y hacerse entender dentro del juego, independientemente de la nacionalidad o el idioma.

El mundo deportivo de League of Legends no se perdonan fallos ni errores dentro de un equipo. Si alguien no logra comunicarse para hacer una buena mancuerna, las demás jugadoras le evidenciarán sus fallos y en el peor de los casos buscarán extirparle de su equipo para buscar a otra participante que reúna mejores capacidades expresivas y de presencia dentro del título de juego. Alguien que, según Homesick872, *tenga una mayor visión del juego hecho cuerpo. Que logre decir a otras mediante sus acciones cómo se juega y qué tan buena es en el campo de batalla del juego.*

Desafortunadamente, en este juego de video en particular no existe espacio para los aplausos o la motivación, ni las charlas que logren levantar el ánimo cuando vaya decayendo un participante o un equipo se encuentre desnivelado porque alguna de sus jugadoras no logra dar un rendimiento necesario para destacar y ganar partidas a escala mundial. Se trata de un deporte de alto rendimiento que necesita de un vasto conocimiento de la plataforma de juego, sus pautas de comunicación y las diferentes dinámicas y mecánicas que se pueden hacer para lograr la victoria.

La exigencia de este videojuego como *esport* en México, aún dentro de ligas universitarias como la UNAM, según Jiménez (2022), es semejante a la que ocurre con torneos a escala mundial, patrocinados por grandes firmas y con bolsas monetarias millonarias y meses de preparación para la elaboración de un torneo.

A pesar de no existir grandes capitales de por medio, en México los torneos eliminan a sus integrantes por igual, sin importar el género o la ideología que perciba ni la edad que tenga la o el jugador. Se debe estar preparada para *los mensajes de odio que reciben al convertirse en jugadoras destacadas,* o bien al no dar la talla dentro de un equipo. En cualquier caso, *a pesar de ello las mismas chicas quieren sentir la presión de querer formar parte de la comunidad de LOL* (Jiménez, 2022).

Por supuesto que otras jugadoras afirman que, si bien la selección y la exclusión de jugadoras se plantea principalmente por el grado de conocimiento y de interacciones efectivas entre participantes dentro del juego, también existen otros problemas socioculturales de por medio. ChaoEV9 afirma que *cuando ya es algo muy profesional y serio, no se encuentran muchos temas de machismo y esas cosas, porque las empresas de videojuegos cada vez con mayor frecuencia han ido fomentado la división de torneos femeninos y masculinos.*

De acuerdo con lo arriba mencionado, otro de los factores que se han manifestado por parte de las jugadoras profesionales de League of Legends estriba también en el hecho de que las mujeres, independientemente de las divisiones que se les plantean, tienen la obligación como atletas virtuales de:

> *Ir con la mentalidad de que tienen que participar contra quien se les ponga enfrente, no solamente contra mujeres. Aunque pienso que poco a poco se han animado un poquito más, porque ha habido algunos ejemplos que han podido motivarlas o simplemente el hecho de que quieran superarse a sí mismas, porque son competitivas, pero es algo que se está dando muy lento* (Jiménez, 2022).

Más allá de los discursos de odio e incendiarios que puedan existir en la plataforma de juego, League of Legends como deporte electrónico ha logrado cautivar la atención de millones de jugadores alrededor del mundo, y esto ha sido posible gracias, según ChaoEV9, a las diversas estrategias de juego, en donde la paciencia, las estratagemas y el lograr confundir a un rival es pieza clave. Si bien hay diversas formas de reventar a otros a través de insultos y ataques directos mediante la palabra oral o escrita, también es posible lograr cansar y derrotar mentalmente al contrario a través de una serie de suplantaciones o bien mediante tácticas totalmente desconocidas para el contrario.

Otras jugadoras como Homesick872 afirman que les gusta mucho comunicarse dentro de ese juego de video: *lo sé hacer bien y es donde mejor la paso.*

El grado de contacto con la plataforma de juego le ha permitido, según ella, aprender habilidades de comunicación digitales, lo cual es muy valioso en el mundo del videojuego como industria internacional, pero lo es más dentro de los deportes electrónicos, en donde espera hacerse de un renombre internacional pronto.

Dado que, como bien afirma Homesick872, tener un entrenamiento intensivo, y sus capacidades multitarea le han permitido tomar el liderazgo en los equipos con los que juega, y no tiene por qué esconder su nacionalidad o mostrar atributos físicos en pantalla, solamente confiar en sus capacidades como jugadora profesional. Estos atributos son esenciales para la comunicación interna dentro de una partida, pero lo son también para convertirse en pieza clave y comandar una ofensiva, logrando así destacar por sus capacidades organizacionales gracias a la comunicación dentro de la plataforma.

Conclusiones

Aunque la violencia verbal es uno de los principales factores que determinan la práctica dentro del juego League of Legends como deporte virtual, así como dentro de las plataformas de *streamers,* quienes transmiten partidas de este juego de video en canales y medios digitales especializados, en realidad las pautas de comunicación son cruciales para lograr permanecer dentro de esa plataforma y lograr un mayor éxito en una partida o bien dentro de un torneo.

A pesar de que existen las estrategias, trayectorias y movimientos que cada jugador lleva a cabo son elementos comunicantes en sí, capaces de decirle a sus compañeros las necesidades de juego que debe plantear su equipo, o bien sirven de advertencia para expresarse entre sí las tácticas y dinámicas de los contrincantes.

La existencia de marcas discursivas que evidencian odio, no se pueden asumir como incendiarias, si bien son factores presentes en sus prácticas, en realidad no se han ubicado como determinantes para las jugadoras profesionales de League of Legends, en cuanto a su presencia y participación en ese mundo deportivo. En ese sentido, debe seguirse trabajando por establecer si se trata de una cuestión de género o de otra índole sociocultural, dado que se trata de un deporte muy exigente y de alto rendimiento, cuyos públicos demandan un alto profesionalismo y una dedicación absoluta a sus atletas. Y dentro de cada

equipo hay una gran presión que da cuenta de la disciplina y rigurosidad de esta actividad.

Si bien existen múltiples mecanismos de comunicación ubicados dentro del mismo juego para llevar a cabo partidas de juego en óptimas condiciones, también es cierto que, a través de los testimonios aquí presentados, se ha viso que particularmente el mundo de juego de LOL es altamente competitivo y las fallas en cuanto a expresión, discursos verbales, visuales y coordinación como equipo son cruciales para estimar o desechar a un determinado jugador. Las capacidades de liderazgo estarán determinadas en buena medida precisamente por las pautas comunicativas que sus jugadores logran desarrollar dentro del juego de video.

Como se ha visto, los *streams* se vuelven fundamentales para el desarrollo de atletas virtuales en diferente medida, y son sus distintas formas de expresión dentro de estas plataformas de transmisión de contenidos de juegos de video en tiempo real los principales agentes para el impulso de su figura y popularidad, así como herramientas para el linchamiento y la crítica a su desempeño como atletas dentro del mundo de LOL.

LOL es una de los deportes electrónicos que está creciendo cada vez más en nuestro país. Es necesario seguir construyendo una serie de agendas desde la academia para ofrecer informaciones como las aquí presentadas, capaces de dar cuenta desde el interior de este deporte digital de las diferentes pautas de comunicación, participación, interacción, diálogo y discursivas que se establecen entre atletas, así como entre dichas figuras y las diferentes instancias que articulan a ese sector, patrocinadores y firmas comerciales, equipos, ligas, organizadores, etc.

A diario emergen más actores y figuras en el mundo de los *esports*, entre medios y plataformas digitales, quienes compiten también por acaparar públicos y audiencias a escala multinacional. Ante ese panorama se vuelve indispensable cuidar de las figuras clave de ese sector: sus videojugadores, quienes han dejado atrás su pasión por el juego digital como medio de esparcimiento para lograr obtener de ellos una carrera profesional, aspecto visto en la sociedad mexicana como algo impensable, por lo improductivo, solo diez años atrás. En ese sentido, se debe seguir trabajando por conocer más a fondo este mundo, desde aspectos como la sociología del deporte, la tecnocultura y la economía digital, hasta instancias esenciales para pensar las transformaciones del videojuego como industria creativa deportiva.

Referencias

Al Dafai, S. (2016). *Conventions within esports: Exploring Similarities in Design*. En Proceedings of the First International Joint Conference of DiGRA and FDG 2016, Dundee, Escocia, 1-15. Recuperado de http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/paper_249

Antón, M. y García, F. (2014). Deportes electrónicos. Una aproximación a las posibilidades comunicativas de un mercado emergente. *Questiones Publicitarias*, 1(19), 98-115.

Antón, M. (2018). *Los deportes electrónicos (esports): el espectáculo de las competiciones de videojuegos*. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid: Madrid.

Borowy, M. y Jin, D. (2013). Pioneering eSport: The Experience Economy and the Marketing of Early 1980s Arcade Gaming Contests. *International Journal of Communication*, 7, 2254-2274

Buitrago, R. (2020). E-sports: de la pueril recreación con videojuegos a la gamificación del deporte. *Journal of Physical Education and Human Movement*. Universidad de Málaga. 2. 1. Pp. 21-34.

Cabello, B. (2017). 2017, el año de los esports en México. *Periódico Milenio en línea*. Publicado el 30 de diciembre de 2017. URL: http://laaficion.milenio.com/masaficion/*esports*-mexico-torneos-juegos-electronicos-juegos-olimpicos-milenio-la-aficion_0_1093690937.html

Carrillo, J. (2015). La dimensión social de los videojuegos 'online': de las comunidades de jugadores a los 'e-sports'. *Revista Comunicación*. Nº5 (1), 39-51. Recuprado de https://bit.ly/2Wwue1R

Carrillo, J. (2016). De jugadores a espectadores. La construcción del espectáculo mediático en el contexto de los e-sports. En J. SánchezNavarro, A. Planells, V. Navarro y D. Aranda (Coords.), *Juego digital II*. Análisi. Quaderns de Comunicació i Cultura. 55, 1-16.

Casanova, J. (2017). *¿Qué son los deportes electrónicos?* AS Media. URL: https://as.com/*esports*/2016/09/16/portada/1473981525_248613.html

García, S. y Giner, A. (2018). *El gran libro de los esports*. Edición 2018. Barcelona. Editorial Montena.

Jiménez, A. (2022). *Ausencia de jugadoras mexicanas en la Liga Profesional de League of Legends*. Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México.

Rodríguez, P. (2017). *Esports, de la pantalla a los estadios*. Madrid, España: Fundación Telefónica.

Roncero, M. (2019). *Los deportes electrónicos (esports): el espectáculo de las competiciones de videojuegos*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. España.

Seo, Y. (2013). Electronic Sports: A new marketing landscape of the experience economy. *Journal of Marketing Management*. 29 (1), 1542-1560.

Taylor, T. (2012). *Raising the stakes. esports and the professionalization of computer gaming*. Londres: The MIT Press.

CAPÍTULO 7

Capital social en comunidades de videojugadores en redes sociales digitales

Diego Gallardo Pérez

Introducción

Los videojuegos se encuentran más presentes que nunca. Han tomado su lugar como una forma de entretenimiento y dispersión que rara vez se puede encontrar en otro lado. Comenzaron siendo un juguete más para los jóvenes, sólo realizable en alguna consola, creada por compañías grandes y que apostaban al crecimiento de la industria. Poco a poco todo fue tomando forma, con avances técnicos (mejorando el hardware y las mecánicas de juego), expansión de públicos y superando prejuicios sobre su uso.

Esto se puede confirmar con el estudio de la firma The Competitive Intelligence Unit, en el 2020, quien reportó un incremento de jugadores del 5.5% en México, en contraste con el 2019. Terminando con una nada despreciable cantidad de 72.3 millones de videojugadores en dicho país. En el ámbito económico también hubo un incremento respecto al 2019, pues se sostiene que hubo un crecimiento de 4.4% que representa ganancias de 32.229 millones de pesos en México.

En medio de estos campos, el de los videojuegos, su expansión económica y social, junto con la adaptación de nuevos dispositivos y medios, se encuentran los juegos de video propios de dispositivos móviles. Una industria que se ve en aumento, rebasando a los videojuegos de consolas o computadora. Es lo que podemos ver también en el reporte titulado *Industria de Videojuegos en México en 2020*. Después de considerar los 72.3 millones de gamers que hay en México, la firma concluyó que son el 75% de esta población la que se conecta desde un teléfono o smartphone.

Pero no es sólo en números que se puede entrever la gran importancia de los juegos de video. David Cuenca sostiene que dentro de ellos puede verse un replanteamiento de las normas sociales y culturales (2013). Es más, ve a este objeto de estudio, como un medio de comunicación, aunque también como medio de información. Habla de su narrativa y los roles que toma el jugador dentro de las historias que se desarrollan, de su facultad alfabetizadora y del espacio cognitivo. Es decir, hablamos que la experiencia del videojugador dentro de la interfaz del videojuego no sólo es con el objetivo de jugar.

Los juegos de video permiten a sus *gamers* estrechar vínculos sociales que ayudan a redes de intercambio de información y conocimiento. Jugar no sólo es jugar, sino entender todos los procesos que se desarrollan alrededor del juego. Las relaciones, las discusiones, el intercambio y la identidad. (Aranda-Navarro, 2009).

Este capítulo estudia dichos vínculos. En este caso, cómo es que el juego con su capacidad lúdica se vuelve algo más para los *gamers*, acabando incluso por crear capital social. Desembocando en organizar un grupo y reconocerse, poseer rasgos como la confianza, el compromiso y redes.

Es cierto que la idea del capital social nace de manera intuitiva, sin ser definida con alguna precisión (Vargas, 2002). Pero a lo largo de diversos autores, tales como Bourdieu, Coleman, Putnam, Robinson y Ritchie, se han repetido rasgos o características que constituyen el capital social, dejando, a su vez, la facilidad para reconocer dicho concepto.

El interés de encontrar capital social en un videojuego, deviene de una sociedad que emigró a lo digital, lo hizo al invertir tiempo, crear vínculos e incluso, hacer representaciones de sí mismos ahí, como en los juegos de rol o en los famosos avatares de plataformas sociodigitales.

En el 2020, la pandemia azotó el mundo, y aunque no es la primera vez que ocurre, esta situación fue distinta gracias al internet. No sólo con los videojuegos, si no con la capacidad de comunicación, en donde sí, estábamos encerrados, pero no incomunicados y la única forma de estrechar vínculos era a través de un smartphone, laptop o dispositivo con acceso a la web.

El capital social

Todos en algún momento hemos escuchado de la importancia que tiene el relacionarnos con tal o cual círculo, de ello depende nuestra evolución como

personas, además de la adquisición de bienes, ya sean individuales o colectivos. Las investigaciones que existen hablan del compromiso cívico o moral, capital social y los beneficios de trabajar en comunidad para alcanzar un objetivo.

Aunque no fue el primero en hablar del capital social, Pierre Bourdieu, como ya dije antes, fue uno de los principales autores que desde los años setenta procuró definir este concepto en el texto *The forms of capital*, de 1985. Hablando del capital social como "el agregado de los potenciales o actuales recursos que están relacionados con la posesión de una red perdurable de relaciones, más o menos institucionalizadas, de conocimiento y reconocimiento mutuo, que le brinda a cada uno de los miembros el respaldo del capital socialmente adquirido […]". (Bourdieu, 1985).

Es decir que, según Bourdieu, el capital social son los recursos que encontramos en las redes que creamos, al establecer relaciones con diferentes personas. Estas redes se conocen institucionalizadas y fungen como respaldo a todas aquellas personas suscritas a la red en cuestión.

El capital social es un término que hasta hoy día es debatido y teorizado. Muchos autores han contribuido con diversas explicaciones y análisis. Por ello me di a la tarea de presentar los componentes que yo considero más importantes a la hora de identificar al capital social, independientemente de los autores. Porque sí, esto es algo que los teóricos proponen definir a partir de sus diversos elementos. A continuación, les presentaré y explicaré brevemente cada uno de estos elementos, los que tomé en cuenta para crear una herramienta metodológica con el objetivo de reconocer al capital social en grupos de Facebook: simpatía, organizaciones, instituciones, confianza, bienes socioemocionales, bienes de valores de apego y redes.

Simpatía, considero a este término como el más importante a la hora de establecer un vínculo ya que la simpatía es "[…] una afinidad, empatía, asociación o relación entre personas o cosas donde lo que afecta a uno afecta al otro de forma similar". (Robinson y Ritchie, 2019, p. 35). Con este concepto podremos establecer desde un primer momento si la creación de capital social es posible, los autores Robinson y Ritchie, si bien no lo determinan como un componente de su paradigma, si la estipulan como una especie de requisito previo para la creación de relaciones.

Las organizaciones, por otro lado, son estructuras de apoyo creadas por personas que poseen una meta en común. Incluso "[…] la organización que ha sido creada para una serie de propósitos puede fomentar también otros, constituyendo así un capital social listo para usarse". (Coleman, 2011, p. 397).

Esto es determinante al momento de crear una red en la que las personas puedan intercambiar información, facilitar algunas estrategias o llegar a las metas establecidas.

Las instituciones, también entran en las categorías. Estas son, de acuerdo con Robinson y Ritchie, las reglas que se crean para regular los comportamientos y las externalidades. Estas pueden "[…] hacer posibles intercambios ordenados y significativos entre personas, definen los derechos de propiedad y responsabilidades, las libertades, las obligaciones y los privilegios, describen los requisitos de la pertenencia a las organizaciones […]". (Robinson y Ritchie, 2019, p. 138). Reglas no necesariamente formales que se han creado en los grupos de jugadores.

Otro de los conceptos a considerar es la confianza que nos expone Putnam. Está entendida como la capacidad de predicción en la conducta de un actor independiente a nosotros. Esta confianza deriva de que los participantes en una relación conozcan y sean conscientes de las repercusiones de sus comportamientos y elecciones.

Los otros dos conceptos que retomaremos son los Bienes Socioemocionales o BSE y los Bienes de Valor de Apego. Como recordatorio los BSE son "[…] expresiones humanas que validan y expresan preocupación o proporcionan información personalizada […] tienen valor porque satisfacen necesidades socioemocionales universales de autovaloración, auto respeto e información […]" (Robinson y Ritchie, 2019, p. 103). Mientras los BVA son bienes que, al ser intercambiados a través de una relación rica en BSE, adquiere un valor de apego. Comprobar si dentro del juego se ha creado algún tipo de bien, nos ayuda a identificar la creación de capital social.

Finalmente, el componente que considero es el que determinará la presencia de capital social en las comunidades de videojugadores; las redes. Estas, desde la visión de Putnam, Robinson y Ritchie son donde reside el capital social. "Las redes se forman cuando las personas comparten rasgos que las conectan entre sí […], las redes de personas cuyos miembros están conectados directa o indirectamente por el capital social" (Robinson y Ritchie, 2019, p. 155). Mientras que el paradigma del capital social lo define así, Putnam habla del compromiso cívico y cómo estas redes son las que demuestran la creación del capital en cuestión.

En este sentido, tanto la red de compromiso cívico de Robert Putnam como la red densa del paradigma del capital social, son redes horizontales, donde ninguno de los participantes se encuentra en una posición privilegiada, por

ello la comunicación y las transacciones son justas, permiten el intercambio de BSE y la confianza/cooperación es óptima.

Garena Free Fire

Es un videojuego tipo Battle Royale, que puede ser jugado individualmente, en dúos o escuadras de cuatro integrantes, en donde la premisa principal es recorrer por una isla —que cada cierto tiempo se hace más pequeña—, mientras eliminas oponentes con armas de fuego o armas blancas. Al final, el último que quede en pie gana.

El juego se encuentra tanto en Google Play Store como en App Store sin ningún costo, por ello y por el contenido básico gratuito se dice que este juego es *free to play* (videojuego gratuito). Sólo es para dispositivos móviles como tabletas o *smartphones*, esto determina que cualquiera con un teléfono inteligente e internet, puede acceder al juego, por lo que su mercado es muy grande.

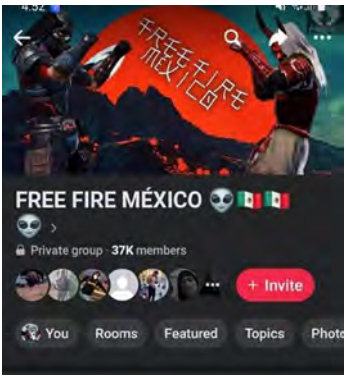
Garena Free Fire busca crear una experiencia social. Esto significa que el juego permite que los jugadores socialicen a lo largo de las partidas. Al tener una interfaz de micrófono abierto, mensajes de texto y emotes, se convierte a su vez en una plataforma que incita la comunicación entre participantes para alcanzar un objetivo.

¿Cómo se organiza la comunidad?

Las páginas en plataformas sociodigitales creadas por la comunidad de videojugadores contribuyen y nutren a la misma comunidad con noticias, información, eventos y creación de torneos amateurs. A continuación presento la página que considero es la más completa a la hora de permitir la comunicación entre participantes. Quiero recalcar que presentaré un grupo de Facebook, ya que estos son los que facilitan una red horizontal, a diferencia de YouTube, Instagram o Twitter. Esto concluí después de una exhaustiva observación.

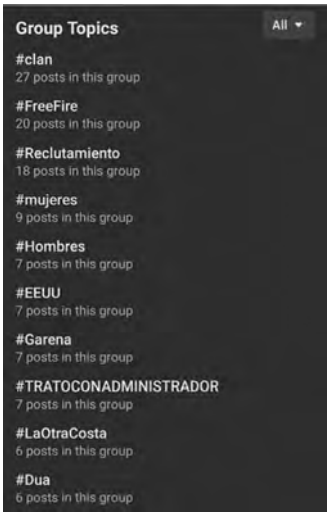
El grupo de Facebook: *FREE FIRE MÉXICO* 👀 *MXMX* 👀 , posee 37 mil miembros, con interacciones no sólo diario, sino a todas horas. Entre los posts que podemos encontrar, existen reclutamiento de miembros para clanes, personas que buscan clan o con quién jugar, promoción de creadores de contenido o torneos.

Figura 1
Página de inicio de grupo de Facebook *FREE FIRE MÉXICO* 👀 *MXMX* 👀 sobre el videojuego *Garena* Free Fire.



Fuente: Tomado de inicio Grupo *FREE FIRE MÉXICO* 👀 *MXMX* 👀 (Facebook), por Grupo *Free Fire México*, 2021. https://www.facebook.com/groups/744629252266890

Figura 2
Tópicos o temas de grupo de Facebook *FREE FIRE MÉXICO* 👀 *MXMX* 👀 sobre el videojuego *Garena Free Fire*



Fuente: Tomado de inicio Grupo *FREE FIRE MÉXICO* 👀 *MXMX* 👀 (Facebook), por Grupo *Free Fire México*, 2021. https://www.facebook.com/groups/744629252266890

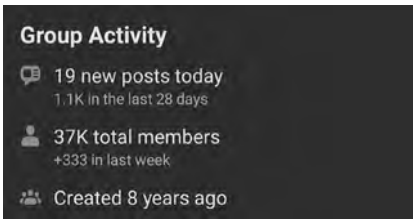
Como podemos ver los tópicos del grupo versan sobre todo en personas que reclutan para clanes o quienes buscan unirse a uno. Esto nos indica que una de las principales funciones de esta página es conectar a sus miembros para encontrar con quién poder jugar o por ende subir de rango.

Figura 3
Reglas del grupo de Facebook *FREE FIRE MÉXICO* 👀 *MXMX* 👀 sobre el videojuego *Garena Free Fire*

Fuente: Tomado de inicio Grupo *FREE FIRE MÉXICO* 👀 *MXMX* 👀 (Facebook), por Grupo *Free Fire México*, 2021. https://www.facebook.com/groups/744629252266890

Las reglas de este grupo se encuentran bien establecidas, tienen el objeto de amenizar y propiciar la convivencia entre los participantes, evitar el spam, promover el respeto y alejar a estafadores o personas con intenciones fuera de hacer crecer la comunidad. Usualmente los moderadores no hacen acto de presencia, pero el hecho de no encontrar peleas o estafadores sugiere un buen control de su parte.

Figura 4
Parámetros de actividad diaria del grupo de Facebook
FREE FIRE MÉXICO 👀 MXMX 👀* sobre el videojuego Garena *Free Fire



Fuente: Tomado de *Group Activity* Grupo *FREE FIRE MÉXICO 👀 MXMX 👀* (Facebook), por Grupo Free Fire México, 2021. https://www.facebook.com/groups/744629252266890

En la parte de la actividad diaria que puedes ver del grupo, notas la cantidad de nuevos posteos, el total de miembros y el año de creación. Durante la revisión constante del grupo se puede asegurar que este no tiene ni un día en el que no reciba publicaciones y respuestas por parte de la comunidad.

¿Capital social para jugar?

Con el objetivo de descubrir la existencia o no existencia de capital social en comunidades de videojugadores, se buscó en sus redes sociodigitales. Esta parte del trabajo se basó en el análisis de contenido dentro de las publicaciones de un grupo no oficial en Facebook, ahí nuestro objeto de estudio. Mientras tanto, la herramienta, que se muestra al final de este apartado, fue construida con conceptos revisados en la parte de capital social.

El objeto de estudio en cuestión fue el grupo de Facebook no oficial de *Garena Free Fire*: *FREE FIRE MÉXICO* (cara de alien, bandera, bandera, cara de alien) o *FREE FIRE MÉXICO* 👀 *MXMX* 👀 . Esta última distinción en el nombre la hago ya que los emoticones de bandera sólo aparecen al revisar la página en un dispositivo móvil, las banderas cambian al "MXMX" al acceder a través de una laptop o PC.

A continuación, el por qué considero que esta comunidad en específico funcionó para la realización del estudio:

- Los grupos en la red social Facebook son los que mayor capacidad de interacción permiten entre sus miembros.
- Este es uno de los grupos con mayor cantidad de miembros en México, 37.9 mil miembros.
- Su actividad y capacidad de respuesta en las publicaciones es mayor que en otros grupos sean oficiales o no oficiales.
- Los administradores establecen reglas específicas que permiten la convivencia sana y regulada, no obstante, no abusan de la censura o de su prioridad para sacar ventaja como en otros grupos.
- Este grupo lleva ocho años (desde el 2014), es decir que es una página exitosa.
- Es la comunidad la que ayuda a la comunidad.
- Usualmente son los miembros quienes aclaran su nacionalidad ya que reclutan para el servidor de Latinoamérica o Norteamérica.

Las muestras, en este caso, fueron las publicaciones de los miembros del grupo con más respuestas por parte de otros integrantes (no cuentan los likes o las reacciones, sino las conversaciones realizadas). Se consideró que treinta publicaciones son más que adecuadas, ya que representan una muestra considerable de las interacciones entre los miembros del grupo.

Esas treinta publicaciones son las que se observaron con una mayor afluencia durante los últimos tres meses (del 1 noviembre del 2021 al 31 enero del 2022). Se priorizó analizar el mismo número de publicaciones en cada mes, es decir, diez en noviembre, diez en diciembre y diez en enero. La recopilación de datos terminó el 15 de febrero del 2022.

Dimensión relacional:

Figura 5

Tipo de respuesta: Formal o informal (Simpatía).	
Organización para eventos, torneos o actividades en equipo (clanes). (Organizaciones).	
Creación de reglas o normas para la convivencia o durante el juego. (Instituciones).	
Predicción de conducta dentro del juego o en el grupo de Facebook. (Confianza).	
Comentarios que validan, expresan preocupación o brindan información personalizada. (BSE).	
Bienes tangibles o intangibles para o del juego. (BVA).	
Establecimiento de amistades o relaciones más allá del grupo y el juego. (Redes).	

Fuente: Elaboración propia.

Resultados

En las figuras 6 y 7 se pueden ver un desglose en porcentajes de los resultados de la investigación de campo. Comenzando con la **Figura 6** en el apartado de Dimensión Relacional (es decir la relación que hay entre los conceptos buscados y los encontrados), vemos una clara inclinación del 100% en un tipo de respuesta informal, lo que determina una capacidad de comunicación horizontal y simpatía.

En *Organización para eventos, torneos o actividades en equipo (clanes),* en el 87% de las publicaciones, se ven miembros del grupo dispuestos a organizarse,

ya sea para crear gremios, ingresar a torneos o realizar actividades que requieren a otras personas.

En el apartado que deja ver la existencia de instituciones es decir en *Creación de reglas o normas para la convivencia o durante el juego,* el 77% de las publicaciones poseen comentarios o aclaraciones en donde las reglas son fundamentales para la convivencia dentro del juego o al ingresar a un clan. Las instituciones se encuentran presentes en todas ellas. Horarios, reglas de convivencia, la exigencia de entrar a un grupo de mensajes o cambiarse de nombre, son las normas que mayormente se pueden apreciar.

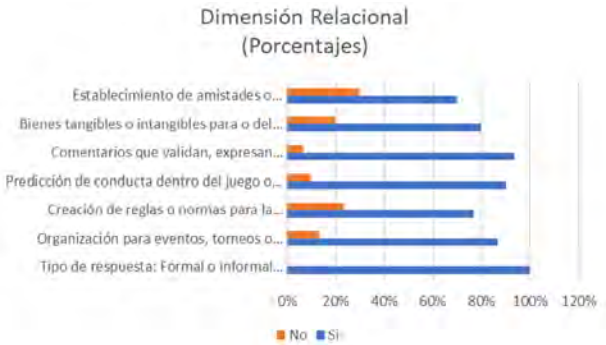
Al crear instituciones o reglas, se puede determinar la predicción de conducta dentro del juego, por ende, la presencia de confianza. De hecho, el 90% de las publicaciones poseen dicho rasgo, también porque hay conversaciones en las que no necesariamente existen instituciones, pero sí peticiones de ciertos tipos de conducta, que decantan en la confianza de dicho comportamiento.

En el apartado de *Comentarios que validan, expresan preocupación o brindan información personalizada (BSE)* dentro de las publicaciones, podemos encontrar una presencia de este rasgo en un 93%. Si revisamos dichas publicaciones, nos daremos cuenta de que son los bienes socioemocionales que brindan información personalizada los que más abundan. Cuando existe consenso por ambas partes, vemos la presencia de BSE que validan, es decir, que dan su consentimiento a un acuerdo, al ingreso a un clan o la correspondencia de amistad.

Por su parte, los bienes de valor de apego o BVA pueden aparecer de forma tangible o intangible. En el caso de las publicaciones, debido a su naturaleza, el bien de valor de apego puede entenderse como la pertenencia a un clan, el tener una bandera, algo a qué pertenecer. Este bien se encuentra en publicaciones de ingresos a clan o en el establecimiento de una amistad que puede brindar dichos bienes en un futuro. Sin embargo, dicho atributo aparece en un 80% de las publicaciones y en su mayoría debe de estar presidido por una relación con BSE.

Finalmente, en el apartado *Establecimiento de amistades o relaciones más allá del grupo y el juego* —que es la parte que confirma la creación de capital social a través de la creación de redes—, podemos encontrar una presencia en las conversaciones de un 70%. La propia naturaleza de las publicaciones, sobre todo en las que se buscan personas con las que jugar o con la idea de ingresar a un clan, permite que estas redes sean posibles.

Figura 6
Tabla de resultados Dimensión Relacional en el grupo de Facebook.



Fuente: Elaboración propia.

Cuando se habla de la "naturaleza de la publicación", me refiero a los tópicos, es decir, de qué se habla en las publicaciones. Eso se puede ver en la tabla de resultados de *Dimensión Cognitiva*. La conclusión de la investigación sugiere una variedad de seis temas comunes en el grupo de Facebook. Dichos tópicos pueden o no aparecer en la misma publicación, incluso si es tema principal no es sobre ello.

De las 30 publicaciones más comentadas en los meses de diciembre del 2021, noviembre del 2021 y enero del 2022, sólo un 20% tenía por lo menos un comentario sobre una cuenta en venta o alguien ofreciéndose a comprar una.

Sólo el 13% de las publicaciones posee información sobre el juego. Como una en la que se pregunta si es cierto un rumor de que el juego sería cancelado, u otro en donde la publicadora pregunta sobre una actualización en curso. Sin embargo, al tener vías de comunicación oficial, por parte del equipo de Garena Free Fire, las publicaciones que buscan información no son regulares o por lo menos, pasan desapercibidas.

El 30% de las publicaciones poseen comentarios que no tienen nada que ver con Free Fire. Una de las que más participación tuvo, fue la de un miembro que pedía ayuda para calificar mal un juego en Google Play Store, sin embargo, los temas fuera de Free Fire no son muy usuales o por lo menos no hay personas que les presten atención.

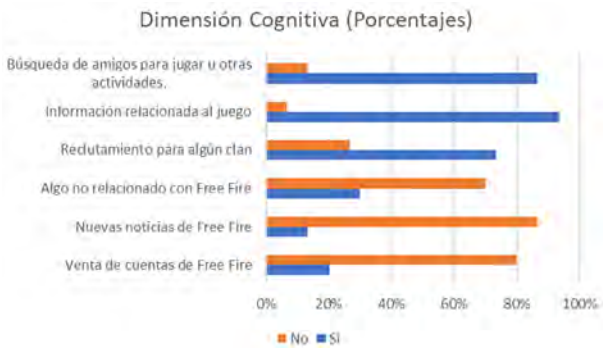
El 73% de las publicaciones, tiene comentarios en los que se buscaba reclutar gente para algún clan. En Free Fire, a pesar de poder jugar solo, se puede observar una preferencia clara, por lo menos en las conversaciones, de jugar

en equipos, gremios o clanes. El chat de voz y la capacidad de comunicación dentro del juego, es bien aprovechada por los gamers para crear lazos y jugar con personas en tiempo real.

En todas las publicaciones hay un 93% de presencia de información relacionada con el juego. Incluso en las conversaciones que no tienen nada que ver con Free Fire, siempre se encuentra una respuesta de alguien que incluye este juego como tópico.

Finalmente, el tópico de creación de redes con *Búsqueda de amigos para jugar u otras actividades*, tiene una presencia en las publicaciones del 87%. Es decir que más de la mitad de las conversaciones tienen como objeto encontrar personas con las que jugar o hacer algo más. La diferencia entre este rasgo y el de los clanes, es que la primicia va más allá del juego. Un clan es competitivo y posee reglas, mientras que la búsqueda de amigos para otras actividades no requiere el juego para suceder.

Figura 7
Tabla de resultados Dimensión Cognitiva en el grupo de Facebook.



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Aceptar la importancia de lo digital en la era moderna es imperante para comprender lo que pasará en un futuro. Todos los fenómenos que implican el acceso a la red deben ser estudiados a fondo, y esto es porque el internet se ha vuelto un espacio en el que muchas de las actividades que requerían la presencia física de los participantes, se han pasado para allá. A raíz de la cuarentena, resultado

de la pandemia en el 2020, esto se aceleró de sobremanera, tanto que sólo en México se estipularon leyes para el trabajo en casa o *home office*.

A continuación, mostraré apartado por apartado las conclusiones a las que llegué después del estudio del grupo de Facebook. Recordando que la aparición de cada concepto sólo reafirma la existencia de capital social en la comunidad de videojugadores de Free Fire.

Organizaciones

Las organizaciones según Coleman son creadas para perseguir una meta en común y lograr alcanzarla con mayor facilidad. Esta no sólo consigue socorrer a los miembros de la misma para una sola ambición, sino para varias, de ahí que las organizaciones sean claras representaciones de capital social que se encontrará lista para su uso (Coleman, 2011). En el grupo de Facebook, las organizaciones se pueden encontrar como clanes. Estas organizaciones no oficiales (en el caso no profesional), son creadas por los mismos jugadores para subir de rango en el juego, participar en torneos, conseguir amigos o información.

Asimismo, en la **Figura 7**, el 73% de las publicaciones, presentaban comentarios de personas buscando clanes o de clanes reclutando personas. De hecho, el tópico de la misma tabla: *Búsqueda de amigos,* aunque no directamente implica organizaciones con reglas y rangos, tiene una presencia en las publicaciones del 87%.

Con esto podemos determinar que dentro del grupo de Facebook *FREE FIRE MÉXICO 👀 MXMX 👀* hay una presencia de organizaciones para el videojuego Free Fire. De hecho, la recurrencia constante en las publicaciones sugiere que esto de organizarse, buscar clan y amigos, es importante para gran parte de la población. El juego, como vimos, es un *battle royale* que no necesita de equipos para funcionar; sin embargo las personas tienden a buscar organizaciones o redes de amistad que le beneficie a la hora de completar tareas o subir de rango.

Instituciones

En muchos de los casos donde se encontraron instituciones en las publicaciones, es decir, reglas que regulan el comportamiento y reducen externalidades,

estas eran fácilmente identificables gracias a las organizaciones (clanes), que ya contaban con normas previas. Recordemos que las instituciones según Robinson y Ritchie hacen posibles intercambios ordenados, delimitan los derechos de propiedad y responsabilidades, las libertades, las obligaciones y los privilegios e ilustran los requisitos de la pertenencia a las organizaciones. (Robinson y Ritchie, 2019).

En la **Figura 6** *Tabla de resultados Dimensión Relacional en el grupo de Facebook,* en el apartado: *Creación de reglas o normas para la convivencia o durante el juego,* el 77% de las publicaciones contaban con instituciones o reglas para la convivencia dentro y fuera del juego. Entre las reglas explicadas por los clanes podemos encontrar: que las personas que se agreguen a un clan sean activas en determinados horarios y días, que pertenezcan a una región en específico, el cambio de nombre con las iniciales del clan, asistir a eventos y torneos, usar Discord o alguna otra plataforma en la que se puedan comunicar de mejor manera y respetar a los otros miembros del clan.

Confianza

En este trabajo, la confianza, comprendida desde la visión de Robert Putnam, dice que esta es una predicción de conducta de un actor independiente, ajeno a nosotros (1993). Esta predicción, según el autor, se determina a través de las normas establecidas previamente, con ellas zanjamos tanto las ganancias como las sanciones al no cumplirlas. Las reglas son enseñadas y mantenidas por medio del ejemplo, la socialización y a través de castigos. (Putnam, 1993).

En nuestro instrumento metodológico establecimos la confianza a través de la misma creación de instituciones y pequeños comentarios que sugerían esta característica. Es decir, Putnam sostiene que la confianza se puede establecer a través de las mismas normas y su comprensión, gracias a ellas se regula el comportamiento y se dejan claras las ventajas y desventajas de no seguirlas, incluyendo los castigos o premios.

La presencia de rasgos de confianza en las publicaciones revisadas es del 90%, esto se debe a que los tópicos más populares fueron la búsqueda de miembros para un clan, la búsqueda de un clan y la búsqueda de amigos para jugar como se presentó en la **Figura 7**.

Bienes socioemocionales

Por otro lado, los bienes socioemocionales o BSE se pueden entender como expresiones por parte de las personas que validan, manifiestan alguna preocupación o brindan información a quien la solicita. Estas importan, porque satisfacen necesidades socioemocionales de información, autovaloración y autorrespeto. (Robinson y Ritchie, 2019.). Dichos bienes no son raros en nuestro entorno, pero pueden verse de forma más natural en relaciones con un copioso capital social.

Los BSE se pueden clasificar en tres: los que brindan información, los que validan y los que muestran preocupación. En el caso de la investigación, los BSE pueden ser encontrados en un 93% de todas las publicaciones. Esto determina que muchos de los miembros del grupo de Facebook, se encuentran dispuestos a establecer relaciones a través de creación de bienes socioemocionales.

Los BSE que expresan información se ven claramente en las respuestas que hay en todas las publicaciones, sobre todo, en las de búsqueda de amigos y clanes, en donde brindar información personalizada es clave para establecer una amistad. Lo mismo pasa con la validación, al buscar clan o amigos o al buscar reclutas, la validación se presenta al momento de aceptar crear un lazo para jugar Garena Free Fire.

Bienes de valores de apego

Mientras tanto, los bienes de valores de apego o BVA son bienes tangibles o intangibles que fueron intercambiados en relaciones ricas en bienes socioemocionales y por ende con capital social (Robinson y Ritchie, 2019). Podemos identificar un bien de valor de apego través de su capacidad para recrear emociones y recuerdos, así como por su valor agregado, gracias a las relaciones establecidas debido al bien o a través de él.

En caso de la investigación, los bienes de valores de apego pueden verse en el 80% de las publicaciones que posean BSE. Esto es, porque los bienes de valores de apego necesitan bienes socioemocionales para existir. Durante la investigación, los BVA que se presentaron de forma nítida fueron el ingreso a un clan o al pertenecer a un grupo. Este grupo o clan, puede entenderse como un BVA que evoca poder. “La creación de valor de apego hacia los

símbolos de regimientos militares generalmente produce solidaridad e incrementa el sacrificio".

Redes

Las redes son el lugar en donde se establece el capital social. (Robinson y Ritchie, 2019). Esta red tiene nodos (que serían las personas) y ramas (que serían las conexiones que crean los nodos a través de gustos y cosas en común). Estas redes se encontrarán en buena forma siempre y cuando los nodos compartan BSE y BVA a través de las conexiones. Durante la revisión de los autores, vimos que existen redes horizontales y verticales, las primeras son las más recomendables a la hora de establecer capital social, las segundas se dan sobre todo en situaciones jerárquicas y de servilismo.

Los pasos para la creación de una red serían: identificación de características similares, definición de jerarquías e instituciones, creación de valores e instituciones dentro de la red, para finalmente llegar al intercambio de BSE y BVA. Como se podrán dar cuenta, los tópicos que se establecen para la creación de redes, son prácticamente los mismos para establecer capital social.

En la investigación, la forma de corroborar la existencia de redes fue a través del apartado *Establecimiento de amistades o relaciones más allá del grupo y el juego,* de la **Figura 6**. Básicamente lo que se buscaba, era ver cómo las personas que comentaban por amistades o clanes terminaban creando relaciones más allá del grupo, esto podrían corroborarse si los participantes se comunicaban a través de otras redes, de forma personalizada, y que le permitiera un ingreso a otra red con nodos y conexiones establecidas por características comunes.

En la investigación, el 70% de las conversaciones presentaban una intención de los participantes por establecer sus conexiones más allá de la propia publicación o el mismo Garena Free Fire. Se podía entender esa intención gracias a que buscaban personalizar a través de otras redes privadas, o incluso a través del chat de Facebook. Las redes establecidas en las relaciones del videojuego Garena Free Fire son horizontales y así su capital social.

Finalmente, se puede asegurar que la época en donde se consideraba que los videojuegos te alejaban de la sociedad y te volvían incapaz de establecer conexiones con otras personas pasó, en este trabajo vimos cómo esto es mentira, por lo menos en los juegos multijugador, y que, al contrario, en algunos

casos los videojuegos se vuelven un catalizador que permite la creación de redes y capital social.

Referencias

Aranda, D., & Sánchez-Navarro, J. (2009). *Aprovecha el tiempo y juega, algunas claves para entender los videojuegos*. UOC Press. http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/28830/Section0002.xhtml?1620241962075

Bourdieu, P. (1985). *The forms of capital. In J.G. Richardson*. Handbook for Theory and Research for the Sociology of Education.

Coleman, J. (2011). *Fundamentos de la teoría social*. Centro de Investigaciones sociológicas. De https://books.google.com.mx/books?id=Hev3oZ1vqSkC&printsec=frontcover&dq=James+Coleman&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=James%20Coleman&f=false

Cuenca Orozco, D. (2013). *Uso de videojuegos para el replanteamiento de las normas sociales y culturales fuera de pantalla*. Ponencias Publicadas VII Encuentro Internacional ICOM 2013. Universidad de la Habana.

FREE FIRE MÉXICO MXMX. (s.f.). *Inicio [Página de Facebook]*. Facebook. Recuperado el 12 de diciembre del 2021 de https://www.facebook.com/groups/744629252266890

López Novelo, A. (2011). *La construcción del capital social en las redes sociales en internet: Discutamos México en Facebook*. [Tesis]. Universidad Nacional Autónoma de México.

Putnam, R. (1993). *Making democracy work*. Princeton University Press.

Robinson, L., & Ritchie, B. (2006). *El paradigma del capital social*. Libros de la Catarata.

The Competitive Intelligence Unit. (22 de marzo del 2021). *Industria de Videojuegos en México en 2020 — The CIU*. The CIU. Recuperado el 13 de marzo del 2021 de https://www.theciu.com/publicaciones-2/2021/3/22/industria-de-videojuegos-en-mxico-en-2020

Vargas, G. (2002). Hacia una teoría del capital social. *Revista de Economía Institucional*, *4(6)*, 71-108.

CAPÍTULO 8

Capital social y prácticas comunicativas en comunidades de *esports* en la ciudad de México: el caso de Super Smash Bros Melee

Emmanuel Galicia Martínez
Roberto Méndez Muñoz

Introducción

Los videojuegos en la actualidad representan una de las industrias más grandes del mundo. Tan sólo en 2022 se generó una derrama económica que se estima en 196.8 mil millones de dólares a nivel global (NewZoo, 2022). De esta manera, lo que en la década de los setenta parecía perfilarse como un nuevo medio de ocio y entretenimiento para niños y adolescentes, hoy en día se entiende como un complejo fenómeno que impacta a personas de diferentes edades y perfiles en todo el mundo.

Resulta relevante mencionar que en los últimos años los trabajos académicos que se han desarrollado para entender a los videojuegos han apuntado a dimensionarlos más que productos con fines lúdicos, y se exploran sus potencialidades en diferentes áreas sociales, como la educación, la publicidad, la difusión de noticias, la salud, etc. (Duke & Geurts, 2004; Fuchslocher et al., 2011; Hamari & Sjöblom, 2017; Lerner, 2014; Quintana & García, 2018; Uribe, 2014). A partir de estos estudios, surge el término *serious games* o "juegos serios" lo cuales son entendidos como videojuegos diseñados con un propósito formativo.

En ese sentido, el consumo y práctica de los videojuegos ha llegado a ser tan compleja y profesionalizante que una vertiente de los *serious games* son los *esports* o deportes electrónicos. Jugar videojuegos a nivel profesional se puede llegar a considerar un deporte y al igual que otras prácticas deportivas

(como el futbol soccer, futbol americano, atletismo, ajedrez, etc.), los videojuegos también involucran competiciones reguladas con ligas establecidas, equipos de jugadores, patrocinadores, entrenadores, entre otros elementos (Reitman et al., 2020).

Incluso, al igual que los deportes tradicionales, los *esports* son consumidos por gran número de personas y las audiencias se estiman igual o más grandes que los partidos de juegos tradicionales. Un ejemplo de esto es que en 2019 la final mundial del torneo Worlds de League of Legends (LoL) logró superar con 200 millones de personas la audiencia que vio la transmisión del Super Bowl, la cual se estima en 83 millones de espectadores (GrupoRPP, 2019).

Aunado a este fenómeno, las comunidades que se crean en torno al juego, transmisión y consumo de videojuegos crece diariamente de forma acelerada. Se estima que para el 2024, 519 millones de personas en el mundo sean consumidores habituales de algún *esport* (GamesIndustry, 2021).

Tomando en cuenta lo anterior, el objetivo del presente capítulo es explorar la forma en que las comunidades de videojugadores de *esports* se comunican y generan elementos relacionales valiosos (capitales sociales) para su desarrollo personal y profesional.

Para este fin, a lo largo del texto se genera un panorama sobre los *esports* y, posteriormente, se expone una base teórica para definir y las prácticas comunicativas y capital social. Ambos conceptos se consideran relevantes para dimensionar y entender la dinámica interna en las comunidades de videojugadores de *esports*.

En un segundo momento se aborda el caso de estudio de una comunidad de videojugadores de Smash Bros Melee, la cual fue abordada y analizada como parte de un proyecto de tesis titulado "Los videojuegos como generadores de capital social: la comunidad de Super Smash Bros Melee en la Ciudad de México" (Méndez, 2021).

Al final del trabajo, además de exponer los hallazgos más relevantes respecto al fenómeno abordado, también se presentan algunas reflexiones sobre el estudio de las comunidades de videojugadores en línea, la práctica y el consumo de los *esports*, así como las posibles líneas de investigación que se pueden considerar pertinentes para entender con mayor profundidad a la industria de los videojuegos y sus implicaciones sociales.

Prácticas comunicativas y capital social

Como se ha mencionado anteriormente, los *esports* son un fenómeno que desde sus inicios mantiene una relación intrínseca y directa con la creación de comunidades. El juego en equipo, así como el consumo de partidas por parte de las audiencias incentiva la formación de grupos que comparten cualidades y aspectos en común. De esta manera, los *esports* son considerados como espacios de encuentro social para los videojugadores.

En este sentido, y como se mencionó en un primer momento en la introducción del texto, la intención de este trabajo es explorar la forma en que las comunidades de videojugadores de *esports* se comunican y generan elementos relacionales valiosos (capitales sociales) para su desarrollo personal y profesional. Para esta labor, se recurre a dos conceptos que alcanzan a dimensionar dos aspectos relevantes en la dinámica relacional de los miembros de las comunidades en línea: prácticas comunicativas y capital social.

Por un lado, las prácticas comunicativas son entendidas como interacciones diversas mediante las cuales los individuos se expresan y se organizan en espacios y contextos determinados (Crovi, 2020). Como parte de un fenómeno de comunicación, la praxis comunicativa es el proceso básico para generar la socialización. En otras palabras, las prácticas comunicativas son "el vehículo que permite el aseguramiento de significados y que dota de un fundamento al llevarlos al campo de la práctica" (Cuenca, 2021: 368).

Bajo la perspectiva de la antropología simbólica, la cultura es entendida como un entramado de significaciones complejo (Geertz, 1996). Siguiendo esta línea, la comunicación y sus prácticas son los mecanismos mediante los cuales se generan, comparten y apropian significados. De acuerdo con Von Sprecher y Boito, "la comunicación permite y produce la puesta en práctica de este sistema significante (la cultura). La cultura cobra existencia en acción a través de las prácticas comunicacionales productoras de sentido" (Von Sprecher & Boito, 2010: 25-26).

Si bien las comunidades que se crean alrededor de la práctica de *esports* tiene principalmente un carácter lúdico, las prácticas comunicativas implicadas en dichos procesos de comunicación construyen y generan significados que permiten y articulan lógicas de socialización complejas. Es imposible disociar la relación entre la construcción de sentido y la implicación de otras

dimensiones sociales (no lúdicas) en procesos de comunicación. Valencia y Magallanes mencionan lo siguiente:

> Las prácticas de comunicación se insertan en el contexto de las prácticas sociales, apoyadas en las relaciones y las interacciones entre los sujetos, de tal manera que al hablar de cambio social, es necesario contemplar a los sujetos interpelados personal y socialmente desde las acciones y las prácticas comunicativas (Valencia & Magallanes, 2015: 22)

De esta forma, el resultado de las prácticas comunicativas conlleva el surgimiento de elementos relacionales interpersonales que trascienden los objetivos de ocio y entretenimiento. Lo que en un primer momento comienza por una interacción comunicativa basada en elementos en común sobre el videojuego y la práctica de *esports*, involucra consigo elementos simbólicos que construyen lazos y vínculos sociales entre los miembros de la comunidad. Siguiendo esta lógica, vale la pena preguntarse ¿cuáles son estos elementos en surgimiento? y ¿cuál es la utilidad del resultado de dichas prácticas comunicativas? Por lo tanto, es en este momento donde cobra relevancia el segundo concepto que se aborda en el presente trabajo: capital social.

De forma general, el capital social suele referirse a todos aquellos elementos no tangibles (recursos inmateriales) que se generan a partir de interacciones sociales que los individuos pueden emplear y utilizar en favor de alcanzar sus objetivos sociales. Generalmente las formas de capital social se asocian con los valores comunes, solidaridad, confianza y redes de apoyo mutuo entre miembros de una comunidad.

De acuerdo con Pierre Bourdieu, el capital social es una de las formas de capital que se puede encontrar en la sociedad. A lo largo de su obra, el autor realiza una distinción entre los diversos tipos de capital social, los cuales se exponen a continuación.

1) Capital económico – Se entiende como los bienes acumulados, como dinero, bienes inmobiliarios y que pueden ser intercambiados con la finalidad de adquirir otras formas de capital (Bourdieu, 1973).
2) Capital cultural – Es el tipo de recursos que pueden tener relación con la adquisición de conocimiento y habilidades obtenidas a través de la educación académica, familiar y social (capital social incorporado); (Bourdieu, 1987: 12); con objetos materiales como obras de

arte, instrumentos, documentos, etc. que son valorados con una distinción cultural (capital cultural objetivado) (Bourdieu, 1987: 13); y con reconocimientos, certificados, títulos y grados que otorgan instituciones con valor cultural como las universidades (capital social institucionalizado) (Bourdieu, 1987: 14-15).

3) Capital simbólico – Se entiende como el nivel de prestigio que una persona adquiere ante cortos grupos sociales. Para Bourdieu, el capital simbólico se relaciona con el honor o respeto. Este tipo de capital se adquiere a través de la acumulación de los anteriores tipos de capital descrito (Bourdieu, 1984).
4) Capital social – El autor lo dimensiona como las potencialidades de cooperación que se generan a través de los vínculos y los contactos entre las personas. Se define de la siguiente manera:

> Conjunto de los recursos actuales o potenciales que están ligados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de interconocimiento y de inter-reconocimiento; o, en otros términos, a la pertenencia a un grupo, como conjunto de agentes que no sólo están dotados de propiedades comunes (susceptibles de ser percibidas por el observador, por los otros o por ellos mismos), sino que también están unidos por lazos permanentes y útiles" (Bourdieu, 1980: 2).

Para Bourdieu, el capital social es una forma de capital que permite la adquisición de los demás tipos de capitales y resulta de gran relevancia para los individuos, puesto que se genera a lo largo de su vida social y este depende de los grupos a los que pertenece. Asimismo, dicha pertenencia a un grupo social y la potencialidad de acceso a los recursos de los miembros supone una relación de reciprocidad, responsabilidad, cumplimiento de obligaciones y acceso mutuo a capitales individuales.

Es importante mencionar que aunque Bourdieu delinea socialmente el concepto de capital social, otros autores como Coleman, Putnam y Fukuyama aportan aspectos y matices teóricos que logran dimensionar de forma más clara.

Por ejemplo, Coleman enfatiza la importancia de las estructuras sociales y distingue elementos relevantes en la generación de capital social, como compromisos, confiabilidad, expectativas, normas, sanciones, tipos de organización, etc. (Coleman, 2001).

La propuesta de Putnam relaciona el capital social con el surgimiento de valores como la confianza y la reciprocidad, así como el actuar de forma coordinada entre los miembros de una comunidad (Putnam, 1993).

Por otro lado, Fukuyama pone el acento en el papel de la confianza para la construcción de redes sociales estables y duraderas. Asimismo, este autor relaciona al capital social con la cultura, pues el capital social sólo se puede crear y transmitir comediante mecanismos culturales, como la religión, la tradición o los hábitos históricos (Fukuyama, 1996); por ende, el capital social se genera a partir de las prácticas comunicativas y la creación de sentido.

Como se puede observar, el concepto de Capital Social se refiere de forma general a los elementos y recursos sociales que surgen a partir de la relación entre personas; estos generalmente se orientan al cumplimiento de objetivos en común y la cooperación con base en valores, confianza, reciprocidad, organizaciones y disposición común de capitales individuales. Vale la pena mencionar que Alejandro López Novelo en su tesis doctoral (2011) realiza una categorización del capital social en tres dimensiones:

1. Dimensión estructural – Forma en que los integrantes de una comunidad establecen y organizan sus relaciones.
2. Dimensión relacional – Se entiende como la convivencia y los vínculos que los integrantes de una comunidad desarrollan a partir del grado de confianza que tienen.
3. Dimensión cognitiva – Definida como el "interés común o la actitud de los miembros de una red de querer compartir sus conocimientos dentro de una organización, basados en un principio de confianza mutua" (López Novelo, 2011: 131).

Como se puede observar, las prácticas comunicativas y el capital social son dos conceptos intrínsecamente relacionados. Por un lado, las prácticas comunicativas son las acciones a través de las cuales se establecen el sentido y significados en común, a partir de las cuales se generan vínculos sociales y surgen elementos y recursos intangibles de colaboración entre los participantes de una comunidad.

De esta forma, para entender la dinámica relacional dentro de una comunidad, es pertinente voltear la mirada a la forma en que los integrantes se comunican y los elementos relacionales y de cooperación que surgen.

Dentro del presente capítulo se abordará el caso de estudio de Super Smash Bros Melee en la Ciudad de México, pero para llegar a ello, en el siguiente

apartado se exponen algunas especificaciones metodológicas que se siguieron para su análisis.

Metodología

Como se mencionó en el apartado anterior, las categorías de análisis para el capital social son las siguientes: estructural (establecimiento de relaciones que tienen valor para otros), relacional (confianza e identificación entre los miembros de una red) y cognitiva (lenguaje y experiencia en común).

El análisis que se presenta en este texto se abordó desde un enfoque cualitativo, ya que es la que más se ajustaba a los objetivos principales. Los métodos cualitativos nos dan herramientas que nos permiten identificar este tipo de capital en las comunidades, pues "son las que enfatizan conocer la realidad desde una posición de insider, de captar el significado que a cada hecho atribuye su propio protagonista, y de contemplar estos elementos como piezas de un conjunto sistemático" (Olabuenaga, 2012, pág. 17).

Así es como se seleccionó a la etnografía como herramienta propia de este enfoque para la identificar la presencia de capital social, ya que es "la descripción de lo que una gente hace desde la perspectiva de la propia gente" (Restrepo, 2008, pág. 25). La labor etnográfica se apoya en distintas técnicas para una mayor comprensión, análisis y escritura de las actividades que hace un grupo de personas y lo que significa para ellas. En esta ocasión las técnicas utilizadas fueron la observación participante y la entrevista etnográfica.

Durante 4 años participó (2015 a 2019) dentro de las actividades de una comunidad de jugadores competitivos de *esports* de la Ciudad de México, para conocer desde adentro a sus miembros, historia, rituales, lenguaje, vestimenta, ideas, normas y reglas, medios de comunicación, problemáticas y retos a futuro.

Para obtener información adicional —y más específica sobre la comunidad—, se realizaron 5 entrevistas en profundidad a UtraNihil (organizador de torneos de Crispy Esports), Guldo (organizador de los torneos Smash Art Offline), Plastikmen (caster y jugador de la Ciudad de México), LEONMX (jugador de la Ciudad de México) y a SKATE.U (jugador de la Ciudad de México).

La comunidad seleccionada fue la de jugadores competitivos de Super Smash Bros Melee de la Ciudad de México debido a las características del juego que permiten la dualidad del juego físico y digital, lo que enriquece la experiencia de los miembros.

El caso de estudio Super Smash Bros. Melee

La compañía japonesa HAL Laboratory, *Second Party* del monstruo de la industria Nintendo, desarrolló un título que fue lanzado en 1999 para la consola Nintendo 64, que cambiaría para siempre el género de videojuegos de peleas.

A través de su historia, Nintendo destacó por el dominio del mercado de consolas caseras alrededor del mundo, esto debido al éxito de sus franquicias como Super Mario Bros, Donkey Kong, The Legend Of Zelda, Star Fox, F-Zero, entre otras. Esto le permitió juntar a diferentes personajes en un solo videojuego, permitiendo un alcance mucho mayor entre sus seguidores.

Los juegos de peleas tradicionales tienen como principales características el uso de una barra de vida, combates un personajes contra otro personaje, modo multijugador para dos personas y el uso de combinaciones complejas para hacer distintos movimientos.

Super Smash Bros destaca en el género por sus características particulares: el mayor crossover de personajes de distintas franquicias, puntuación basada en stocks, porcentajes, tiempo, stamina y monedas, hasta 8 jugadores en una solo partida, escenarios dinámicos, uso de ítems, entre otras.

El videojuego de Nintendo fue un éxito comercial con 5.9 millones de copias vendidas (Meristation, 2018) el cual cuenta actualmente con 6 títulos para sus diferentes consolas caseras y portátiles. Se han añadido otras características, como el juego en línea y la venta de paquetes de escenarios, peleadores adicionales y figuras con tecnología NFC.

Super Smash Bros Melee: Es la secuela del título original, lanzado en 2001 para la consola Nintendo Gamecube, al igual que su antecesor, fue todo un éxito y se convirtió en el videojuego más vendido del sistema. Incorporó nuevos personajes, escenarios, modos de juego y distintas características se modificaron, entre ellas, el peso de los personajes, la velocidad, los ataques y las defensas; haciéndolo un juego mucho más veloz que su antecesor. Durante el desarrollo del videojuego, se dejaron algunos huecos o errores en su programación que permitieron su uso dentro de los combates que serían descubiertos más adelante por los jugadores y que serían explotados para desarrollar todo un sistema de competencia.

En aquel entonces los videojuegos salían a la venta con estos errores, mismos que se iban corrigiendo con el lanzamiento de distintas versiones. Siendo la 1.02 la versión final del juego y la más popular en su uso dentro de los *esports*.

Algunas de las mecánicas son: Wavedash, Dash dance, L-cancel, Edge-cancel, Pummel, DI, Smash DI, Crouch cancel, Air Dodge, Spot Dodge, entre otras, que serían descubiertas por los jugadores profesionales.

Lo anterior permitió usar el videojuego de una manera muy distinta a la que su creador, Masahiro Sakurai, tenía en mente. Super Smash Bros sería uno de los muchos títulos que durante la década de los 2000 participó en las distintas ligas de competencias de videojuegos hasta llegar a ser parte del Evolution Series (EVO), el evento de *esports* de peleas más importante del mundo.

Al ser un videojuego con un modo multijugador local (sin juego online), la única forma en la que podía jugarse era de manera presencial, haciendo que el jugador tuviera que presentarse en un lugar físico para poder competir contra otra persona.

Los primeros torneos de Super Smash Bros Melee se llevarían a cabo en los sótanos de distintos barrios y colonias alrededor del mundo, pero sería en los Estados Unidos, donde se empezaría a formar la comunidad más importante de videojugadores profesionales del juego de peleas de Nintendo.

A partir de las páginas de internet con sus propias restricciones, los videojugadores de aquel entonces aprendían de los mejores jugadores imitando sus movimientos y practicando para poder utilizarlos en sus torneos locales. Esta característica es lo que permite el desarrollo de comunidades alrededor de Super Smash Bros Melee y su juego competitivo.

Hallazgos

A partir del lanzamiento de Super Smash Bros Melee en 2001, diferentes eventos relacionados con la cultura *geek*, como la expo La Mole, tenían dentro de su oferta de entretenimiento torneos de videojuegos para sus visitantes, y fueron estos los primeros eventos en donde los jugadores encontraron un espacio de encuentro para conocer a otras personas con sus mismos intereses.

Con el uso de las primeras páginas de internet de inicios de la década, a través de foros se compartía la experiencia de la comunidad de Estados Unidos, y al igual que esta, los jugadores de aquel entonces de la Ciudad de México se reunían en casas y pequeños lugares de renta de consolas de videojuegos por tiempo.

La historia de la comunidad y su crecimiento va de la mano también con el desarrollo tecnológico, la aparición de Youtube fue un parteaguas, ya que

permitió la expansión del juego como *esport* y sería a partir de los servicios de streaming como Twitch, que el seguimiento a los jugadores profesionales y la difusión de este *esport* atraería la atención de más personas en todo el mundo, y México no sería la excepción.

El año 2015 sería un parteaguas para la comunidad de la Ciudad de México, ya que fue el año en el que el mayor número de nuevos miembros se unirían y aparecieron nuevos espacios para el desarrollo de jugadores semiprofesionales y profesionales, además la aparición en el ojo público de MkLeo, el jugador más importante de Smash Bros en el mundo, el cual atraería la atención a toda la franquicia.

Nuevos espacios, torneos, organizadores, casters, servicios de streaming, jugadores que con la práctica y seguimiento de Super Smash Bros Melee como *esport*, llegaron a formar una comunidad donde el desarrollo personal y profesional se origina desde el interés de sus miembros para el beneficio de todos ello por igual.

Dimensión Estructural

La dinámica de la comunidad de Super Smash Bros Melee gira en torno a la práctica de este *esport*, que tiene como eje central la competencia entre jugadores. Para poder mejorar sus habilidades, los jugadores asisten a diferentes torneos que se organizan en la ciudad que tienen una estructura definida para su correcta ejecución y así garantizar a los asistentes el poder desenvolverse y compartir experiencias y conocimientos en torno al juego.

Un torneo, dependiendo el número de participantes, puede tener distintos formatos, pero todos terminan celebrando una ronda de eliminatorias directas hasta llegar a la final. En el caso de esta comunidad, se celebran torneos semanales, mensuales y anuales; siendo estos últimos los más importantes y con una mayor participación de jugadores de distintas partes del país. El más importante de ellos es Smash Factor, que se celebra en el estado de Puebla.

En un torneo se genera una red de personas que a partir de la colaboración mutua y con un mismo objetivo (características esenciales de la creación de redes de conexión del capital social) logran llevar a cabo una actividad en el que la comunidad obtiene acceso a recursos (conocimiento y experiencia sobre el juego) que de otra manera sería más complicado obtenerlos.

En los torneos participan organizadores (TO's), Casters, jugadores, servicios de streaming, así mismo se genera un *Power Ranking* (sistema de

clasificación de jugadores), que con el uso de las redes sociales por internet, permiten la estabilidad, motivación y evolución de esta comunidad para desarrollar a partir de ella actividades de interés común para sus integrantes.

Esta estructura se ha ido desarrollando con el tiempo y ha ido implementando el uso de nuevas tecnologías para hacer más accesibles la práctica de este *esport*, al mismo tiempo que busca su expansión atrayendo a más personas interesadas en formar parte de ellos.

Dimensión Relacional

La inversión que las personas hacen dentro de la red de conexiones, en especial en las propias personas, permiten el desarrollo de la confianza, elemento fundamental para la formación de capital social.

En la comunidad de Super Smash Bros Melee de la Ciudad de México, eso se puede ver a partir de las relaciones personales y sentimentales que sus miembros han ido desarrollando a partir del tiempo que han estado practicando y compitiendo juntos.

LEONX, miembro de la comunidad, menciona sobre los lazos personales "mejoras más teniendo más que no teniéndolos, si tienes amigos y estás mejorando con ellos, tú le dices: ah mira, es que te falla esto o trabaja en esto".

Lo anterior ha sido la pauta para que los propios jugadores por iniciativa propia y con el fin de aumentar la competencia dentro de la comunidad, han creado equipos deportivos, torneos y ligas competitivas que son ya de por sí un logro de la colaboración mutua.

Una de las formas más comunes de formar equipos es a partir de que sus integrantes comparten ciertas características en común, como puede ser pertenecer a una escuela, a un grupo social, compartir los mismos gustos y pasatiempos, una ideología similar o incluso por características del propio juego, como el utilizar a determinados personajes, estilos de juego similares o buena química como equipo.

El modo de juego más popular para competir dentro de Melee es el 1 vs 1, pero existe otro modo de juego que fomenta la cooperación entre dos personas para obtener resultados. Esta modalidad es el Team Doubles (equipos), que suele ser un evento por separado al principal y que también es común que se celebre en todos los torneos de la comunidad de la ciudad.

Algunos de los equipos más importantes formados en la historia de la comunidad son Smash Art Offline, Crispy Esports, Team KILLJOYSTICK y

Shffl Mx, donde a pesar de ser diferentes, comparten una misma estructura donde no existen jerarquías y es un apoyo de manera horizontal para mejorar la experiencia de cada miembro.

Esta misma confianza y cooperación ha permitido la creación de torneos y muchos de ellos han surgido de los mismos, de servicios de streaming e incluso en productos fuera de la comunidad, como lo es la Federación Mexicana de Deportes Electrónicos (FEMEX).

Es la confianza depositada en los propios miembros los que hacen de las redes de conexión más fuertes y débiles para la cooperación entre sus miembros. Que la creación de normas y reglas permitan el correcto desarrollo de la comunidad y el interés de sus miembros.

Dimensión Cognitiva

A partir de lo mencionado previamente, a través de los 21 años de la comunidad se ha ido desarrollando una narrativa compartida y un lenguaje o vocabulario particulares que son importantes para lograr los objetivos tanto individuales como colectivos de los miembros de la comunidad. Estos factores son parte de esta dimensión propuesta por Nahapiet y Goshal (1998) para el estudio del capital social.

Gracias a las mecánicas particulares de Super Smash Bros Melee, y su uso dentro de las competencias profesionales, se ha creado todo un lenguaje particular que los miembros de la comunidad utilizan y que les facilita entender el desarrollo de las partidas al igual que la difusión de las mismas en distintas plataformas de comunicación.

Gracias a la difusión de los eventos en línea, los acontecimientos de los principales torneos internacionales se han ido integrando al conocimiento colectivo de la comunidad y facilitan del mismo modo el aprendizaje e integración entre sus miembros.

No solo un lenguaje o vocabulario en específico son importantes para compartir e integrar el conocimiento y las prácticas en una comunidad, también una narrativa compartida que surge a partir de la experiencia y de la historia de la comunidad, ya que es a partir de ella que permiten a sus integrantes sentirse parte de un grupo y que les permita invertir elementos importantes para el desarrollo del capital social, como lo es la confianza.

Un lenguaje, una misma historia. La representación a partir de los jugadores más habilidosos, uniformes y un sentido de pertenencia generado a partir de la práctica de un videojuego competitivo que a pesar de su edad, se mantiene hoy en día como uno de los más importantes dentro de los circuitos más importantes de *esports*.

Conclusiones

Como se puede observar, las comunidades que se crean alrededor de la práctica de *esports* (en este caso, alrededor del videojuego Super Smash Bros Melee) son espacios en donde los integrantes generan relaciones sociales que les permite acumular nieves inmateriales y elementos relacionales que trascienden el aspecto lúdico.

Las prácticas comunicativas generadas al interior de estos espacios comienzan con puntos de encuentro y de interés marcados por el videojuego practicado, pero ya que toda relación social conlleva subjetividades distintas y cargas simbólicas personales, culturales y sociales, se logra alcanzar y construir significados en conjunto. La construcción común de significados puede llegar a decantar en el surgimiento de comunidades con organizaciones estructurales particulares, mecanismos de participación, disposición común de capitales particulares, lazos de confianza, cooperación, etc.

Si bien no todas las relaciones sociales que se establecen en este tipo de espacios resultan en el surgimiento de elementos de capital social, es relevante mencionar que el interés en común por un deporte electrónico (como el abrogado en este trabajo) puede ser un punto de encuentro para que individuos generen prácticas comunicativas y relaciones interpersonales.

Tomando en cuenta lo anterior, se puede apuntar que el acelerado cambio en las tecnologías sociodigitales de información y comunicación, así como el constante dinamismo social, abre nuevas interrogantes para responder desde las ciencias sociales y las ciencias de la comunicación. ¿Cómo se configuran las comunidades a través de las nuevas plataformas de comunicación ¿Cómo se integran los planos digitales y los físicos en la dinámica relacional y comunicativa de las comunidades? ¿De qué manera cambian o se mantienen las prácticas comunicativas a través de espacios sociodigitales? ¿Cuáles son los impactos de dichos procesos y medios de comunicación en la sociedad?

Asimismo, como se ha mencionado con anterioridad, la industria de los videojuegos sigue creciendo y cada vez más personas los consumen. Por su parte, los *esports* hace algunos años atrás se dimensionan como una industria emergente y como un negocio con un futuro prometedor pero desconocido; hoy en día se posicionan como fenómenos económico, social y político relevante, que involucra la creación y reconfiguración de espacios para la interacción social.

Sin duda alguna, el futuro depara retos sociales, ambientales y culturales relevantes, por lo que es importante mirar las posibilidades en fenómenos (como los videojuegos y los *esports*) que pueden llegar a ser lugares de encuentro y de creación de formas de capital social que conlleven al fin último de la comunicación y las ciencias sociales: poner en común subjetividades, realidades y mejorar la calidad de vida en sociedad.

Referencias

Bourdieu, P. (1973). Cultural Reproduction and Social Reproduction. En *Knowledge, Education, and Cultural Change* (pp. 71-112). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781351018142-3

Bourdieu, P. (1980). Le capital social. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, *31*(1), 2-3.

Bourdieu, P. (1984). El espacio social y la génesis de las clases. *Espacios*, *2*, 24-35.

Bourdieu, P. (1987). Los Tres Estados del Capital Cultural. *Sociológica (México)*, *2*(5), 11-17.

Brand, S. (1972). Rolling Stone. *Spacewar*, 18. Recuperado el 26 de Septiembre de 2019, de http://www.wheels.org/spacewar/stone/rolling_stone.html

Coleman, J. S. (2001). Capital social y creación de capital humano. *Zona abierta*, *94*, 47-81.

Crovi, D. (2020). *Para leer la apropiación digital: Una transformación de las prácticas culturales*. Tintable.

Cuenca, D. (2021). Videojuegos y prácticas comunicativas digitales. Rumbo a la construcción epistemológica del juego de video como medio de comunicación. En *Transformaciones mediáticas y comunicacionales en la era posdigital*. RIA Editorial.

DeMaria, R., & Wilson, J. (2004). *High Score! The Illustrated History of Electronic Games*. San Francisco: McGraw-Hill/Osborne.

Donovan, T. (2010). *REPLAY: The History of Video Games*. East Sussex: Yellow Ant.

Duke, R. D., & Geurts, J. L. A. (2004). *Policy games for strategic management: Pathways into the unknown*. Dutch University Press.

Fuchslocher, A., Niesenhaus, J., & Krämer, N. (2011). Serious games for health: An empirical study of the game "Balance" for teenagers with diabetes mellitus. *Entertainment Computing*, *2*(2), 97-101. https://doi.org/10.1016/j.entcom.2010.12.001

Fukuyama, F. (1996). *Confianza (Trust): Las virtudes sociales y la capacidad de generar prosperidad*. Editorial Atlántida.

GamesIndustry. (2021). *Worldwide esports viewership will grow to 519 million by 2024—Report*. GamesIndustry.Biz. https://www.gamesindustry.biz/worldwide-*esports*-viewership-will-grow-to-519-million-by-2024-report

Geertz, C. (1996). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.

GrupoRPP. (2019). *Final de League of Legends duplica en audiencia al Super Bowl*. RPP. https://rpp.pe/videojuegos/*esports*/final-de-league-of-legends-duplica-en-audiencia-al-super-bowl-noticia-1179341

Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is *esports* and why do people watch it? *Internet Research*, *27*. https://doi.org/10.1108/IntR-04-2016-0085

Kent, S.L. (2001). *The Ultimate History of Video Games*. New York: Three Rivers Press.

Lerner, J. (2014). *Making democracy fun: How game design can empower citizens and transform politics*. MIT Pres.

López Novelo, R. A. (2011). *La construccion del capital social en las redes sociales en internet: Discutamos México en facebook* [Universidad Nacional Autónoma de México]. https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/MRYTTLMGV-4424253F25CCS3T4KUU514AB75AE3L3CS1YY52JL6-25986?func=full-set-set&set_number=225177&set_entry=000001&format=999

Méndez, R. (2021). *Los videojuegos como generadores de capital social: La comunidad de Super Smash Bros Melee en la Ciudad de México*. Universidad Nacional Autónoma de México.

MeriStation. (14 de Diciembre de 2018). *Super Smash Bros en Números: evolución en ventas de toda la saga*. Obtenido de MeriStation: https://as.com/meristation/2018/12/13/reportajes/1544728015_427278.html

Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998) *Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage*. En The Academy of Management Review, Vol. 23, No. 2, pp. 242-266. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/228314367

NewZoo. (2022). *Newzoo's Global Games Market Report 2022*. NewZoo. https://newzoo.com/global-games-market-reports

Olabuenaga, J. I. (2012). *Metodología de Investigación Cualitativa*. Bilbao: Deusto.

Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press.

Quintana, Y., & García, O. (2018). *Serious games for health: Mejora tu salud jugando*.

Reitman, J. G., Anderson-Coto, M. J., Wu, M., Lee, J. S., & Steinkuehler, C. (2020). Esports Research: A Literature Review. *Games and Culture*, *15* (1), 32-50. https://doi.org/10.1177/1555412019840892

Restrepo, E. (2018). *Etnografía. Alcances, Técnicas y Éticas*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado el 28 de Noviembre de 2019, de https://www.researchgate.net/publication/327129214_Etnografia_alcances_tecnicas_y_eticas

Uribe, C. S. (2014). *Stand Up Management: El Poder Del Edutainment*. CreateSpace Independent Publishing Platform.

Valencia, J. C., & Magallanes, C. (2015). Prácticas comunicativas, creatividad y nuevos desafíos. *Universitas Humanística*, *81* (81). https://doi.org/10.11144/Javeriana.uh81.pccs

Von Sprecher, R., & Boito, M. (2010). *Comunicación y trabajo social*. Editorial Brujas. https://es.scribd.com/document/349194611/COMUNICACION-Y-TRABAJO-SOCIAL-von-Sprecher-Roberto-y-Boito-Maria-Eugenia

CAPÍTULO 9

El estilo de vida de las atletas profesionales y sus tensiones estructurales en los *esports*. Caso de estudio *Free Fire* en América Latina

Adolfo Gracia Vázquez
César Iza Castillo

Introducción

Los *esports*, la práctica competitiva de los videojuegos, se han convertido en uno de los focos de interés en la industria de los videojuegos, debido a las enormes audiencias que atraen y las ganancias que generan. De acuerdo con NewZoo, una firma de investigación de mercado especializada en videojuegos, los deportes electrónicos tuvieron una audiencia de 474 millones de personas en todo el mundo e ingresos de 1,084 millones de dólares en 2021 (NewZoo, 2021b). Así mismo, uno de los factores clave para comprender a los *esports*, es tener claro que estos son tan solo una de las piezas del ecosistema, donde los videojuegos y las comunidades creadas alrededor del streaming en vivo de videojuegos son esenciales para comprender este fenómeno. En este sentido, uno de los temas pendientes de investigar es el relativo al de la representación de las mujeres en todas las partes del ecosistema de los *esports*.

De acuerdo con NewZoo, de los 3 mil millones de jugadores en todo el mundo (NewZoo, 2021a), las mujeres representan alrededor del 46% de todos los entusiastas de los juegos (Bosman, 2019), es decir, juegan videojuegos y consumen contenido de video sobre videojuegos y deportes electrónicos. Incluso cuando las mujeres representan alrededor de la mitad de la población de videojugadores, las diferentes piezas del ecosistema de los videojuegos siguen siendo dominadas por los hombres. Por ejemplo, las protagonistas

femeninas solo aparecieron en el 6,2% de los videojuegos entre los años 2015 a 2019, mientras que en 2020 este número creció a tan solo 18% de los videojuegos (Sarkeesian, 2020). En tanto, un estudio publicado por 20 First's en 2020 que analizó a las 14 principales compañías de videojuegos en el mundo, encontró que de 144 ejecutivos, 121 son hombres y únicamente 23 son mujeres (2020).

Para continuar con esta tendencia en el ecosistema de los videojuegos, una revisión del área del streaming en vivo muestra que dentro de los 50 streamers más exitosos en la plataforma Twitch tan solo hay una mujer en el lugar 33, con un promedio de 8.675 espectadores en vivo; en tanto que el streamer masculino en el primer lugar promedia 61,013 espectadores en vivo (Streams Charts, 2022). En términos de ingresos a través de suscripciones activas en Twitch, el primer lugar es ocupado por un jugador profesional CS Go quien cuenta con 75,937 suscriptores activos y obtiene ingresos de entre 156,000 a 189,000 dólares al mes; en tanto, que la mujer con mayores ingresos tiene 12,655 suscriptores activos que le generan entre 11,341 y 34,412 dólares al mes.

Del mismo modo, incluso cuando hay evidencia clara de que las mujeres se desempeñan igual de bien que los hombres en los deportes electrónicos (Paaßen et al., 2017), y que ninguna liga importante de deportes electrónicos tiene una regla para segregar a los jugadores por género, estos siguen siendo dominados por hombres. Como Hao et. al. señalan: "similar al deporte tradicional, la amenaza del estereotipo de género existe en los deportes electrónicos y causa un desequilibrio de género significativo" (2020: 1). Un vistazo rápido a las numerosas ligas de deportes electrónicos muestra que la participación femenina como atletas profesionales es escasa. Según el sitio Esports Earnings que rastrea a través de información pública las ganancias de los atletas de *esports* enumera a la primera atleta femenina en el puesto 300, con una diferencia de 6.7 millones de dólares en ganancias, en comparación con el 1er lugar (Esports Earnings, 2022).

La necesidad de una diversidad de género visible en los videojuegos, los deportes electrónicos y el streaming en vivo de videojuegos ha sido señalada desde la industria (Valentine, 2018; FNATIC, 2021), y asociaciones como Women in Games se han creado con la visión de: "lograr que más mujeres participen en los videojuegos y los deportes electrónicos y que esto debe enmarcarse como una prioridad nacional, internacional y estratégica" (Women in Games, 2022). Los esfuerzos para una mayor representación de género

también se han realizado desde la academia, aun cuando existen pocos estudios al respecto, estos recalcan la necesidad de estudiar las experiencias de las mujeres y la representación femenina en los *esports*, así como la realización de estudios comparativos (Ruvalcaba et al., 2018; Tang et al., 2021). La representación de género en la industria de los videojuegos y en los deportes electrónicos sigue siendo un tema que necesita investigación y, como comenta Rogstad, "si la escena de los deportes electrónicos está alineada con los resultados dañinos de la masculinidad hegemónica, la industria se beneficiará de los análisis de cómo los deportes electrónicos afectan a los participantes para que sean más inclusivos" (2021: 15).

Marco teórico

Un *esport* puede entenderse como: "una forma de deporte donde los aspectos primarios del deporte son facilitados por sistemas electrónicos; las acciones de los jugadores y equipos, así como la salida del sistema de los *esports* están mediadas por interfaces humano-computadora" (Sjöblom & Hamari 2017, p. 5). Y al igual que los deportes tradicionales, los deportes electrónicos se refieren a un grupo de videojuegos diferentes que se pueden jugar competitivamente con las reglas específicas para torneos y ligas (Weiss, 2008; Weiss & Schiele, 2013), lo que significa que hay varias estructuras que juegan un papel en los deportes electrónicos, desde los desarrolladores de los videojuegos, equipos, ligas, emisoras y hasta asociaciones internacionales.

También es importante recordar que en los deportes electrónicos "la frontera entre los aficionados y los nuevos talentos profesionales en ascenso no es tan clara como en los deportes tradicionales, muchos jugadores regulares también pueden encontrarse jugando contra profesionales emergentes" (Taylor, 2012: 3837). Esto no solo significa que los jugadores pueden encontrarse y competir con jugadores profesionales en su vida diaria, sino que también implica que el talento profesional en ascenso es seleccionado por los equipos en las ligas abiertas a las que todos los videojugadores tienen acceso, y que el talento profesional a menudo entrena dentro de estas ligas.

Otro aspecto que vale la pena señalar es que la escena contemporánea de los deportes electrónicos, como menciona Taylor, tiene en su núcleo la combinación de transmisión en vivo y su capacidad para crear comunidades en torno a los deportes electrónicos con el valor de entretenimiento, que les aportó la

adopción de prácticas televisivas tradicionales" (Taylor, 2018:L. 140). En este sentido, los *esports* no solo deben entenderse como un nuevo tipo de entretenimiento (Kaytoue et al., 2012; Taylor, 2018); sino también, como otra forma en la que los gamers se involucran con los videojuegos que disfrutan.

Finalmente, la diversidad de videojuegos que compone la escena de los deportes electrónicos implica que varias subculturas se forman alrededor de los diferentes videojuegos (Hamari y Sjöblom, 2017) y todas estas prácticas diferentes están vinculadas a través de entendimientos, herramientas, habilidades, competencias compartidas (Seo & Jung, 2016, p. 649), simbolismos, rituales y valores que no solo se comparten en el videojuego, sino que también en las interacciones y participaciones en los streamings en vivo y en la práctica de ser espectador de deportes electrónicos.

Por lo tanto, es importante recordar que, al analizar los deportes electrónicos y las experiencias de los jugadores, no solo es necesario considerar los elementos estructurales que constituyen las ligas y los equipos; sino también tomar en cuenta el streaming en vivo y el videojuego. Esto ya que muchos de los videojugadores profesionales participan en streamings en vivo y entrenan en las versiones públicas de los videojuegos. Del mismo modo, es sustancial considerar que los *esports* y la cultura de los videojuegos están:

> […] profundamente ligados al género, la raza y la sexualidad, la identidad social y la comunidad, los modelos normativos y los complejos sistemas de regulación. Lo que a menudo se acordona como "simplemente ocio" o "diversión" es en realidad profundamente central y formativo en todas nuestras vidas cívicas y políticas (Taylor, 2018: 237).

Respecto a los estudios de género en los deportes electrónicos, Rogstad, a través de una revisión de literatura de 21 artículos, descubrió que el tema se ha estudiado principalmente desde tres perspectivas principales: acoso en línea, masculinidades en las experiencias de deportes electrónicos y género negociado (2021). La primera línea de investigación se centra en la frecuencia de los diferentes tipos de acoso en línea y las diferencias en la frecuencia con la que las jugadoras son blanco de este tipo de comportamiento comparada con los hombres; y cómo afecta esto la autopercepción de las videojugadoras. Por ejemplo, Ruvalcaba et al. encontraron que "los comentarios de acoso sexual dirigidos hacia las streamers femeninas se observaron 11% más que los dirigidos a los streamers masculinos (1.66% vs. 0.15%)" (2018, p. 307). Mientras

que Paaßen et al. señalaron "que la cultura de los videojuegos es activamente hostil hacia las mujeres en las esferas privada y profesional" (2017).

La segunda perspectiva se centra en la forma en que se construye la masculinidad en la cultura de los videojuegos y las consecuencias que tiene para el acceso de las mujeres a los espacios de juego profesionales y de ocio (Rogstad, 2021, p. 9). De acuerdo con Taylor, la construcción de la masculinidad en los deportes electrónicos y el *gaming* se crea mediante la negociación de la masculinidad atlética (vinculada a la hegemonía) y la masculinidad *geek* (que proporciona un medio para optar por no participar en el deporte y la cultura atlética) que está profundamente vinculada a la identidad de los jugadores y también funciona como una forma de negociar las masculinidades tradicionales (2012). Finalmente, el último tema de investigación se centra en cómo "las minorías, incluidas las jugadoras, se ven obligadas a encontrar formas de navegar y desempeñarse en los espacios y prácticas dominados por hombres, y hombres de los deportes electrónicos" (Rogstad, 2021: 10).

Para los jugadores de *esports*, el camino para convertirse en un jugador profesional es menos estructurado e implica no solo profesionalizar lo que era una actividad de entretenimiento, sino también navegar por "factores estructurales, redes de oportunidades y entrenamiento, formulaciones de identidad personal y legitimidad cultural, todos forman componentes centrales sobre los cuales se construye la capacidad de convertirse en un jugador profesional" (Taylor, 2012, L. 2726). Y para las mujeres, como hemos visto, esto implica problemas adicionales. De acuerdo con Taylor, las jugadoras profesionales se enfrentan a un doble desafío a la hora de construir su identidad como jugadoras, no solo sorteando el camino para crear una carrera para sostenerse, sino también haciéndolo como mujeres en una cultura que no tiene modelos a seguir para mujeres altamente competitivas, en comunidades violentas y agresivas, y tratando de negociar su pertenencia a la cultura *geek*, un área que generalmente no se asocia con la feminidad normativa (2012).

Hasta ahora hemos revisado cómo los jugadores de *esports* construyen sus identidades a través de la cultura *geek*, y que los jugadores profesionales deben negociar esta construcción de su propia identidad con diferentes componentes estructurales, que van desde compañeros de trabajo y familia hasta instituciones de *esports*, es decir, equipos, patrocinadores, ligas profesionales, etc. Y considerando que:

> "las niñas y las mujeres no solo se enfrentan a menudo a una batalla cuesta arriba cuando se trata de elegir los juegos de computadora como una identidad de ocio (por no mencionar profesional), sino que a menudo son marginadas en su acceso a las comunidades a través de las cuales podrían desarrollar su experiencia en juegos" (Taylor, 2012: L. 2564).

Este capítulo busca analizar la construcción de la identidad de las videojugadoras profesionales a través de la construcción de sus elecciones de estilo de vida. Que puede entenderse como "un conjunto más o menos integrado de prácticas que un individuo adopta, no solo porque tales prácticas satisfacen necesidades utilitarias, sino porque dan forma material a una narrativa particular de identidad propia" (Giddens, 1991: 81).

Por lo tanto, comprometerse con un estilo de vida, en este caso ser un videojugador profesional de *esports*, no solo implica la adopción de un conjunto de prácticas, simbolismos, rituales y valores, sino que también implica que se está influenciado por "las presiones grupales y la visibilidad de los modelos a seguir, así como por las circunstancias socioeconómicas" (Giddens, 1991, p. 82). Hacer que el proyecto de estilo de vida y la planificación de la vida estén vinculados a él no es solo 'estar en' —o constituyente de la vida cotidiana de los agentes sociales—, sino formar entornos institucionales que ayudan a dar forma a sus acciones" (Giddens, 1991: 85). Esto significa que el éxito, las oportunidades para hacer realidad un estilo de vida y crear una identidad a través de esta narrativa están moldeados por los entornos institucionales, que a menudo actúan como limitaciones para elegir un estilo de vida diferente.

Por lo tanto, este artículo estudia cómo el proyecto de estilo de vida de las videojugadoras profesionales se ve modificado o bloqueado por las tensiones producidas por la interacción con el entorno institucional de la comunidad de *esports*, sus equipos y sus pares. Entendiendo que estos actúan como instituciones estructurales que interactúan con las atletas femeninas a través de prácticas sociales, que pueden ser estudiadas a través de los elementos analíticos de su interacción a: dimensión comunicativa, moral y de poder; y por las estructuras que producen y reproducen las de significación, dominación y legitimación (Giddens, 2013). Estos pueden analizarse como sistemas de convenciones, recursos y normas comunicativas que interactúan y afectan la práctica diaria de las jugadoras profesionales de deportes electrónicos y, por lo tanto, tienen un efecto en sus elecciones de estilo de vida.

Metodología

A través de entrevistas semiestructuradas con atletas femeninas de *esports* que compiten en la escena de *esports* de Free Fire en América Latina y personas que operan en y alrededor del espacio, se busca comprender sus experiencias a través de las formas en que operan y existen dentro de este entorno institucional. Esta liga se analizó específicamente por varias razones, la principal de las cuales es que la región latinoamericana cuenta con 289 millones de jugadores, lo que representa el 10% de la población de jugadores en todo el mundo (NewZoo, 2021a). Además, el mercado mexicano de videojuegos es el doceavo más grande del mundo y de la población en línea alrededor del 65% de los hombres y el 60% de las mujeres juegan en dispositivos móviles (NewZoo, 2018).

Al considerar que las consolas de videojuegos han sido tradicionalmente un producto con barreras de entrada de género, los juegos móviles se destacan por su alta accesibilidad y facilidad de acceso, lo que en teoría debería ayudar a crear un panorama más diverso para las jugadoras. Como tal, un estudio sobre una escena emergente con una alta tasa de penetración potencial para las atletas femeninas justifica la investigación académica (Lien, 2013). Teniendo esto en cuenta, el análisis de las experiencias de las videojugadoras en un mercado emergente con una escena creciente es un escenario de notable interés para el estudio de este fenómeno.

Para analizar las experiencias antes mencionadas, se realizaron cinco entrevistas semiestructuradas con atletas femeninas, entrenadoras y compañeros de equipo masculinos que trabajan en la escena de los *esports* Free Fire en América Latina. La media de edad fue de 20.6 años, y los participantes provenían de cuatro países diferentes. Las entrevistas consistieron en ocho preguntas de identificación que incluían edad, sexo, país de residencia, ocupación, videojuegos jugados, tiempo jugando videojuegos y tiempo siendo profesional en la escena de los deportes electrónicos. Posteriormente, se realizaron doce preguntas abiertas que buscaban identificar prácticas, creencias y percepciones en el entorno de los deportes electrónicos, pertenecientes a los sistemas de convenciones, recursos y normas comunicativas.

Los participantes recibieron un descargo de responsabilidad de consentimiento que establecía que los participantes no serían identificados individualmente. Así, para mantener el anonimato, clasificamos a los entrevistados en grupos de “Participantes Masculinos” (MP) formados por tres entrevistados,

y de "Participantes Femeninas" (FP) formados por dos entrevistados. Esto se hace específicamente para proteger las identidades de las videojugadoras y entrenadoras, dado que hay muy pocas de ellas participando en la escena.

Resultados

El primer hallazgo interesante aparece al analizar la forma en que los participantes masculinos y femeninos se autoidentifican. Los primeros dos participantes se identificaron primero como estudiantes y luego como videojugadores profesionales, el otro se identificó como videojugador profesional, pero se aseguró de aclarar que pronto comenzaría su educación superior; sugiriendo que todavía existe un grado de vergüenza en la profesión u otras presiones relacionadas contrapuesto con lo que se espera de ellos, de acuerdo con las ideas predominantes de la masculinidad hegemónica. En tanto que las participantes femeninas se identificaron como profesionales en el campo de los *esports*. Sugiriendo que podría haber más presión para que las videojugadoras solidifiquen su identidad a través de su estilo de vida declarando su profesión, esto en concordancia con lo que Taylor sugiere que: "los desafíos de identidad, tanto personalmente como en cómo la familia y los compañeros entienden y legitiman la ubicación de uno, no son un asunto menor para las jugadoras profesionales" (Taylor, 2012: L. 2561).

Vale la pena señalar que todos los entrevistados declararon que han estado jugando videojuegos desde antes de los 10 años. Cuatro de los entrevistados indican que llegaron a la escena profesional de una manera fluida jugando con amigos o interactuando con la comunidad de videojugadores y participando en torneos. Solo el MP3 afirmó que convertirse en un jugador profesional "implica superar muchas pruebas y obstáculos en el juego, hay millones de personas que buscan lo mismo que tú" y agregó que "ha sido difícil honestamente, muy difícil, en los juegos tienes que darlo todo, ya sabes, practicar todos los días sin parar, de lunes a lunes, esto no es lo mismo que jugar, no hay tiempo para descansar". Vale la pena señalar que solo uno de los profesionales de la escena de los deportes electrónicos señaló las tensiones que surgen de convertir una actividad de ocio en una actividad profesional.

El análisis de las preguntas abiertas consistió en identificar las convenciones comunicativas tanto del lenguaje verbal como no verbal, así como las normas sociales y la aplicación de recursos institucionales que afectan la

participación femenina en los *esports*. Estos serán analizados con el fin de identificar los puntos de tensión entre las estructuras y las jugadoras profesionales, y cómo estos podrían limitar sus elecciones de estilo de vida.

Sistemas de convenciones comunicativas

Durante este análisis, las convenciones del lenguaje entran en juego, tanto lo verbal como no verbal. Cuando se les preguntó si las mujeres podían integrarse con éxito en un equipo y si el lenguaje y los métodos de comunicación empleados entre el equipo podrían ser un problema, la mayoría de los encuestados dieron respuestas similares. Para ellos, la integración sería perfecta por diversas razones, la principal es que todos en el equipo serían profesionales que conocían la forma correcta de interactuar con los demás. MP2, por ejemplo, declaró que "si ella es una profesional, entonces tiene que saber sobre el [mundo] profesional".

MP2 luego menciona que, si bien los diferentes métodos de comunicación pueden ser un problema en una conversación casual:

> Durante el juego, es muy diferente […] Una vez que estás jugando, es otra cosa, ¿sabes? Tienes que hablar sobre el juego". Sin embargo, continuó el punto afirmando que, si bien podrían estar hablando sobre el juego, la jugadora necesita "no sentirse incómoda, porque es normal, no se enojará, sabe cómo es. Cuando está en un partido, está en un partido, solo está hablando del juego. Si se equivocó, se equivocó, eso no importa, ve a continuación. Por eso creo que es difícil para ella enojarse con otro jugador.

Este punto se hizo en referencia al hecho de que el lenguaje empleado por los compañeros de equipo masculinos podría ser incómodo para la atleta; En su opinión, el juego es lo primero y el impacto del lenguaje siempre está en segundo lugar.

En una nota similar, varios de los entrevistados, como MP1, mencionaron que, si bien no les importaría personalmente tener una atleta femenina en su equipo, algunos de los miembros del equipo "usan un lenguaje fuerte y podría ser incómodo tratar a otra persona de manera diferente, y no a ella". Al elaborar este punto, se mencionó que mientras la mujer pudiera adaptarse a esta forma de comunicación, esto no sería un problema, colocando la carga

de la adaptación sobre la videojugadora. Esto, junto con los puntos mencionados por MP2 anteriormente, señalan un problema en el que la responsabilidad recae en las mujeres para encajar en las convenciones establecidas del lenguaje, que, aunque pueden ser ofensivas o incómodas, es una expectativa requerida para ser una videojugadora profesional.

Mientras tanto, la FP2 declaró que, aunque la integración de una atleta femenina en un equipo dominado por hombres estaría en su mayoría libre de problemas, esto requería que las mujeres participantes tuvieran una "mente abierta" para que puedan adaptarse a las relaciones interpersonales que ocurren dentro del equipo. Además, explicó que, en su opinión, las mujeres pueden ser más sensibles al uso de un lenguaje fuerte, las acciones podrían verse como insultantes y podrían ser perjudiciales para el juego, pero de manera similar concluyó que esto es muy raro de ver en el juego profesional.

En esta línea, podemos notar en la mayoría de los entrevistados que el patrón es que se espera que la comunicación entre equipos sea profesional y encaje dentro de una línea de comunicación establecida. Si bien la FP1 está de acuerdo con esto, afirmando que dentro de los equipos los compañeros de equipo masculinos tienden a ser de apoyo, el contexto adicional proporcionado por ella ilumina un punto significativo. En este caso, FP1 señaló que eran otros equipos los que insultaban a las mujeres, y que estos comentarios y lenguaje abusivo la afectaban emocionalmente, un tema sobre el que la mayoría de los demás encuestados no dieron más detalles. Hay una notable falta de responsabilidad cuando se trata de otros equipos: los compañeros de equipo pueden ser respetuosos y conscientes de las diferencias en el pensamiento y la comunicación, pero los equipos opuestos podrían no hacerlo.

Por otro lado, las formas no verbales de comunicación y significación, específicamente relacionadas con las características del juego, también se abordaron durante el proceso de entrevista. Los encuestados FP1 y FP2 mencionan un problema recurrente en el que los hombres dentro de la escena supuestamente pueden reconocer si un hombre o una mujer está jugando, basándose en señales visuales, lo que puede conducir al acoso cuando los hombres supuestamente identifican al videojugador como mujer sin importar si esto sea correcto o incorrecto. Esto toca un punto clave hecho por Rogstad, afirmando que:

> La supuesta superioridad fisiológica de los hombres sobre las mujeres en la que se basan la dominación masculina y el privilegio no es tan central para la naturaleza

> virtual de los *esports* como lo es en otros deportes. Sin embargo, las habilidades que solo son "masculinas" porque son virtuales, es decir, basadas en tradiciones establecidas desde hace mucho tiempo de dominio masculino sobre la cultura de los videojuegos, se han arraigado en el entorno de los deportes electrónicos. Por lo tanto, los deportes tradicionales y los deportes electrónicos vinculan discursivamente la masculinidad, el atletismo y la competencia de manera muy similar (2021: 15).

Existe cierta controversia entre los participantes sobre si esta diferencia de juego realmente existe o no. Según FP2, la diferencia en el juego es tan grande que: "en realidad, [los hombres] no juegan como las mujeres. Quiero decir, tienen un nivel que a veces es superior. Porque, bueno, los hombres lo tratan con un mayor nivel de madurez".

El modo final de comunicación no verbal se ve de manera similar en las diferencias en el juego, que los encuestados afirman se ve afectado por el género. El encuestado FP1 menciona que el videojugador masculino se considera "agresivo", mientras que otros, como MP1 y MP2, hacen especial hincapié en que el juego femenino es más "resistente", "coordinado" y "paciente", lo que ambos mencionan como una bendición para su nivel de juego. Sin embargo, no parecen equiparar el juego femenino con las mismas características que el de los hombres, características que otros consideran esenciales para el éxito en el juego profesional tal como está configurado actualmente.

Estas formas verbales y no verbales de comunicación dan información de la forma en que los participantes entienden la escena en la que participan y la relación percibida entre el género y el rendimiento del juego. Estos están profundamente arraigados en ideas de masculinidad hegemónica preconcebidas que luego han estructurado la forma en que ser mujer, o incluso percibido como tal, se convierte en un indicador de habilidad a pesar de que otros estudios han demostrado que este no es el caso (Paaßen et al., 2017).

Sistemas de normas sociales

De la mano con los puntos anteriores, hay una diferencia percibida de comportamiento entre los niveles de juego amateur y profesional. Anteriormente profundizamos en cómo los jugadores profesionales tienen un conjunto de comportamientos que se esperan de ellos, pero también debemos ver el nivel

amateur en conjunto para comprender mejor los comportamientos que están en juego dentro del espacio. Aunque se espera que los profesionales se comporten respetuosamente de tal manera que minimicen la fricción y las tensiones, la mayoría de los participantes mencionaron el espacio amateur como tóxico y problemático. MP3, por ejemplo, menciona que el acoso es mucho más frecuente en el espacio amateur, mientras que FP1 indicó que, aunque su tratamiento ha sido mucho mejor en la escena profesional, ha presenciado y experimentado el acoso de muchos amigos pertenecientes a grupos marginados allí.

A medida que el sistema amateur alimenta el espacio profesional, el talento ciclista y proporciona un grupo de jugadores para dibujar, esto plantea la pregunta de si los comportamientos observados en el espacio amateur eventualmente se retroalimentan en la escena profesional como comportamientos aprendidos. Esto se hace eco especialmente con lo que menciona Taylor: " la frontera entre los aficionados y los nuevos talentos profesionales en ascenso no es tan clara como en los deportes tradicionales, muchos jugadores regulares también pueden encontrarse jugando contra profesionales emergentes" (Taylor, 2012: L. 3837), lo cual es significativo, ya que estos dos espacios chocan e interactúan entre sí, y las atletas femeninas involucradas con estos.

En particular, MP2 mencionó cómo las mujeres deben comportarse "respetablemente" para ser aceptadas adecuadamente dentro del espacio. Es decir, tienen que ser "bien educadas" o "adecuadas", ya que cree que cuando una mujer entra en un equipo, debe "entrar solo para jugar, y no para distraer a los otros jugadores. Entra a jugar, a ganar, a entrenar, pero no a enamorar a los jugadores, porque para eso mejor que se busque un hombre". Una vez más, la carga de la responsabilidad recae sobre la mujer para modificar sus comportamientos, para actuar de cierta manera, para encajar adecuadamente en un equipo, mientras ignora el papel que juegan los hombres en esta situación. Esta expectativa de aprender a adaptar comportamientos simplemente por ser mujer se relaciona con lo que mencionan Paaßen et al.: "por el contrario, una identidad femenina es incongruente con la identidad del jugador. Como resultado, las jugadoras solo pueden ser vistas como mujeres o como jugadoras, lo que refuerza la creencia de que ser mujer y jugar son fundamentalmente incompatibles" (2017: 430). Esto es especialmente cierto, debido a la incapacidad de separar a la videojugadora de lo femenino, sin colocar ninguna responsabilidad en el hombre para hacerlo en absoluto. Esto simultáneamente coloca una carga limitante adicional en las videojugadoras, ya que "las

jugadoras podrían evitar los juegos competitivos en parte debido a la representación sexista y sexualizada de las mujeres en los videojuegos, que promueven la cosificación de las jugadoras y la atención no deseada de los jugadores masculinos" (Ruvalcaba et al., 2018: 297).

Vale la pena señalar que la mayoría de los participantes identificaron que un factor limitante significativo para las mujeres que ingresan a la escena profesional fue la distinción entre el juego profesional y el juego de ocio. La mayoría considera que los hombres están naturalmente inclinados a ser competitivos y tomar el juego más en serio, mientras que las mujeres son percibidas como interesadas en el juego como solo una cuestión de entretenimiento. La participante FP2 mencionó que si bien "los hombres se centran en cómo juegan, su sensibilidad [en el juego] y la organización de su interfaz de usuario, algunas chicas, sin embargo, ni siquiera habrán movido su interfaz de usuario, todavía están usando la configuración predeterminada", destacando la diferencia percibida de compromiso con el juego. Luego continúa afirmando que lo que "para ellos es entrenar, para nosotros es prácticamente entretenimiento".

Otros parecían estar de acuerdo con esta noción. Cuando se le preguntó sobre las posibles razones de la falta de mujeres en la escena de los deportes electrónicos, MP1 declaró (entre otras razones que se discutirán más adelante en este documento) que una de las razones es que las mujeres "juegan solo por diversión, no aspiran a ser profesionales". Este tema recurrente destaca una importante barrera percibida para la entrada para las mujeres: incluso cuando Tang et al., encontraron que:

> […] los hombres y las mujeres mostraron razones muy diferentes para el juego de deportes electrónicos. Ser competitivo es lo que impulsa a los hombres a jugar juegos de deportes electrónicos, destacando la pasión compartida por la competencia y el rendimiento entre los jugadores masculinos de deportes electrónicos y los atletas tradicionales (2021: 351).

Esta percepción y las diferentes motivaciones para jugar videojuegos competitivos probablemente están arraigadas en la percepción que considera que cualquier mujer que:

> Exhibe el tipo de enfoque único y pasión que regularmente vemos permitido en niños y hombres, cuando no es totalmente invisible, se vuelve negligente (las

> madres videojugadoras suelen recibir esta etiqueta) o patológico (a menudo la identidad de género misma de la mujer se cuestiona). (Taylor, 2012: 2476).

Este mensaje de razones para jugar fue repetido por MP3, quien está de acuerdo, pero con una advertencia importante, afirma que:

> "Mis amigas [mujeres] lo toman como su pasatiempo, realmente no las escucho decir '*Tengo el sueño de ser un profesional*'. No. Es más, como una forma de matar el tiempo para ellas. Pero eso es porque no ha habido ese apoyo que les diga: oye, *tú también puedes hacer eso, ¿por qué solo hombres?*"

Aquí, aunque vemos un acuerdo general con la idea de *por qué* las mujeres juegan de la manera en que lo hacen en esta escena, se acompaña también con una autorreflexión relativa a la falta de apoyo que les impide a las videojugadoras romper la barrera aparentemente autoimpuesta y participar también en la escena profesional.

El sistema normativo final que entra en juego al examinar las experiencias de las mujeres en los deportes electrónicos es el de la capacidad percibida. Como se ha mencionado, hay conjuntos esperados de comportamiento dentro de los videojuegos que todos deben lograr para "convertirse en profesionales". Sin embargo, en algunos casos las diferencias de capacidad percibidas entre hombres y mujeres forman sistemas normativos que a menudo actúan como barreras que impiden que las mujeres participen parcial o plenamente en este espacio.

Aunque algunas de estas capacidades percibidas pueden verse como positivas, como una mayor disposición a ser mejores comunicadoras, incluso si el encuestado cree que el nivel de juego teóricamente puede ser igual, todavía tienden a pensar que ciertas capacidades pueden influir positiva o negativamente en el nivel de juego de la mujer. Como ya se ha mencionado, la capacidad a menudo entra en juego cuando las habilidades de una mujer se cuestionan simplemente por ser mujer, en la mayoría de los casos a través de una percepción errónea de que los hombres son superiores. Específicamente, la principal forma en que se cuestiona la capacidad de las mujeres es a través de su coherencia. Tanto MP2 como FP2 hacen puntos similares sobre esto.

Parte de esta capacidad está directamente relacionada con la falta de oportunidades, MP3 afirma que esto hace que las mujeres estén limitadas, porque las personas dentro de posiciones de poder en los deportes electrónicos no

quieren contratarlas porque: "no conocen el aspecto competitivo y tendrían que enseñarles cosas". Para el FP1, aunque la capacidad percibida es igual o mejor que la de los hombres, cree que la falta de experiencia en la competencia es la razón por la que las mujeres no son seleccionadas, pero lo describe como una especie de bucle de retroalimentación negativa dado que no pueden obtener experiencia debido a esta misma razón.

Sistemas de recursos institucionales

El último de los tres sistemas, los sistemas de recursos institucionales, ayudan a imponer el poder dentro de estas estructuras. Se mencionó que la falta de oportunidades era un tema planteado por los encuestados como una razón percibida de por qué las mujeres no son tan frecuentes en la escena de los deportes electrónicos. FP1, MP1 y MP3 están de acuerdo en esto, diciendo que en algunos casos, la falta de oportunidades perjudica activamente la posibilidad de una mayor representación dentro del espacio al crear bucles de retroalimentación negativa, que impiden que las mujeres obtengan la experiencia necesaria en el juego competitivo para navegar adecuadamente en este campo. Esto concuerda con lo que menciona Taylor:

> "Si las mujeres se ven excluidas de desafíos significativos que les permitan perfeccionar sus habilidades, no podrán competir al mismo nivel que los hombres en la escena que, a través de su acceso a redes más robustas y la ocupación más fácil de la identidad del jugador, pueden desarrollar habilidades profesionales" (Taylor, 2012: 2571).

Otra forma en que se impone el poder hegemónico de la estructura de este espacio es a través de la falta de apoyo. Como ejemplo, MP1 afirma que algunos entrenadores en el espacio juegan favoritos y tienden a dar oportunidades a los hombres que de otro modo no le darían a las mujeres, ya que "tienen la mentalidad de que solo porque es una mujer, no debe tener un buen nivel", nuevamente se hace eco a Taylor, quien afirma que:

> "Mientras que un jugador masculino un poco menos talentoso a veces será traído a un equipo y capacitado (a menudo basado en su amistad y otras conexiones de red), las mujeres rara vez (de hecho, no puedo pensar en ningún caso de esto actualmente) reciben oportunidades similares" (Taylor, 2012, L. 2569).

En tanto que, MP3 mencionó que si bien había cierto nivel de apoyo para las atletas femeninas en la escena, en la que participó personalmente en algún momento, finalmente se secó y el nivel general sigue siendo bastante bajo. También afirma que a veces se quedan atascados en el "*¿qué pasaría si?* " y no dar el salto hacia adelante, y especialmente porque no hay personas que den el empujón adicional de apoyo para intentarlo. A través de este punto, MP3 ilustra activamente un factor limitante para las mujeres que se ha visto a lo largo de este análisis la falta de oportunidades está relacionada con que las videojugadoras:

> "Simplemente no tienen una red sólida de amigos con los que jugar. En los casos más extremos, abundan las historias de mujeres que no pueden obtener partidos de práctica si se sabe que son mujeres, porque 'a los niños' no les gusta perder contra las niñas'" (Taylor, 2012, L. 2566)

Finalmente, la última forma en que se impone el poder es a través de la percepción de perder ante las mujeres. Aunque la mayoría de los participantes masculinos no dijeron que personalmente tenían un problema con perder ante las mujeres, sí reconocieron que algunos hombres sí lo hacen. Las participantes femeninas estuvieron de acuerdo en que es bastante normal que los hombres se enojen después de perder ante las mujeres y que esto se acompañe de acoso. De esta manera, los hombres continúan reforzando los valores de la masculinidad hegemónica al "participar en el acoso sexual para fortalecer una autoimagen masculina que puede entenderse como un refuerzo de la premisa de la masculinidad hegemónica en entornos de juego competitivos" (Rogstad, 2021: 14). Por otro lado, cuando se les preguntó a los participantes masculinos qué acciones tomaban en situaciones en las que presencian acoso contra las videojugadoras, solo uno respondió diciendo que trató de lidiar con eso y hablar con la persona que lo hacía, mientras que los otros dos dieron respuestas como "nada" y "simplemente irse", lo que refuerza el poder de la masculinidad hegemónica tradicional a través de la inacción.

Conclusiones

A través de la exploración de los sistemas estructurales de convenciones, recursos y normas comunicativas que interactúan y afectan las elecciones de

estilo de vida de las videojugadoras profesionales de *esports*, se encontró que en los tres sistemas analizados los puntos de vista masculinos hegemónicos crean tensiones que limitan las opciones de estilo de vida de las videojugadoras que desean ingresar a la escena profesional. Los factores identificados pueden resumirse en los sistemas de convenciones comunicativas y en los métodos de comunicación y el lenguaje empleado, donde la carga de adaptarse al estilo masculino de comunicación se coloca en las videojugadoras; también se observó acoso y violencia verbal. En la misma categoría, la identificación de indicadores no verbales para el estilo de juego femenino que está profundamente arraigado en una tradición masculina hegemónica, arraigada tanto en los deportes tradicionales como en los deportes electrónicos.

En cuanto a los sistemas de normas, se identificaron tres temas principales: la percepción de que las mujeres no tienen suficiente disciplina para jugar como profesionales y su enfoque en el aspecto de entretenimiento de los juegos en lugar de la práctica competitiva; la percepción de la incapacidad de las mujeres para estar a la altura de los comportamientos esperados de un jugador profesional y con ello la falta de capacidad de las jugadoras. Estos están estrechamente vinculados a los recursos de los sistemas que movilizan las estructuras de poder y privan a las mujeres de oportunidades para obtener capacitación con los más altos estándares de competencia y la falta de apoyo de todas las instituciones que componen la escena de los deportes electrónicos. Finalmente, en la misma categoría, encontramos la noción de que perder ante las mujeres parecen poner en peligro la identidad masculina de los videojugadores.

Se puede observar que el sesgo de género está profundamente arraigado en las prácticas estructurales de los videojugadores, equipos, ligas y comunidades de *esports*. Esto provoca que las mujeres profesionales en la escena de los deportes electrónicos deban navegar y negociar con estos sesgos para construir su estilo de vida como videojugadoras profesionales o, en otros casos, que incorporen estos sesgos perpetuando así las prácticas masculinas hegemónicas estructurales. Se necesita un cambio estructural profundo en la escena de los deportes electrónicos, desde la forma en que se reclutan nuevos talentos, hasta las prácticas de las ligas y los patrocinadores; cambio estructural que debe considerar en su núcleo la paridad de género, si es que se quiere lograr una escena de deportes electrónicos realmente inclusiva.

Referencias

20 First. (2020). *20 First's 2020 Gender Balance Scorecard*. https://20-first.com/wp-content/uploads/2020/08/200825-2020-Global-Gaming-Scorecard-Web.pdf

Bosman, S. (2019, 10 de mayo). Las mujeres representan el 46% de todos los entusiastas de los juegos: ver contenido de video de juegos y deportes electrónicos ha cambiado la forma en que las mujeres y los hombres se involucran con los juegos. *Newzoo*. https://newzoo.com/insights/articles/women-account-for-46-of-all-game-enthusiasts-watching-game-video-content-and-*esports*-has-changed-how-women-and-men-alike-engage-with-games/

Ganancias de *esports*. (2022). *Las 100 ganancias generales más altas (excluyendo torneos de millones de dólares): clasificaciones de jugadores de esports: ganancias de esports*. https://www.esportsearnings.com/players/highest-overall-exclude-million

FNÁTICO. (2021). *Fnatic Insights: Gender Equality in Gaming*. https://insights.fnatic.com/equalityreport

Giddens, A. (1991). *Modernidad e identidad propia. El yo y la sociedad en la edad moderna tardía*. Península.

Hamari, J. y Sjöblom, M. (2017). *¿Qué son los esports y por qué la gente los ve?* https://doi.org/10.2139/ssrn.2686182

Hao, L., Lv, Q., Zhang, X., Jiang, Q., Liu, S. y Ping, L. (2020). Conquistando la amenaza del estereotipo de género en "Digit Sports": Efectos del intercambio de género en la intención de participación continua de las jugadoras en los *esports* de las jugadoras. *Programación científica*, 1–7. https://doi.org/10.1155/2020/8818588

Kaytoue, M., Silva, A., Cerf, L., Meira, W. y Raïssi, C. (2012). Mírame jugar, soy un profesional: Un primer estudio sobre la transmisión en vivo de videojuegos. *Actas de la 21ª Conferencia Internacional Companion on World Wide Web - WWW '12 Companion*, 1181. https://doi.org/10.1145/2187980.2188259

Lien, T. (2013, 2 de diciembre). No se permiten chicas. *Polígono*. https://www.polygon.com/features/2013/12/2/5143856/no-girls-allowed

NewZoo. (2021a). *Informe del mercado global de juegos. The VR & Metaverse Edition* (p. 34). https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2021-free-version/

NewZoo. (2021b). *Informe del mercado global de esports y transmisión en vivo de Newzoo 2021* (p. 43). https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoos-global-*esports*-live-streaming-market-report-2021-free-version/

Paaßen, B., Morgenroth, T. y Stratemeyer, M. (2017). ¿Qué es un verdadero jugador? El estereotipo del jugador masculino y la marginación de las mujeres en la cultura de los videojuegos. *Roles sexuales*, *76*(7), 421–435. https://doi.org/10.1007/s11199-016-0678-y

Rogstad, E. T. (2021). Gender in *esports* research: A literature review. *European Journal for Sport and Society*, 1-19. https://doi.org/10.1080/16138171.2021.1930941

Ruvalcaba, O., Shulze, J., Kim, A., Berzenski, S. R. y Otten, M. P. (2018). Women's Experiences in *esports*: Gendered Differences in Peer and Spectator Feedback During Competitive Video Game (Experiencias de las mujeres en los *esports*: diferencias de género en la retroalimentación de compañeros y espectadores durante el juego competitivo de videojuegos). *Revista de Deportes y Asuntos Sociales*, *42*(4), 295–311. https://doi.org/10.1177/0193723518773287

Sarkeesian, A. (2020, 15 de octubre). *Desglose por género de los juegos en 2020*. Frecuencia feminista. https://feministfrequency.com/2020/10/15/gender-breakdown-of-games-in-2020/

Seo, Y., & Jung, S.-U. (2016). Más allá del juego solitario en los juegos de ordenador: Las prácticas sociales de los *esports*. *Revista de Cultura del Consumidor*, *16*(3), 635–655. https://doi.org/10.1177/1469540514553711

Sjöblom, M. y Hamari, J. (2017). ¿Por qué la gente ve a otros jugar videojuegos? Un estudio empírico sobre las motivaciones de los usuarios de Twitch. *Las computadoras en el comportamiento humano*, *75*, 985-996. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.019

Stream Charts. (2022, 4 de junio). *Todos los datos y análisis de streaming en un solo lugar.* Gráficos de transmisiones. https://streamscharts.com

Tang, T., Cooper, R. y Kucek, J. (2021). Esports de género: predecir por qué hombres y mujeres juegan y ven juegos de deportes electrónicos. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *65*(3), 336–356. https://doi.org/10.1080/08838151.2021.1958815

Taylor, T. L. (2012). *Elevando las apuestas: E-sports y la profesionalización de los juegos de ordenador* (Versión Kindle). MIT Press. Amazon.com

Taylor, T. L. (2018). *Mírame jugar: Twitch y el auge de la transmisión en vivo del juego* (Versión Kindle). Princeton University Press. Amazon.com

Valentine, R. (2018, 20 de diciembre). *La necesidad urgente de los esports de una diversidad de género visible*. GamesIndustry.Biz. https://www.gamesindustry.biz/articles/2018-12-20-*esports*-urgent-need-for-visible-gender-diversity

Weiss, T. (2008). Influencias culturales en el comportamiento de adopción hedónica: Proposiciones sobre la adopción de video competitivo y juegos en línea de computadora. *Actas DIGIT 2008*. https://aisel.aisnet.org/digit2008/7

Weiss, T. y Schiele, S. (2013). Mundos virtuales en contextos competitivos: Análisis de las necesidades de los consumidores de *esports*. *Mercados electrónicos*, *23*(4), 307–316. https://doi.org/10.1007/s12525-013-0127-5

Mujeres en los juegos. (2022). *Sobre nosotros*. Mujeres en los juegos. https://www.womeningames.org/about-us/

CAPÍTULO 10

Percepciones negativas asociadas a los *esports*

Ruth S. Contreras Espinosa
Bruno Duarte Abreu F.
Jose Luis Eguia Gómez

Introducción

A pesar de su extrema popularidad entre el público más joven, los videojuegos suelen tener una connotación negativa, una mala reputación y una imagen antagónica (Brookey & Oates, 2015). Es clara y notoria la visión negativa que tiene cierta parte de la sociedad sobre la cultura de los videojuegos (Shabir, 2017), incluso se puede decir que estos medios se enfrentan a una gran barrera cultural (Li, 2016) que es difícil de eliminar. A diferencia de los deportes físicos y tradicionales, los videojuegos siguen sin ser aceptados por creencias como generar agresión, adicción y ludopatía (Peša et al., 2017), además de ser calificados de inmaduros, ofensivos, y una amenaza para la sociedad por promover la discriminación (Tavinor, 2009). Se les acusa incluso de dañar la alfabetización, la productividad y la creatividad (Newman, 2008), de fomentar comportamientos sedentarios (Tavinor, 2009), y de separar a las personas de la realidad (Li, 2016) por ser una actividad antisocial (Brookey & Oates, 2015) que daña la sociabilidad (Newman, 2008). Más recientemente, Giardina et al. (2021), King et al. (2020) y Király et al. (2020) han destacado el impacto negativo derivado de un uso excesivo de videojuegos durante la pandemia del COVID-19. Los *esports* todavía se consideran una cultura *geek* (Taylor, 2012) a pesar de su crecimiento como elemento importante de la industria del entretenimiento. En este sentido, los *esports* están en riesgo al estar asociados a estereotipos, porque, aunque la distribución de

datos incorrectos ha disminuido en los últimos años, aún existe un estigma social importante en torno a los videojuegos que plantea un desafío para la promoción de los *esports* (Taylor, 2012). En este capítulo se habla de las tres principales percepciones negativas asociadas a los *esports*: la adicción, la violencia y la ludopatía. Incluso se mencionan algunas sugerencias para intentar mejorar estas percepciones.

La adicción

Se acusa a los videojuegos de ser adictivos, ya que algunos medios y estudios han confirmado que jugar durante largos períodos de tiempo conduce a una adicción (Shabir, 2017). Para la mayoría de los aficionados, jugar videojuegos es el trabajo ideal de sus sueños y la feroz competencia para alcanzar los niveles más altos de exigencia y de habilidad profesional puede llevar a los jugadores a tener un estilo de vida agotador. No es raro que los mejores pro-gamers dediquen diez (Shabir, 2017), catorce (Stivers, 2017) o dieciséis horas al día a perfeccionar sus habilidades, y hagan diversos sacrificios para seguir practicando (Parkin, 2015). En este sentido, los *esports* no se diferencian de los deportes físicos y tradicionales.

Un ejemplo de ello ocurrió en 2017, cuando un jugador profesional de *Overwatch* fue hospitalizado por un colapso pulmonar (Collao, 2017). Debido al deseo de seguir manteniéndose como pro-gamer, continuó practicando en el hospital (Stivers, 2017). Un incidente más grave fue publicado en Europa Press (2012) cuando un jugador de 18 años fue encontrado inconsciente después de pasar cuarenta horas jugando un videojuego en un cibercafé. Estas noticias nos demuestran que la adicción a los videojuegos puede alcanzar niveles peligrosos (Şentuna & Kanbur, 2016), sobre todo si los jugadores se fuerzan al máximo. Los deportes electrónicos están dominados en gran medida por jóvenes que participan en torneos durante un período relativamente corto de sus vidas (Zolides, 2015), y es muy común que los jugadores profesionales se retiren a mediados de los veinte años (Stivers, 2017) debido al deterioro físico que sufren (Zolides, 2015) a las lesiones en la mano o en la muñeca que suelen ser causadas por largas sesiones de práctica (Stivers, 2017). Debido a esta dedicación y a las extensas sesiones de entrenamiento que requieren los jugadores para mantenerse competitivos, es común que se sufra de lesiones repetitivas causadas por las pulsaciones rápidas y constantes de los botones en los

mandos. Aziz "Hax" Al-Yami, un pro-gamer de Super Smash Bros., tuvo que abandonar las competiciones dos veces debido a lesiones en la muñeca y en la mano en donde ya le han practicado dos operaciones (Van Allen, 2017).

Desafortunadamente, este tipo de lesiones no son inusuales en los *esports* y la naturaleza de algunas de ellas puede llegar a ser tan intensas que impiden a los jugadores regresar a las competiciones (Wilson, 2017). Para prevenir estos problemas de salud, Levi Harrison se ha convertido en una figura de la medicina clave en la escena de los *esports* (TUDN, 2023), tratando a varios pro-gamers y apareciendo en múltiples eventos en los que se dedica a crear videos para redes sociales con el objetivo de enseñar a otros jugadores cómo deben jugar para no lesionarse y como deben actuar de manera segura (Wilson, 2017) realizando algunos ejercicios. El uso excesivo de videojuegos también provoca efectos fisiológicos. Se dice que la exposición prolongada a los monitores es capaz de dañar neurológicamente el cerebro (Guerrero, 2019) de manera similar a como ocurre con una adicción a la cocaína (Stivers, 2017).

Por otro lado, se ha publicado información que muestra conexiones entre el uso excesivo de videojuegos y los trastornos como la ansiedad, el aumento de la agresividad, la depresión, el trastorno por déficit de atención con hiperactividad y la psicosis (González, 2017), que en el caso de los videojuegos a menudo se conoce como el efecto Tetris (Holden et al., 2018). Este efecto ocurre cuando un individuo se expone a una actividad larga, repetitiva y basada en patrones que comienza a afectar y moldear su imaginación y pensamientos. Esta condición toma el nombre de Tetris porque este fue uno de los primeros videojuegos que creó una legión de jugadores adictos y se basa en patrones. Medios de comunicación como la cadena Neox (2019), destacan casos graves que incluyen ver diversas formas de colores cayendo en la visión periférica después de jugar a juegos como Candy Crush Saga, Call of Duty o Tetris.

En los casos más extremos de los jugadores de Tetris, se habla de la capacidad del cerebro para procesar y memorizar información, la cual se reescribe por completo (Ackerman, 2016). Otros ejemplos muestran a jugadores que han pasado tanto tiempo jugando que han perdido el control de la realidad y de la vida real (Stivers, 2017). Otros se han sumergido tan profundamente en el mundo de los videojuegos que han muerto frente a la consola mientras jugaban. Según los informes forenses, estas muertes se deben a que los jugadores permanecen en la misma posición durante períodos de tiempo muy largos y excesivos (Şentuna & Kanbur, 2016). La popularidad de los *esports* ha dado lugar a un gran número de adictos a los videojuegos, especialmente en

China. Múltiples médicos, educadores y padres han mostrado su preocupación por los riesgos sociales y de salud. Debido a esto, países entre los que se incluye Estados Unidos, Japón, Corea del Sur y China, comienzan a reconocer la adicción a los videojuegos como un grave problema de salud. Esto ha llevado a que el público en general, los medios de comunicación y los académicos se vuelvan más cautelosos sobre la evolución de esta industria, especialmente porque se dirige a adultos jóvenes, adolescentes y niños, que son el grupo más vulnerable (Lu, 2017).

La violencia

La percepción más presente y asociada a los videojuegos, es que estos incitan a la violencia (Shabir, 2017). Es por ello, que los jugadores de videojuegos a menudo son percibidos como solitarios inadaptados y sin amigos que prefieren las comodidades de la tecnología en lugar de estar con otras personas. Esto conduce al estereotipo de jugador obsesivo, peligroso y desequilibrado. Por lo tanto, a menudo se dice que cualquier acto de agresión y violencia (e.g. tiroteos en escuelas) se debe a una alta exposición a los videojuegos (Newman, 2008), pero muchos de estos estudios carecen de rigor científico (Kardefelt-Winther, 2017).

El verdadero problema que enfrentan los *esports* es la influencia que pueden llegar a tener los medios de comunicación en la sociedad. El tema de la violencia causada por los videojuegos empezó a ser difundido en medios masivos, como la prensa digital, a raíz de los diversos casos de tiroteos en escuelas de Estados Unidos de América, atribuyendo en gran parte la culpa al género shooter. Uno de los casos más populares fue Counter-Strike (Mateo, 2018). El centro de secundaria de Lakeview High School de Cortland canceló en 2018 un ambicioso programa de *esports* que iba a permitir que los alumnos pudieran jugar y competir con Counter Strike, así como la posibilidad de acceder a una beca para competir. La Casa Blanca, comandada por Donald Trump, puso en su punto de mira a los videojuegos (Brugat, 2019), llegando a publicar un vídeo con videojuegos que se consideraban "violencia extrema". Siempre existe el riesgo de que existan prohibiciones a aquellos videojuegos violentos en los mercados nacionales, y que pueden incluir a videojuegos que están directamente relacionados con los *esports*. Otro caso de escepticismo hacia la saga de Counter-Strike pudo verse cuando en 2016 la empresa Wüstenrot,

excluyó al videojuego Counter-Strike de sus actividades de branding durante la edición ESL 2016 Frühlingsmeisterschaft (Ströh, 2017). Más tarde en 2019, el expresidente Trump volvió a la carga en los medios de comunicación, cuando dos tiroteos masivos tuvieron lugar en un mismo fin de semana, en El Paso, Texas, y en Dayton, Ohio, acusando a los videojuegos de la violencia y de las muertes ocurridas. La polémica se levantó por esta acusación hacia los videojuegos, mencionando que los videojuegos son una de las causas de la normalización de la violencia que deriva en estos ataques, no se podría haber perpetrado la matanza por convicciones racistas y supremacistas. La etiqueta #VideogamesAreNottoBlame (La culpa no es de los videojuegos) se volvió *trending topic* en Twitter en Estados Unidos y en Europa.

La ludopatía

Según Macey and Hamari (2018), existe una extensa literatura sobre la asociación del uso de videojuegos con conductas potencialmente problemáticas, incluida la ludopatía. Por supuesto los medios de comunicación también han hablado del tema (TUDN, 2023). Sin embargo, Macey and Hamari (2018), también indican que los apostadores ya apostaban antes de jugar videojuegos y desarrollaban un comportamiento problemático.

Una de las razones es que el dinero es un potente reforzador para jugar, y el jugador patológico, para recuperar el dinero perdido, se enfrasca en una espiral porque sabe que alguna vez podrá ganar (Carbonell X., et al., 2009). Las investigaciones también han demostrado que las personas que se dedican a apostar en *esports* están mucho más involucradas con los juegos de azar que en otras áreas. Específicamente los investigadores encontraron, que los apostadores de juegos de azar que ahora están en *esports* participan en una gama mucho más amplia de actividades de apuestas y se arriesgan con mucha más frecuencia (Gainsbury et al., 2017b).

Mientras que los apostadores deportivos tienden a apostar al menos una vez por semana, los apostadores que acaban de llegar a los *esports* (y ya son apostadores) tienden a hacerlo al menos una vez al día (Gainsbury et al., 2017a). Además, estos apostadores no muestran preferencia por las actividades basadas en habilidades, ya que también participan en actividades de apuestas cuyo resultado es completamente aleatorio (Gainsbury et al., 2017b). Debido a que son muy jóvenes, estos apostadores son más propensos a desarrollar adicción

a los juegos de azar. También en su estudio Gainsbury et al. (2017b) creen que los fans de los *esports* más dedicados (los entusiastas de los *esports*) pueden ser más vulnerables al desarrollo de estas dependencias (podría ser debido a su juventud). Su investigación ha demostrado que el uso de sitios web de apuestas en el extranjero son los más comunes entre la gente interesadas por los deportes electrónicos, y esto puede aumentar la probabilidad de desarrollar una adicción a los juegos de azar.

Aunque la industria de los juegos de azar en *esports* es bastante joven, (comenzó oficialmente en 2010), se estima que el mercado de apuestas de *esports* será más grande que toda la economía de los *esports* (Gainsbury et al., 2017a). En 2014, Pinnacle sitio web de apuestas en línea, reportó un millón de apuestas de *esports* (Schneider, 2015). Según el responsable de Pinnacle, Marco Blume, los *esports* se han convertido en su séptimo mercado de apuestas más popular, superando al rugby y al golf. Blume también afirmó que los juegos de azar en los deportes electrónicos están creciendo a un ritmo sin precedentes y que espera que superen al hockey, al tenis y al fútbol en un futuro cercano (Winnan, 2016).

Según Gainsbury et al. (2017a), en 2016, había 6.5 millones de personas apostando aproximadamente $5.5 mil millones. Sin embargo, Shabir (2017) afirma que la empresa de investigación de mercado, Eilers & Krejcik Gaming, calculó para 2016 que las apuestas en *esports* superaron los $8 mil millones. En relación a 2020, se estima que las apuestas de dinero real en *esports* podrían alcanzar entre $10 mil millones (Griffiths, 2017) y $23 mil millones, con 19 millones de clientes e ingresos de alrededor de $1.8 mil millones (Winnan, 2016). Estos pronósticos son validados por literatura reciente que indica que, en 2020, la suma de las apuestas totales realizadas en *esports* fue de $14 mil millones (Bassam, 2020) y los ingresos globales de las apuestas alcanzaron los $1.8 mil millones (Sportskeeda, 2020). La popularidad y el crecimiento de las apuestas en *esports* han alcanzado niveles tan altos que los principales operadores de apuestas del mundo han incluido opciones de apuestas de *esports* entre sus ofertas de apuestas (Shabir, 2017). Incluso los casinos físicos están cada vez más interesados en albergar competiciones de *esports*.

Como puede verse, las apuestas en *esports* han crecido y pueden incitar a las personas a apostar, sobre todo si ya eran apostadores (Macey & Hamari, 2018), lo malo en este punto es que los apostadores son cada vez más jóvenes y tienden a participar con mucha más frecuencia en las apuestas. Como

resultado, esta audiencia joven es mucho más propensa a desarrollar problemas de adicción a juegos de azar (Gainsbury et al., 2017b).

La otra cara de la moneda

En los párrafos anteriores, se han comentado casos, estudios y noticias de diversos medios de prensa digital que ejemplifican las percepciones negativas que existen hacia los videojuegos y su relación con la adicción, la violencia y la ludopatía. Veamos ahora el lado positivo. Kardefelt-Winther (2017) indica que, en muchos de estos estudios donde se habla de la relación entre videojuego adicción, violencia y ludopatía se ha podido evidenciar poco rigor científico, o que los resultados presentan efectos tanto positivos como negativos, por lo que no se debería de demonizar al videojuego.

Esto no es nuevo, algunos estudios en el campo de la psicología también se han esforzado en mostrar efectos tanto positivos como negativos (beneficios y riesgos) en relación con los videojuegos en términos de atención, funciones ejecutivas, memoria de trabajo y otras habilidades cognitivas. Pero presentan una descripción general de los resultados de la investigación, utilizando métodos experimentales y exploratorios, los juegos se analizan sin distinguir entre los géneros y la temática del juego, y ninguno de los artículos profundiza en el contenido, la estructura narrativa del juego y cómo esto podría causar beneficios o riesgos específicos (Contreras-Espinosa, Serra, Terron, 2019). Son necesarios más estudios empíricos para confirmar si existe una relación directa entre videojuegos adicción, violencia y ludopatía. Las investigaciones deberían tener en cuenta el contexto vivido por el jugador, la edad, el género y el tipo de adicción o violencia desarrollada, y cómo esta se relaciona con el género, contenido o estructura narrativa del juego. Los géneros de cada juego pueden influir en las capacidades cognitivas y habilidades y la mecánica de cada uno de ellos, podría conducir a ventajas y desventajas concretas. Es necesario ahondar más en las acciones conscientes del proceso de juego en lugar de enfocar los resultados en un resultado específico o un logro específico.

Billieux et al. (2019) y Carbonell (2020) además advierten de que no se deben generar sobrediagnósticos, ya que la mayoría de estos no se basan en datos fiables y son los que dañan a la imagen del videojuego. El videojuego es clave en la adquisición de conocimientos, normas sociales y relaciones interpersonales, roles de género, habilidades, en el desarrollo emocional

y ayudando al desarrollo cognitivo (Viejo et al., 2018). A esto se suma la mejora de la percepción visual, la creatividad, la atención o las funciones ejecutivas (Blumberg et al., 2019; Nuyens et al., 2019). Si bien, una gran parte de los videojuegos más consumidos son violentos, es lógico por tanto preguntarse si ello no puede estar incidiendo en la interiorización de valores contrarios a la convivencia, la normalización de la violencia o en el aumento del ciberacoso. Es precisamente en esto donde los trabajos de Teng et al. (2020) o Zhao et al. (2020) inciden. En cuanto a la relación con la ludopatía, Macey and Hamari (2018), publicaron que, aunque la adicción a los videojuegos tiene una relación con los juegos de azar, los apostadores ya apostaban antes de jugar videojuegos. Los autores defienden que no es la vertiente del videojuego la que fomenta la adicción a los juegos de azar o a apostar, es su vertiente deportiva.

Los *esports* no son los responsables de atraer a las personas que no apuestan al mundo de las apuestas. Defienden en base a datos empíricos, que los jugadores que han encuestado, y que dicen realizar apuestas en *esports*, han estado apostando en otras áreas antes de ingresar al mercado de apuestas de *esports*. Esto indica que aquellos que ya estaban muy involucrados con los juegos de azar se han pasado a apostar a los *esports* y no que los *esports* estén alentando a los no jugadores a que se dediquen a apostar. Estos datos concluyen que investigaciones anteriores en las que una parte significativa de apostadores en línea eran adictos o que tenían problemas con juegos de azar, ya eran adictos a las apuestas incluso antes de comenzar a apostar en línea (Gainsbury et al., 2017b).

Por otro lado, podríamos hablar de que gracias a los videojuegos se están profesionalizando actividades realizadas en ellos. Muchos jugadores son conscientes de las nuevas oportunidades que están surgiendo en el desarrollo de videojuegos o a través de los *esports* (Establés, Guerrero, Contreras-Espinosa, 2019). Y los jóvenes practicando, se están profesionalizando en competiciones de *esports*, adquiriendo habilidades y conocimientos que no se trabajan en un ámbito de educación formal y reglada. Para la profesionalización, es necesario considerar que es necesario entrenar, tanto dentro como fuera de los entornos reglados, para obtener competencias que los preparen en su transición de amateurs anónimos a microcelebridades generadoras de negocio y atención (Establés, Guerrero, Contreras-Espinosa, 2019).

La creación de un entorno y una atmósfera mejores en general tanto para jugadores amateurs como para pro-gamers puede dar lugar a una mayor base

de fans, así como a posibles oportunidades de crecimiento para los *esports* (Ströh, 2017).

Medidas para mejorar las percepciones

Tal como pasa con los deportes físicos y tradicionales, en los *esports* existe la necesidad de analizar el impacto de los videojuegos en los jugadores, y posteriormente trasladar dicho conocimiento a recomendaciones concretas para la industria y para los jugadores. Es necesario crear recomendaciones y estrategias que aseguren que los jugadores y todos aquellos relacionados con los *esports* se sientan seguros, alejados de riesgos como la adicción, la violencia o la ludopatía. Esto podría dar como resultado menos historias con casos extremos que describan más riesgos que beneficios. Existe la necesidad de abordar desde una perspectiva comunitaria y educativa, concienciando a los jugadores y todos los actores alrededor de los *esports* del riesgo de jugar de manera descontrolada, de la violencia que existe en los juegos y de las consecuencias de caer en la ludopatía. Esto se debería de hacer informando a los padres de la conveniencia de prestar especial atención a cuánto tiempo y con qué frecuencia los más jóvenes juegan a videojuegos, y qué juegos juegan.

A nivel profesional, la supervisión de un entrenador, o supervisión parental para quien inicia como jugador, al igual que en todo el ámbito de la promoción del uso saludable de la tecnología o de la lucha contra el ciberacoso, se ha mostrado como una variable moduladora fundamental (Martín et al., 2021). Los resultados de algunos estudios refuerzan la necesidad de invertir en promoción de actividades saludables, en educación, y en sentido amplio, para prevenir adicciones (Ströh, 2017). Parece pues fundamental, que en los *esports*, el desarrollo de competencias digitales saludables, que incluye el consumo crítico de medios como el videojuego es fundamental.

Conclusión

Existen varios elementos que promueven la percepción negativa asociada a los videojuegos, y, en consecuencia, a los deportes electrónicos en general. La adicción a los videojuegos a menudo hace que los jugadores vayan más allá de sus límites y no escuchen a sus cuerpos, realizando un esfuerzo por ingresar

a la escena profesional de los deportes electrónicos o por simplemente seguir jugando los videojuegos que les apasionan. Esto puede incluso llevar a algunos a descuidar su vida diaria y a dar como resultado no solo lesiones físicas, sino lesiones psicológicas. En otros casos, muy poco comunes, incluso estos excesos pueden llegar a conducir a los jugadores a la muerte.

La sociedad todavía percibe que la mayoría de los videojuegos son violentos e incitan a los usuarios a realizar actos agresivos. Esto ha llevado a que los videojuegos, y los *esports*, sean percibidos como poco recomendables, y que los jugadores sean vistos como personas antisociales y peligrosas. Se dice que varios actos de violencia han sido promovidos por jugar. Los medios de comunicación tradicionales (como la prensa) son mayoritariamente responsables de la difusión de información en donde normalmente no se utilizan datos empíricos ni comprobados.

A esto se une la popularización de los deportes electrónicos (junto con la popularidad de plataformas de streaming como Twitch y YouTube) que ha incentivado a varias personas a apostar sobre quién ganará en los partidos de *esports*. El número de apuestas en los deportes electrónicos crece y esto es preocupante, especialmente porque muchos de los fans de los deportes electrónicos son menores de edad y apuestan en países donde las apuestas son ilegales.

Pero la realidad es que aún existe una gran falta de evidencia científica empírica, rigurosa y confiable para respaldar muchas de las afirmaciones de los medios de comunicación y que promueven la visión negativa sobre los deportes electrónicos. De hecho, algunos estudios demuestran que los videojuegos pueden ser beneficiosos para todos aquellos que los utilizan, y esto incluye a niños y a adultos. Sin embargo, los efectos positivos no son tan ampliamente difundidos probablemente porque estas noticias no llaman tanto la atención como las noticias sobre los supuestos efectos negativos. Los riesgos son más llamativos que los beneficios. Este enfoque en las historias sensacionalistas es una de las principales razones que promueven la desinformación en torno a los videojuegos y a los deportes electrónicos. Es principalmente esto lo que promueve su visión pública negativa.

Para mitigar estas opiniones negativas, el primer paso puede ser crear recomendaciones y estrategias para todos aquellos relacionados con los *esports*, paralelamente, invertir en la creación (y difusión) de estudios científicos confiables. Aun así, se debe suponer que jugar videojuegos durante demasiado tiempo no es saludable, que algunos videojuegos son demasiado violentos para algunos grupos de edad y que las apuestas entre menores realmente están

sucediendo. Para disminuir estos problemas, padres, maestros y entrenadores deben mostrar a los jugadores los peligros de los videojuegos y educarlos en un uso saludable de estos. También sería prudente que todos aquellos involucrados en este ecosistema, incluyendo a los desarrolladores de videojuegos, promovieran información sobre los riesgos asociados a los juegos.

Referencias

Ackerman, D. (2016). *The Tetris Effect: The Game that Hypnotized the World*. New York, NY: PublicAffairs.

Bassam, T. (2020, abril 17). Study: Esports gambling revenue set to hit US$14bn in 2020. Consultado el 15 de enero, 2023, desde https://www.sportspromedia.com/news/*esports*-gambling-revenue-2020-call-of-duty-overwatch-league/

Billieux, J., Flayelle, M., Rumpf, H. J., y Stein, D. J. (2019). High involvement versus pathological involvement in video games: A crucial distinction for ensuring the validity and utility of gaming disorder. *Current Addiction Reports, 6*(3), 323-330. doi: https://doi.org/10.1007/s40429-019-00259-x

Blumberg, F. C., Deater-Deckard, K., Calvert, S. L., Flynn, R. M., Green, C. S., Arnold, D., y Brooks, P. J. (2019). Digital games as a context for children's cognitive development: Research recommendations and policy considerations. *Social Policy Report, 32*(1), 1-33. doi: https://doi.org/10.1002/sop2.3

Brookey, R. A., & Oates, T. P. (Eds.). (2015). *Playing to Win*. Bloomington: Indiana University Press.

Brugat, M. (2 de noviembre de 2019). Donald Trump acusa a los videojuegos de los tiroteos masivos. *La Vanguardia*. https://www.lavanguardia.com/videojuegos/20190806/463900128667/videojuegos-donald-trump-acusa-tiroteos-masivos-violencia-declaracion.html

Carbonell, X., Talarn A., Beranuy M., Oberst U. & Graner C. (2009). Cuando jugar se convierte en un problema: el juego patológico y la adicción a los juegos de rol online. *Aloma, 25*, 201-220.

Carbonell, X. (2020). El diagnóstico de adicción a videojuegos en el DSM-5 y la CIE-11: Retos y oportunidades para clínicos. *Papeles del Psicólogo*, *41*(3), 211-218. doi: https://doi.org/10.23923/pap.psicol2020.2935

Collao, J. (30 de marzo de 2017). *Jugador profesional de Overwatch es hospitalizado por un colapso pulmonar.* Tarreo. https://www.tarreo.com/noticias/416014/Jugador-profesional-de-Overwatch-es-hospitalizado-por-un-colapso-pulmonar

Contreras-Espinosa, R.S., Serra, A., Terron, J.L. (2019). Games and AD-HD-ADD: A Systematic Mapping Study. *Acta Ludologica 2*(2), 4-26.

Establés, M.J., Guerrero, M., Contreras-Espinosa, R.S. (2019). "Jugadores, escritores e influencers en redes sociales: procesos de profesionalización entre adolescentes. *Revista Latina de Comunicación Social, 74*, 214-236. doi: https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1328

Europapress. (18 de julio de 2012). *Muere un joven de 18 años tras jugar 40 horas a Diablo III.* Europapress. https://www.europapress.es/portaltic/videojuegos/noticia-muere-joven-18-anos-jugar-40-horas-diablo-iii-20120718124201.html

Holden, J. T., Kaburakis, A., & Rodenberg, R. M. (2018). Esports: Children, stimulants and videogaming-induced inactivity. *Journal of Paediatrics and Child Health*. doi: 10.1111/jpc.13897

Gainsbury, S. M., Abarbanel, B., & Blaszczynski, A. (2017a). Game on: comparison of demographic profiles, consumption behaviors, and gambling site selection criteria of *esports* and sports bettors. *Gaming Law Review, 21*(8), 575-587. doi: https://doi.org/10.1089/glr2.2017.21813

Gainsbury, S. M., Abarbanel, B., & Blaszczynski, A. (2017b). Intensity and gambling harms: exploring breadth of gambling involvement among *esports* bettors. *Gaming Law Review, 21*(8), 610-615. doi: https://doi.org/10.1089/glr2.2017.21812

Giardina, A., Di Blasi, M., Schimmenti, A., King, D.L., Starcevic, V., y Billieux, J. (2021). Online gaming and prolonged self-isolation: Evidence from Italian gamers during the Covid-19 outbreak. *Clinical Neuropsychiatry, 18*(1), 65–74. https://doi.org/10.36131/cnfioritieditore20210106

González, S. (5 de diciembre de 2017). *Mas allá del juego: los efectos de Tetris en el cerebro.* Meristation. https://as.com/meristation/2017/12/05/noticias/1512472500_171321.html

Griffiths, M. (2017, enero). The psychosocial impact of professional gambling, professional video gaming & esports. *Casino & Gaming International*, 28, 59-63. Consultado en http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/30079

Guerrero, R. (13 de diciembre de 2019). Así impactan los dispositivos electrónicos en el cerebro de tu hijo. *El País*. https://elpais.com/elpais/2019/12/10/mamas_papas/1575971135_800318.html

Li, R. (2016). *Good luck have fun: the rise of esports*. New York, NY: Skyhorse Publishing.

Lu, Z. (2017). From E-Heroin to E-Sports: The Development of Competitive Gaming in China. *The International Journal of the History of Sport, 33*(18), 2186-2206. doi: http://dx.doi.org/10.1080/09523367.2017.1358167

Kardefelt-Winther, D. (2017). *How does the time children spend using digital technology impact their mental well-being, social relationships and physical activity? An evidence-focused literature review*. Innocenti Discussion Paper 2017-02, UNICEF. https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/Children-digitaltechnology-wellbeing.pdf

King, D. L., Chamberlain, S. R., Carragher, N., Billieux, J., Stein, D., Mueller, K., Potenza, M. N., Rumpf, H. J., Saunders, J., Starcevic, V., Demetrovics, Z., Brand, M., Lee, H. K., Spada, M., Lindenberg, K., Wu, A. M. S., Lemenager, T., Pallesen, S., Achab, S., … Delfabbro, P. H. (2020). Screening and assessment

tools for gaming disorder: A comprehensive systematic review. *Clinical Psychology Review, 77*, 1-20. doi: https://doi.org/10.1016/j.cpr.2020.101831

Király, O., Potenza, M. N., Stein, D. J., King, D. L., Hodgins, D. C., Saunders, J. B., Griffiths, M. D., Gjoneska, B., Billieux, J., Brand, M., Abbott, M. W., Chamberlain, S. R., Corazza, O., Burkauskas, J., Sales, C. M. D., Montag, C., Lochner, C., Grünblatt, E., Wegmann, E., … Demetrovics, Z. (2020). Preventing problematic internet use during the COVID-19 pandemic: Consensus guidance. *Comprehensive Psychiatry, 100*, 152-180. doi: https://doi.org/10.1016/j.comppsych.2020.152180

Macey, J., & Hamari, J. (2018). Investigating relationships between video gaming, spectating *esports*, and gambling. *Computers in Human Behavior, 80*, 344-353. doi: https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.027

Mateo, J. (20 de marzo de 2018). *Un instituto americano cancela su programa de esports al descubrir que CSGO es violento*. Xataka. https://esports.xataka.com/cs-go/un-instituto-americano-cancela-su-programa-de-esports-al-descubrir-que-csgo-es-violento

Newman, J. (2008). *Playing with Videogames*. Abingdon: Routledge.

Neox. (08 de enero de 2019). Efecto Tetris ¿Conoces la patología que produce este clásico?. Neox. https://neox.atresmedia.com/games/noticias/curioso/lio-hierba-problema-zelda-breath-the-wild-que-puso-jaque-koei-tecmo-video_2022010661d6d5ce192fe40001e15ee8.html

Nuyens, F. M., Kuss, D. J., López-Fernández, O., y Griffiths, M. D. (2019). The empirical analysis of non-problematic video gaming and cognitive skills: A systematic review. *International Journal of Mental Health and Addiction, 17*(2), 389-414. doi: https://doi.org/10.1007/s11469-018-9946-0

Parkin, S. (2015). *Death by Video Game: Tales of Obsession from the Virtual Frontline*. London: Serpent's Tail.

Peša, A. R., Čičin-Šain, D., & Blažević, T. (2017). New business model in the growing e-sports industry. *Poslovna izvrsnost: znanstveni časopis za promicanje kulture kvalitete i poslovne izvrsnosti, 11*(2), 121-131. doi: https://doi.org/10.22598/pi-be/2017.11.2.121

Schneider, S. (2015). eSport Betting: The Intersection of Gaming and Gambling. *Gaming Law Review and Economics, 19*(6), 419-420. doi: 10.1089/glre.2015.1963

Şentuna, B., & Kanbur, D. (2016). What kind of an activity is a virtual game? A postmodern approach in relation to concept of phantasm by Deleuze and the philosophy of Huizinga. *Sport, Ethics and Philosophy, 10*(1), 42-50. doi: 10.1080/17511321.2016.1177581

Shabir, N. (2017). *Esports: The Complete Guide 17/18: A guide for gamers, teams, organisations and other entities in, or looking to get into the space*. Wroclaw: Independently published.

Sportskeeda. (2020, octubre 3). A look inside the *esports* betting industry that's expected to rack up $1.80 Billion in 2020. Consultado el 7 de enero, 2023, desde https://www.sportskeeda.com/pop-culture/a-look-inside-*esports*-betting-industry-that-s-expected-rack-1-80-billion-2020

Stivers, C. (2017). The First Competitive Video Gaming Anti-Doping Policy and Its Deficiencies Under European Union Law. *San Diego International Law Journal, 18*(2), 263-294. Consultado http://digital.sandiego.edu/ilj/vol18/iss2/4/

Ströh, J. H. A. (2017). *The esports Market and esports Sponsoring*. Marburg: Tectum Verlag.

Tavinor, G. (2009). *The Art of Videogames*. Malden, MA: John Wiley & Sons.

Taylor, T. L. (2012). *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*. Cambridge, MA: The MIT Press

Teng, Z., Nie, Q., Zhu, Z., y Guo, C. (2020). Violent video game exposure and (Cyber)bullying perpetration among Chinese youth: The moderating role of trait aggression and moral identity. *Computers in Human Behavior, 104*, 1-10. doi: https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106193

TUDN. (21 de marzo de 2023). *Levi Harrison el doctor de los esports*. TUDN. https://www.tudn.com/mas-deportes/levi-harrison-el-doctor-de-los-esports

Van Allen, E. (6 de marzo de 2017). *Physical terapist are helping esports pros play more and hurt les*. Kotaku. https://kotaku.com/physical-therapists-are-helping-esports-pros-play-more-1793007981

Viejo, C., Ortega, R., y Romera, E.M. (2018). Children's Play and Development. En C. Huertas-Abril y M. Gómez-Parra (Eds.), *Early Childhood Education from an Intercultural and Bilingual Perspective* (pp. 131-146). doi: https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5167-6.ch009

Wilson, J. L. (2017, junio 5). How I Learned to Stop Hating and Love Esports. Consultado el 15 de enero, 2023, desde https://www.pcmag.com/opinions/how-i-learned-to-stop-hating-and-love-*esports*

Winnan, C. D. (2016). *An Entrepreneur's Guide to the Exploding World of esports: Understanding the Commercial Significance of Counter-Strike, League of Legends and DotA 2*. Kindle eBook:The Borderland Press.

Zhao, H., Li, X, Zhou, J., Nie, Q., y Zhou, J. (2020). The relationship between bullying victimization and online game addiction among Chinese early adolescents: The potential role of meaning in life and gender differences. *Children and Youth Services Review, 116*, 1-10. doi: https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105261

Zolides, A. (2015). Lipstick Bullets: Labour and Gender in Professional Gamer Self-Branding. *Persona Studies, 1*(2), 42-53. doi: https://doi.org/10.21153/ps2015vol1no2art467

La primera edición electrónica de *Los deportistas electrónicos: prácticas comunicativas, identidades y capital social,* realizada por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, se finalizó el 8 de noviembre de 2023. La producción de esta obra estuvo a cargo de Aarón González Cabrera, ubicado en la alcaldía Coyoacán, Ciudad de México. En su composición se utilizó la tipografía ITC Berkeley Oldstyle en 11/13.5 puntos. Cuidado editorial: Departamento de Publicaciones, FCPyS, UNAM.

LOS DEPORTISTAS ELECTRÓNICOS

PRÁCTICAS COMUNICATIVAS, IDENTIDADES Y CAPITAL SOCIAL

ISBN: 978-6-07308-304-1

Este libro tiene como foco de atención a los deportistas electrónicos, particularmente sus prácticas comunicativas y su mundo de vida, con lo que se da cuenta de un imaginario compartido y la generación de un capital social que los lleva incidir de diversas formas en diferentes actividades dentro de la industria del videojuego.

Dentro de esta obra es importante rescatar el enfoque metodológico de corte cualitativo en la gran mayoría de capítulos aquí presentados, en donde se realizaron grupos de enfoque, entrevistas a profundidad y observación participante en procesos etnográficos que llevaron a dar seguimiento a los deportistas electrónicos aficionados y profesionales.

La propuesta es ofrecer múltiples puntos de vista de diferentes sectores involucrados en los deportes electrónicos, que hoy por hoy son una de las actividades más lucrativas en el mundo y cuyo grado de aceptación por parte de la población es cada vez mayor, ya sea practicando videojuegos o siendo espectador de ellos.

dgapa

FINISTERRA

José Ángel Garfias Frías · Roberto Carlos Rivera Mata · David Cuenca Orozco
César Iza Castillo · Clara Cisneros Hernández · Emanuel Jetzai Velazco Arriaga
Jalil Ascary del Carmen Clemente · Diego Gallardo Pérez · Roberto Méndez Muñoz
Emmanuel Galicia Martínez · Adolfo Gracia Vázquez · Eva Estefanía Tapia Celis
Ruth S. Contreras Espinosa · Bruno Duarte Abreu F. · José Luis Eguia Gómez

AUTORES