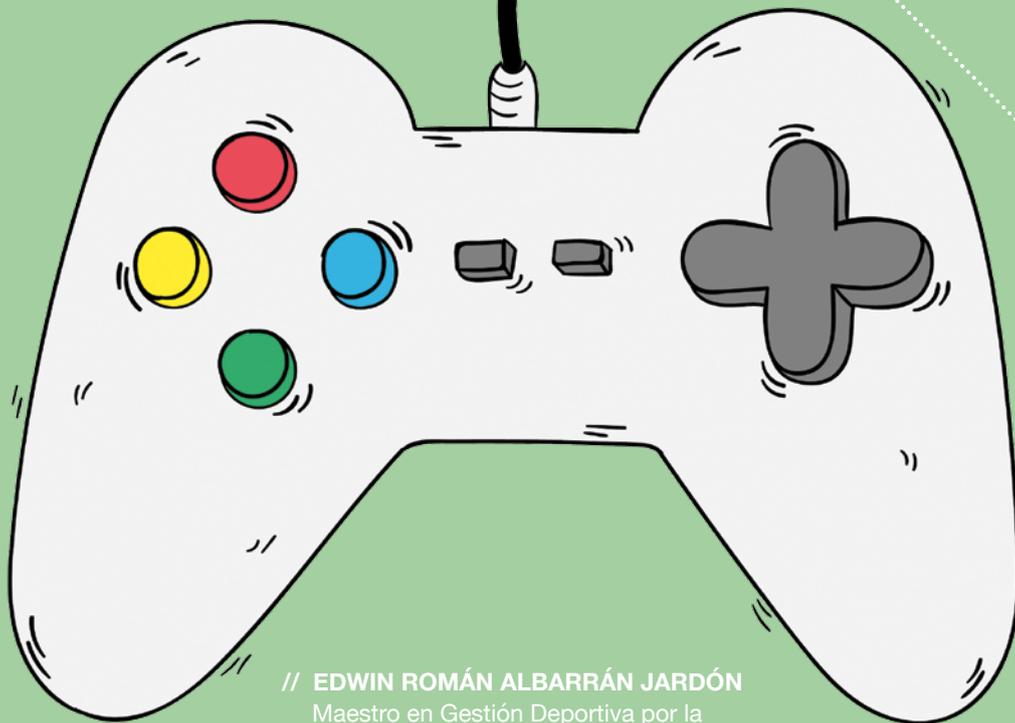




ESPORT, LA GEOESTRATEGIA DIFERENCIADA DE LOS NUEVOS GOBIERNOS



// **EDWIN ROMÁN ALBARRÁN JARDÓN**
Maestro en Gestión Deportiva por la
Universidad de La Salle Bajío
Profesor de Tiempo Completo. Licenciatura
en Cultura Física y Deporte. Universidad
Autónoma del Estado de México.
eralbarranj@uaemex.mx, @GedMexico

⑩ En este espacio, amable lector, dedicaremos esta nota a la georeferenciación estratégica de los gobiernos entorno al deporte. Le sugiero nos de la oportunidad de continuar con el desafío que requiere la novedad en la pluma. Por esta razón les propongo este artículo.

Las transformaciones económicas de los países buscan estrategias que impulsen nuevas formas de entendimiento que determinen la vida política y la sociedad, en el caso de México con Estados Unidos, es incuestionable su interdependencia. El nuevo gobierno mexicano deberá adoptar políticas al respecto, con un enfoque hacia el crecimiento económico, a la competitividad y al empleo, y con una gestión política exterior determinante; por ejemplo, el valor territorial que representa el compartir frontera con Estados Unidos que; “lidera compromisos globales y relaciones complejas, luchando por ejercer la primicia global, coloca a México en una posición estratégica frente a los demás territorios, donde esta implícita la geoestrategia: la gestión estratégica de los intereses políticos”, (Brzezinski, 1998)

El deporte y la geografía de nuestros días nos recuerdan que el mapamundi se vuelca alrededor de la, “aldea global del deporte nacional de muchos países, el futbol. Las líneas de fractura ideológicas, las divergencias políticas y las diferencias culturales, se olvidan”, (Boniface, 2018). El futbol es el nuevo cimiento de la identidad nacional. A los elementos clásicos constitutivos del Estado como el territorio, la población o el gobierno, puede en lo sucesivo añadirse un equipo nacional de futbol, muestra de lo anterior la Copa del Mundo Rusia 2018.

Pero existe otro sector que se mueve con fuerza, los eSport; deportes electrónicos que, “son fenómenos extremadamente contemporáneos”, (Albuerno, 2016); vea usted porque:

- En 1972, el primer vestigio se remonta al campus de Stanford, donde se organizó un prototorneo de ‘Spacewar’.
- En 1980, el torneo presencial Space Invaders National Championship, organizado por Atari, reunió a 10 mil personas.
- En 1990, el Nintendo World Championships, y una serie de eventos en el E3, consistentes en varias pruebas, por equipos o individuales, de juegos emblemáticos de Nintendo; Super Mario Bros, Tetris y Rad Racer.
- Pero fue hasta el año 2000 cuando nació el eSport contemporáneo en Corea del Sur, en el que jugadores de videojuegos famosos por aquel entonces se ganaron la denominación administrativa de “Ciberatletas”. Congregaron a 120 mil personas en Busan, y las grandes ligas nacionales se retransmitieron por televisión.
- El Creciente desempleo en el país en los años 2000, la temprana regulación del deporte electrónico por medio de una asociación dependiente del ministerio de cultura y deporte, y la evidente naturaleza tecnológica de Corea del Sur.

A lo anterior agreguemos que:

El debate sobre si deben ser considerados como deporte es un tanto polémico, pero para los expertos está claro, lo son. Gobiernos como el estadounidense o alemán reconocen a los jugadores profesionales de videojuegos como atletas y el Comité Olímpico Coreano ha concedido el rango de deporte olímpico a los eSports (Casanova, 2017 párr. 5)

En este escenario del tablero mundial, “los juegos y los hombres hacen una clara conexión entre juego y cultura, donde los juegos no sólo forman parte de la cultura, sino que son constitutivos de ella”, (Paul Alsina , 2007); los videojuegos, un formato de juego omnipresente en nuestra cultura contemporánea, para PC, dispositivos móviles y consolas, han crecido desde que se creó el primer juego electrónico; se han mejorado plataformas, sistemas de operación, gráficos, jugabilidad, etcétera.

La práctica de videojuegos se ha fortalecido con las nuevas generaciones de usuarios, que nacen y crecen rodeados de dispositivos móviles, consolas, y diversas plataformas de video, divulgación y comunicación como youtube, twitch, mixer, twitter, instagram, facebook, reddit o discord; este es el mercado ideal, los adolescentes y jóvenes; así, “la plataforma que la empresa de ventas online Amazon adquirió Twitch.tv por 735 millones de euros en 2014, desde entonces no ha hecho más que crecer a un ritmo vertiginoso, contando actualmente con más de 100 millones de espectadores”, (Casanova, 2017 párr. 5).

Los eSport son una estrategia georeferenciada de los nuevos gobiernos por dos razones, que a continuación se explican; la primera, “e-business (economía digital), un modelo de negocio electrónico y un comercio electrónico específico para la mercadotecnia deportiva; la segunda, el foro que representan para el mercado del e-marketing”, (Salazar C., Ciria Margarita; Rogelio Flores, Félix; Velázquez García, Claudia (Coords), 2013); ello ha generado comunidades de jugadores, que a nivel internacional traspasan las fronteras de países para participar en los torneos de esta nueva tendencia de hacer eSport.

Con esta evidencia, los gobiernos deberán ponerse de acuerdo en estrategias de mercado de consumibles para el tratamiento de este nuevo activo jugador- ciberatleta. Ante este desafío se encuentra la geopolítica y geoestrategia, que son claves en el diseño de un gran plan de diplomacia internacional; el eSport, un nuevo enfoque comercial es explotable, diverso y muy amplio, en cualquier lugar del mundo.

Como requisito, el juego debe permitir que se enfrenten dos o más jugadores en igualdad de condiciones, debe contar con competiciones, equipos y medios de comunicaciones oficiales, finalmente debe tener un número amplio de jugadores activos como los que ya posee la League of Legends.

Para ello basta un ejemplo, “la posible llegada de los deportes electrónicos a las Olimpiadas de París 2024”, (Palazuelos, 2017 Párr. 1), que comparte valores con el deporte profesional y en donde ya existe una Liga de Videojuegos Profesional mundial.

De esta manera la arquitectura de nodos y redes electrónicas dirigirán a partir de ahora la experiencia de la revolución del deporte y la tecnología internacional, modelando la actividad empresarial conjuntamente con los nuevos gobiernos; y los gestores de políticas públicas tendrán nichos de mercado que reflejen nuevas tendencias de información social y consumo responsable on line. ☺

Los eSport son una estrategia georeferenciada de los nuevos gobiernos por dos razones, que a continuación se explican; la primera, “e-business (economía digital), un modelo de negocio electrónico y un comercio electrónico específico para la mercadotecnia deportiva.

