



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Sede Rosario

“Los Deportes Electrónicos como nueva posibilidad de mercado en Argentina. Una perspectiva de las Relaciones Públicas”

Tesis presentada para cumplir con los requisitos finales para el título de Licenciatura en Relaciones Públicas

Autor: Mariana Cudós Claret

Tutor: Prof. José Huberto Kruehl

Febrero de 2017

Resumen

Con el presente documento, se buscara demostrar que las Relaciones Públicas son aplicables a todos los sectores de la sociedad, no solo a las áreas públicas y privadas, como en muchos casos se cree, sino que también son requeridas por las organizaciones sin fines de lucro.

Todas las organizaciones, cualquiera sea su tipo, tamaño y objetivos, requieren de un modelo estructurado y planificado sobre cómo actuar en determinadas ocasiones, de lo contrario las acciones que tome la organización podrían tener un alto margen de error, que podría resultar en crisis.

Los profesionales de Relaciones Públicas son los encargados de analizar las organizaciones de forma interna, captar sus necesidades y falencias para luego solucionar los problemas que se presenten. Así mismo se utilizan herramientas que permitan facilitar el trabajo de comunicación interna y externa de cada entidad.

Si una organización se encuentra atravesando un periodo inestable y de incertidumbre, los profesionales de Relaciones Publicas acudirán para brindar su ayuda desde el análisis y la planificación estratégica. No importa cuanta trayectoria tenga la entidad, no importa cuántos obstáculos se presenten, las Relaciones Publicas poseen una herramienta para cada situación.

En la actual intervención de caso, nos encontramos con la única asociación encargada de regular una nueva rama de los deportes dentro del país. Es decir, es un nuevo mercado, que la gran mayoría de los individuos y empresas desconoce, donde la única entidad encargada de regular las actividades del mismo es una asociación sin fines de lucro que se encuentra limitada por sus características como entidad no gubernamental.

Considerando la situación y limitaciones que presenta la asociación, se realizó una campaña estratégica de relaciones públicas de corta duración, en la cual se esperan obtener resultados positivos e inmediatos.

Se ayudará a la asociación a ser reconocida dentro de la comunidad y se logrará que los deportes electrónicos obtengan un marco profesional, al igual que los deportes tradicionales en el país.

Palabras Clave: Relaciones Públicas, Deportes Electrónicos, Asociación, Argentina, eSports, Tecnologías, Videojuegos, Boca Juniors, Inclusión Social.

Agradecimientos:

A mi familia por acompañarme en esta etapa de aprendizaje y crecimiento.

A mi tutor de tesis José Krueel por apoyarme con entusiasmo y guiarme durante el proceso.

A mi director de carrera Marcos Gasparutti por aportarme los conocimientos y su tiempo durante el transcurso de la carrera.

A mis profesores que se esmeraron por brindarnos conocimiento y los deseos de crecer profesionalmente.

A una persona especial que me introdujo en el tema brindándome su apoyo incondicional y su conocimiento que formo durante años.

A mis compañeros que siempre estuvieron dispuestos a ayudarme y a escuchar en momentos de crisis.

A mis amigos que me dieron fuerzas cuando me sentí cansada o confundida.

A los miembros de la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos por abrirme sus puertas y permitir que sea parte del crecimiento de una comunidad tan grande y novedosa.

A todos aquellos que desde su lugar aportaron un granito de arena para que hoy este aquí.

Índice

| | |
|--|----|
| Título del proyecto:..... | 6 |
| Área temática | 6 |
| Introducción..... | 6 |
| Problemática..... | 7 |
| Objetivos de la Investigación | 8 |
| Objetivo general:..... | 8 |
| Objetivos Específicos:..... | 8 |
| Metodología | 8 |
| Planeamiento..... | 9 |
| Las Relaciones Públicas en el Siglo XXI..... | 9 |
| Tercer Sector: Relaciones Públicas en las Organizaciones Sin Fines de Lucro..... | 12 |
| Organizaciones del Tercer Sector en Argentina..... | 15 |
| Revoluciones Industriales..... | 16 |
| Etapa estructural..... | 20 |
| Los Deportes Electrónicos..... | 20 |
| Asociación Argentina de Deportes Electrónicos..... | 23 |
| – Secretaria de Formación Deportiva y Cyberatletismo..... | 23 |
| – Secretaria de Hacienda y Finanzas:..... | 24 |
| – Secretaria de Competencias:..... | 24 |
| – Secretaria Social y Cultural:..... | 24 |
| – Secretaria de Comunicación:..... | 24 |
| Misión de la asociación Argentina de Deportes Electrónicos..... | 24 |
| Visión de la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos..... | 24 |
| Federación Internacional de los eSports..... | 25 |
| Confederación panamericana de deportes electrónicos..... | 25 |
| Diagnóstico de Situación..... | 26 |
| El Plan | 27 |
| Objetivo General..... | 28 |
| Objetivos Específicos..... | 28 |
| Públicos..... | 28 |
| Público Objetivo | 28 |
| Etapa Logística..... | 29 |

| | |
|--|----|
| Estrategias a implementar, determinación de acciones y medios..... | 31 |
| Gestión de Comunicación 2.0..... | 31 |
| Página Web..... | 31 |
| Fan Page de Facebook..... | 32 |
| Twitter..... | 33 |
| Cobertura de eventos presenciales y virtuales..... | 35 |
| Canal de Youtube Gaming..... | 36 |
| Revista Digital | 37 |
| Solicitar reunión con la Secretaria de Deportes | 38 |
| Presupuesto..... | 39 |
| Calendarización..... | 40 |
| Etapa Estratégica | 41 |
| Conclusión..... | 43 |
| Bibliografía | 44 |
| Glosario de términos..... | 45 |
| Anexos | 47 |
| Logo AADE..... | 47 |
| Organigrama de la AADE..... | 47 |
| Primer charla informativa con la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos, audio desgravado y transcripto: | 47 |
| Medios de comunicación:..... | 61 |
| Facebook..... | 61 |
| Página web..... | 62 |
| Twitter..... | 64 |

Título del proyecto: Los Deportes Electrónicos como nueva posibilidad de mercado en Argentina, una perspectiva de las Relaciones Públicas

Área temática: Las Relaciones Públicas aplicadas al Tercer Sector

Introducción

Históricamente en nuestro país los inmigrantes que llegaron a estas tierras trajeron el convencimiento de que para que sus familias pudieran progresar debían lograr que, al menos uno de sus hijos, fuese médico, abogado, cura o militar.

Ingresando a este nuevo siglo, la presencia de las tecnologías ha abierto diversos campos de acción que difieren totalmente de aquellos viejos preceptos. Esta realidad en la cual estamos inmersos nos obliga a aggiornarnos a nuevas posibilidades y oportunidades que se nos presentan en el campo laboral y profesional.

Como consecuencia de los avances tecnológicos ha surgido una nueva industria. Aquello que comenzó como un hobby a través de consolas de juegos individuales, hoy se ha transformado en una revolucionaria rama de los deportes. Dicha rama es la conocida como Deportes Electrónicos.

Certeramente, los deportes electrónicos (eSports), son un negocio rentable que colma estadios y genera millones de dólares a nivel mundial. Se trata de competiciones reguladas por organizaciones, con eventos periódicos que se llevan a cabo en diversos países e incluyen variados géneros y competencias, desde juegos de peleas hasta simuladores deportivos o títulos de estrategia. Existen diversas organizaciones encargadas de la gestión de estos torneos, donde en su gran mayoría se compite por importantes premios en efectivo. Algunas marcas líderes como Coca-Cola American Express, Microsoft, Intel, AMD, Kingston, Sony y Nintendo han decidido patrocinar eventos y equipos de los eSports, pero no son las únicas, decenas de otras empresas están invirtiendo recursos para publicitar sus productos de esta manera. La idea resulta simple: los deportes electrónicos son verdaderamente una buena vía de publicidad para muchos tipos de compañías debido a que se trata de una industria extraordinariamente segmentada, donde es muy fácil encontrar el público objetivo de algunas empresas.

Esta rama de los deportes ya se encuentra muy desarrollada en los continentes de Europa y Asia. Allí los jugadores son profesionales, poseen contratos con marcas y

facturan millones de dólares a través de sus patrocinadores. Dentro de Latinoamérica esta actividad aún se encuentra en desarrollo, algunos países están dando sus primeros pasos, incluso Argentina, que, si bien todavía no ha visto la oportunidad de inversión en este nuevo mercado, posee una comunidad que está comenzando a crecer abruptamente.

Problemática

Resulta difícil para los gamers de nuestro país pensar en crecer profesionalmente, en primera instancia porque dentro de Argentina, los deportes electrónicos no poseen el mismo estatus que tienen los deportes tradicionales. Muchas marcas no saben siquiera de la existencia de esta rama deportiva, así como también gran parte de la sociedad desconoce sobre esto.

Habiendo detectado esta situación es que en el año 2014 se crea la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos, única entidad de carácter nacional encargada de regular y promover las actividades de esta rama deportiva, así como también de formar a los competidores para eventos nacionales e internacionales.

Para esta intervención de caso hemos decidido trabajar en conjunto con la anteriormente mencionada Asociación Argentina de Deportes Electrónicos (AADE). Desde el comienzo de su fundación, sus integrantes han hecho todo a su alcance para lograr que este linaje de los deportes se desenvuelva y prospere a nivel nacional. Sin embargo, hay trabas que frenan el crecimiento y cumplimiento de objetivos de la asociación, por ese motivo, como relacionistas públicos, ofrecemos nuestra ayuda profesional para realizar una campaña de Relaciones Públicas.

El objetivo del presente trabajo será ayudar a la AADE a crecer dentro de la comunidad gamer existente en el país, como así como también lograr que los deportes electrónicos obtengan un marco profesional que permita a las marcas confiar en una inversión segura en el nuevo mercado.

Objetivos de la Investigación

Objetivo general:

Lograr que las empresas visualicen a los eSports como una nueva posibilidad de mercado a través de las acciones que realizará la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos.

Objetivos Específicos:

1. Establecer la relevancia de los deportes electrónicos a nivel nacional
2. Atraer marcas auspiciantes
3. Brindar un marco de profesionalismo a los eSports

Metodología

Para la presente campaña hemos optado por una metodología cualitativa a través de diversas herramientas:

- Entrevistas con el Fundador de la Asociación de Deportes Electrónicos, Luis Regalini y con el resto del equipo.
- Recopilación de notas y noticias acerca de los deportes electrónicos dentro de Argentina.
- Asistencia a eventos donde la Asociación fue participe
- Películas y documentales acerca del tema

Se utilizaron definiciones y tipologías en lo que refiere al tercer sector. En cuanto a los deportes electrónicos, es un tema muy incipiente en lo que respecta a material bibliográfico. Por lo tanto, se acudió a películas y documentales que trataran del tema.

Planeamiento

Siguiendo el modelo de Lorenzo Blanco (2000) y para la coherente realización de una campaña de Relaciones Públicas, la planificación constara de tres etapas que guiaran el proyecto: etapa Estructural, etapa Logística y etapa Estratégica.

En su libro “El Planeamiento de Relaciones Públicas”, el autor sostiene que los fundamentos de plan y orden deben ser aplicados a todas las organizaciones, sin importar el tipo de estructura que posean. Las acciones deben proyectarse en un tiempo fijo, teniendo en cuenta los recursos, las circunstancias y un proceso estratégico.

“El plan, el Planeamiento, la Planificación, acepciones de una misma función, requiere una disposición especial, una verdadera vocación, una sólida predisposición destinados a seleccionar las mejores alternativas disponibles y los instrumentos idóneos para establecer el curso de acción, propulsado por una cadena de decisiones coordinadas entre sí, procurando lograr objetivos concretos y accesibles, fijando encaminamientos apoyados en la logística, en la estrategia operativa y regulado por un puntual control de gestión”. (Blanco, 2000, p 89)

En el trabajo se verán marcadas las tres etapas de Lorenzo Blanco, estas serán el eje de la intervención y permitirán llegar a los resultados estimados en tiempo y forma, así mismo nos brindará la posibilidad de replantear y corregir sobre la marcha.

Las Relaciones Públicas en el Siglo XXI

Según los autores Ferrari y França, en su libro “Relaciones Públicas. Naturaleza, función y gestión de las organizaciones contemporáneas” (2011), para las relaciones públicas la actividad prioritaria está en las cuestiones públicas tanto en áreas gubernamentales como así también en sectores organizacionales y organizaciones del tercer sector. Además se ocupan de transmitir información a la opinión pública con el mero objetivo de describir con nitidez la existencia y el rol que cumplen esos organismos; así mismo aspiran a demostrar que dichas actividades se desenvuelvan en beneficio de la sociedad de la que forman parte y de la cual obtienen su legitimación.

Las organizaciones del siglo XXI, se están enfrentando a una realidad absolutamente diferente a la que predominaba años atrás, el panorama actual muestra consumidores que poseen un papel más activista, donde esperan y exigen comportamientos socialmente más responsables por parte de las organizaciones con las que deciden relacionarse. A la hora de elegir una empresa para el consumo, el público no solo busca calidad en los productos o servicios, sino que también exige un alto cuidado del medioambiente, que los derechos humanos sean respetados en todos sus niveles y que la comunicación de la empresa sea absolutamente transparente.

Quizá resulte necesario recordar la definición de Relaciones Públicas para poder comprender como esta profesión puede cubrir las nuevas necesidades que poseen estas empresas. Siguiendo con la línea de pensamientos de Lorenzo Blanco, el autor explica que

“... están al servicio de las organizaciones, produciendo hechos concretos en apoyo de la conducción, desarrollando su acción hacia metas realistas, mediante una conducta profesional idónea y correcta, con un funcionamiento planificado y continuo, mediante un enfoque generalista que incluye a personas y grupos de personas, conocidas o no, agrupadas o dispersas, calificando esta labor con un sentido ético, una total solvencia técnica y un nivel jerárquico indispensable” (Blanco, 2000, p. 27)

Para los autores Ferrari y França, estas acciones a las que venimos haciendo mención con anterioridad, son aplicables a tres sectores de la sociedad a saber:

- Primer Sector: Relaciones Públicas en el Gobierno
- Segundo Sector: Relaciones Públicas en las empresas privadas
- Tercer Sector: Relaciones Públicas en las Organizaciones sin fines de lucro

En lo referente al gobierno, el trabajo de los relacionistas públicos abarca la administración central: regional y locales. El trabajo de los consultores profesionales es ayudar a los gobernantes en lo que refiere a la acción pública, la relación con sus pares y a la forma de comunicarse con la sociedad que representa. Por este motivo es que se forman asesorías de Relaciones Públicas, las cuales se ocupan de la comunicación de los organismos de gobierno. Dentro de sus incumbencias están la gestión de crisis, la

actividad de lobby o tráfico de influencias, la comunicación del gobierno así como el protocolo de ceremonial y los eventos.

Es importante destacar que el sector público se compone por el conjunto de corporaciones, instituciones y oficinas del Estado; su finalidad no es el lucro, sino la satisfacción del bien general mediante la provisión de servicios mediante los aportes del tesoro público. Aquello que es estatal es público, debido a que no pertenece a una persona o una empresa en particular, sino que es propiedad de todos los habitantes. Trabajan en este sector, aquellas personas que integran alguno de los tres poderes del Estado: Ejecutivo, Legislativo o Judicial, o en cualquier dependencia pública. A través de estos organismos, el Estado se encarga de cumplir sus funciones, garantizar el correcto cumplimiento de la ley y de ejecutar sus políticas. Los objetivos de este sector son: “propiciar el crecimiento económico haciéndolo a su vez sostenible con la protección del medio ambiente, conseguir el pleno empleo, mejorar la distribución de la renta, y evitar el déficit público y el déficit exterior en la medida de lo posible”. (Baena 2009).

Lo que resulta más característico del sector público, es que, los individuos que lo componen son elegidos democráticamente por la población o a través de los funcionarios que representan la comunidad en nuestro país. Muchas veces, esto último, genera disputas por parte del pueblo, basadas en que los funcionarios no representan precisamente sus necesidades, ya que fueron elegidos por ellos mismos, creándose así una burocracia inefectiva y llevando a la intervención excesiva de la política que roce la corrupción.

El sector privado se compone de entidades que se encuentran en manos de personas o sociedades comerciales, este hace referencia al conjunto de actividades dentro del mercado que no dependen del control estatal, cuya finalidad es, a diferencia del gubernamental, la obtención de beneficios económicos a través de diversos productos que pretenden comercializar. Las empresas privadas necesitan de las relaciones públicas, ya que ellas tienen como objetivo construir la marca y mantener el prestigio de las entidades a las que representa. Para ello, los profesionales de relaciones públicas sugieren actividades innovadoras, globales, comprometidas con los valores humanos y buscando lograr relaciones simétricas interactivas con las personas, la sociedad, las demás organizaciones y sus públicos, a fin de que se produzca un

incremento en el desarrollo de los negocios. Su tarea reside en crear vínculos estratégicos y eficaces con quienes tendrán interacción, utilizando para ello un dialogo armónico y productivo entre las partes, así como también en trazar un mapa de las relaciones entre el mercado y las instituciones existentes.

Habiendo analizado el primer y segundo sector, llegamos a la conclusión de que el sector privado se encarga de todo lo relacionado con el mercado, mientras que el sector público pone su énfasis en los asuntos del estado. Ambos poseen tareas absolutamente necesarias para la sociedad y su buen funcionamiento, sin embargo no cubren todas las esferas organizativas.

Tercer Sector: Relaciones Públicas en las Organizaciones Sin Fines de Lucro

Existe un tercer sector que no persigue fines lucrativos y cuya función, si bien se dirige a la producción de servicios sociales, no busca influir sobre el control de los mismos. Son aquellas funciones de las cuales el mercado no puede ocuparse y el estado no puede solucionarlas con el poder político ni sus derechos. Podemos advertir que autores como Besser y Cunill siguieren que este sector “son organizaciones o formas de control públicas porque están volcadas al interés general; son no estatales porque no forman parte del aparato del Estado, sea porque no utilizan servidores públicos o porque no coinciden en los agentes políticos tradicionales” (1998,p 26)

Entre los innumerables conceptos que refieren a este sector, uno de los más acertados es el de la autora Teresa Montagut quien considera a este, como un conjunto, tanto de organizaciones como entidades, cuyas actividades van dirigidas a la simple satisfacción de las necesidades sociales, que no poseen afán de lucro, y las cuales se encuentran financiadas, mayormente por el sector público. (Montagut 2000).

Tradicionalmente, estas organizaciones sin fines de lucro son asociaciones humanitarias que vuelcan sus acciones a los sectores más desprotegidos de la sociedad. Estas ONGs, en su mayoría, se abocan a erradicar la pobreza que emerge de la exclusión social. Con el paso del tiempo, el campo de acción de estas organizaciones se ha expandido y diversificado abarcando diferentes grupos sociales y actividades.

En términos jurídicos, las organizaciones del tercer sector adoptan diferentes formas como asociaciones, fundaciones, organizaciones comunitarias, corporaciones,

organizaciones no gubernamentales, organizaciones voluntarias y organizaciones filantrópicas. Todas ellas apuntan a promover y a desarrollar actividades de salud, educación, identidad cultural, actividades deportivas y recreativas, investigaciones de carácter tecnológico o científico, a cuidar el medio ambiente y los derechos humanos.

Las organizaciones no gubernamentales establecen una función absolutamente importante dentro de la sociedad ya que estimulan la solidaridad y facilitan la orientación de las iniciativas liberales y no tradicionales. Podemos encontrar muchos tipos de organizaciones dentro del tercer sector pero todas ellas comparten determinadas características:

- Estructuradas: poseen un cierto grado de institucionalización. Si no es a través de una personería jurídica o algún otro certificado legal, la formalidad puede demostrarse, alternativamente, a través de encuentros regulares o reglas de procedimiento entre otras opciones
- Privadas: Son independientes del gobierno y no deben estar dirigidas por directivos seleccionados por agentes gubernamentales
- Nolucrativas: los fondos acumulados no deben redistribuirse entre sus socios o directores, contrariamente, deben ser reinvertidos para el cumplimiento de los objetivos básicos de la organización
- Autogobernadas: de ninguna manera pueden estar controladas por entidades externas y deben poseer sus propios procedimientos internos de gobierno y organización
- Nocomerciales: su objetivo no debe ser la venta comercial, sin embargo, esto no quita que puedan obtener ganancias de sus actividades
- Nopartidarias: no deben estar comprometidas ni apoyar a candidatos políticos

- Voluntarias: deben tener metas y objetivos significativos de participación voluntaria

En consideración a las características propias de las Organizaciones Sin fines de Lucro, algunos dirán que son mayores las desventajas que las virtudes que estas pueden llegar a tener y, sobre todo, si se evalúa el aspecto económico. Sin embargo, estas poseen ventajas muy grandes. Uno de los puntos más representativos del sector, es la fuerza de voluntad y el alto grado de motivación que poseen aquellos que deciden involucrarse. Quienes conforman las ONG, tienen motivaciones que superan las expectativas económicas, asumen el concepto de compromiso social y lo trabajan como prioridad en sus vidas. También, existe un alto grado de cooperación entre las Organizaciones No Gubernamentales. Por ello, resulta lógico pensar que si los voluntarios de cada organización tienen como valor principal el ser solidario, se encuentren dispuestos a ayudar a quienes luchan por los mismos objetivos y metas, situación que incluso repercute a nivel global en la sociedad.

Como se mencionara anteriormente, existen numerosas organizaciones que se encuentran dentro del Tercer Sector. Por lo tanto, podemos encontrar infinitas clasificaciones y tipologías que intentan ordenar un poco esta enorme cantidad de entidades. Una de las más adecuadas es la siguiente:

Organizaciones del Tercer Sector en Argentina

| | |
|--|--|
| <p style="text-align: center;">Asociaciones Civiles</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Cooperadoras • Organizaciones de colectividades • Sociedades de fomento/barriales • Bibliotecas populares • Academias nacionales y centros de investigación • Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) • Organizaciones de base comunitaria |
| <p style="text-align: center;">Mutuales</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Previsión social, crédito, vivienda, salud, consumo • Excepto las financieras y de seguros |
| <p style="text-align: center;">Fundaciones</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Políticas • Culturales • Educativas • Medicas • De Asistencia Social • Empresarias |
| <p style="text-align: center;">Cooperativas</p> | <ul style="list-style-type: none"> • De trabajo, agropecuarias, de servicios públicos • Excepto comerciales, industriales, bancarias y de servicios |
| <p style="text-align: center;">Obras Sociales</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Sindicales, de personal de dirección y por convenio con empresas privadas o publicas |
| <p style="text-align: center;">Sindicatos</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Por rama de actividad y por empresa |

Como muestra el cuadro de tipologías, existen asociaciones civiles, fundaciones, mutuales, cooperativas, obras sociales y sindicatos. Cada una de ellas cumple un rol importante dentro de la sociedad, abarcando un área y público diferente.

Para el presente trabajaremos énfasis en las Asociaciones Civiles, ya que el actual documento se aboca a una campaña de Relaciones Públicas para la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos.

Una asociación civil es una entidad de carácter privado que no posee ánimo de lucro. Se encuentra formada por un conjunto de personas que se unen para realizar y fomentar actividades cuya finalidad sea, simple y únicamente el bien común del colectivo social. En la estructura de las asociaciones, se trata de una agrupación que nace de la unión a voluntad de sus integrantes, quienes buscan y pretenden, permanencia temporal, donde los miembros se reúnen y resuelven las acciones, objetivos y metas para seguir adelante

Revoluciones Industriales

Los seres humanos somos competitivos por naturaleza y, como consecuencia de ello, constantemente buscamos diferenciarnos de los demás y tratamos de ser valorados por nuestras aptitudes. Pero lo cierto es que no siempre se compite por el mero hecho de ser mejor que otro, sino que también existen aquellos que buscan demostrarse a sí mismos que pueden ser mejores en lo que hacen día a día. Con los videojuegos sucede lo mismo, ya sea por el hecho de terminar un juego en un tiempo menor que los demás o por medir las capacidades frente a otro individuo con aptitudes similares.

Podría decirse que los deportes electrónicos no existirían sin la reciente Revolución Tecnológica que afectó radicalmente al mundo entero. Sin embargo, ésta fue resultado de las dos grandes revoluciones industriales que cambiaron el paradigma social, económico e incluso empresarial. Es por este motivo que se consideró necesario tratar el tema.

El primer eslabón que dio inicio al cambio que estamos atravesando, fue la Primera Revolución Industrial de mediados del Siglo XVIII. Esta fue una época caracterizada por los continuos inventos que se fueron desarrollando y por el establecimiento del capitalismo industrial. En primera instancia, para el año 1800, se

inventó la pila eléctrica, luego la primera locomotora a vapor y, pocos años después, esta misma se puso en funcionamiento. En 1834 se ideó el telar y la máquina de hilar, y, casi al mismo tiempo, se inventó el telégrafo el cual impulsó fuertemente a las comunicaciones. Todas estas nuevas invenciones junto con el carbón y el hierro, causaron que el sistema industrial se afirmara como la principal actividad económica: había más trabajo y se generaba un mayor capital, el cual se reinvertía para suministrar el sistema de producción. Al mismo tiempo, el sistema industrial vino acompañado de nuevas relaciones sociales de producción entre patrones y obreros, los dueños de las fábricas conformaron una burguesía rica, culta y emprendedora, se los llamó “empresarios”; mientras que los obreros, a quienes se les pagaba un salario mínimo por su trabajo, constituyeron el proletariado industrial y formaban parte de la escala social más baja.

A la par que se daban estos acontecimientos, la sociedad comenzó a sufrir transformaciones aún más profundas, marcadas por la implementación de una nueva ideología: el liberalismo. Este incluía un espectro de diferentes políticas económicas: la libertad de comercio, la contratación y despido de trabajadores y en que el Estado tenía una interferencia mínima en los asuntos económicos, ya que se consideraba que todos los hombres nacen iguales, libres, y estos pueden, a través de su trabajo, prosperar económicamente y desarrollar sus capacidades individuales.

Gradualmente, la tecnología fue creciendo dentro de la sociedad; la luz eléctrica, el gas y el transporte público facilitaron las tareas y viajes. De ciudades alumbradas por petróleo, donde el único medio de transporte eran los carros de caballos, se pasó a viajar en máquinas de vapor y a tener alumbrado eléctrico.

El segundo factor que conlleva a la nueva era tecnológica, es la Segunda Revolución Industrial, iniciada a mediados del siglo XIX. Esta vez surgen cambios en las fuentes de energía; además del carbón y uso del vapor, surgen la electricidad y el petróleo. La electricidad permitió la renovación de las comunicaciones y el entretenimiento, dando lugar al teléfono, el telégrafo, la radio, el cine y la fotografía. En lo que refiere al transporte, se comienza a utilizar la electricidad como fuente energética para el movimiento del metro y el tranvía. Por su parte, el petróleo y sus derivados dieron lugar a los automóviles y, del mismo modo, se utilizaron para la aviación. A

partir de este elemento, se desarrollan nuevas fórmulas químicas, que resultaron muy útiles para la vida de los habitantes.

Otros cambios radicales fueron los de los transportes de tierra, mar y aire. Se construyeron grandes vías férreas internacionales, comenzó a darse una mayor producción de automóviles, a los que se le sumaron los autobuses y luego los camiones. A nivel de viajes transoceánicos, aparecen los buques de acero, que, gracias a los nuevos motores y materiales usados para la construcción, permitieron disminuir la duración de los viajes, reduciendo igualmente, los costos.

Acorde a estos antecedentes, se podría decir que, una revolución es un cambio radical en la manera predominante de actuar y pensar, que afecta directamente a toda la sociedad a nivel económico, político y cultural.

A mediados del siglo XX, comenzó una Tercera Revolución que fue denominada como Revolución Científico-Técnica o Revolución de la Inteligencia, debido a la importancia que la tecnología y las comunicaciones han tenido en la transformación de la industria. Esta Revolución, afectó principalmente la cultura social y a las empresas, las cuales sufrieron significativas modificaciones en sus modelos.

Es evidente que uno de los fenómenos que ha marcado fuertemente a esta nueva revolución, es Internet. Esta red informática de nivel mundial nos coloca en una nueva era, en la cual se adoptan otro tipo de prácticas culturales y, por supuesto, nuevas formas de diálogo, comunicación y entendimiento; acercando a estudiantes fuera del ámbito escolar, hombres empresarios negociando desde sus oficinas con el resto del mundo o simplemente individuos compartiendo momentos de ocio desde un cibercafé en tiempo real con otros, situación que tiempo atrás, hubiera sido impensable.

Internet y todas las demás tecnologías relacionadas con la red provocaron que, hoy por hoy, se pueda estar prácticamente en cualquier parte sin estar allí físicamente y donde las distancias se miden en segundos. En el ámbito laboral, esto resulta en un nuevo horizonte en cuanto a posibles formas de trabajo. Sin embargo, la mayor parte de las empresas, aún conservan prácticas laborales como las que se aplicaban para la época industrial, que deberían ser reconsideradas, porque lo que antes funcionaba, en esta nueva era de tecnología requiere de otras formas y resultados.

Las nuevas tecnologías no solo han cambiado las estructuras de las empresas, sino que también han producido un cambio en la perspectiva de los individuos. Cada día

es más común encontrar personas que trabajan a través de un ordenador desde la comodidad de sus casas; esto es realmente posible gracias a las nuevas telecomunicaciones de la actualidad. Podemos comunicarnos escrita y oralmente con personas que se encuentren en cualquier parte del mundo en tiempo real, con el uso de un programa, podemos ver en la pantalla de nuestro celular o computadora, a otra persona que se encuentre a kilómetros de distancia. Si esto es posible, entonces trabajar en red, también lo es. Muchísimas empresas están comenzando a integrar las nuevas tecnologías como parte de sus esquemas, capacitando a su personal para que puedan utilizar softwares que disminuyan los costos y tiempos, para así elevar su rentabilidad.

Estos cambios tan abruptos han llevado a que las empresas debieran buscar nuevas formas de gestionar su comunicación, de desarrollar actividades e incluso visualizar la posibilidad de nuevos mercados. Es en este punto donde vemos la importancia de realizar este trabajo, desde su rol de Relacionista Pública, ya que observa la falta de noción por parte de Argentina, sobre un nuevo mercado que ofrece atractivas oportunidades de crecimiento y desarrollo: los eSports.

Etapas estructural

Los Deportes Electrónicos

Años atrás, los niños acostumbraban a jugar en las calles, a jugar con juguetes de todo tipo, pero con los cambios y avances tecnológicos, esos niños han crecido en un entorno donde predominan las computadoras, internet, juegos de video y teléfonos celulares dando lugar a los llamados nativos digitales. Estos son individuos que logran aprender ágilmente todo lo relacionado con comunicación y tecnologías de la información, muchos aspectos de la vida de estas personas giran en torno a la tecnología, utilizan los teléfonos celulares prácticamente para todo: ocio, comunicación, diversión, aprendizaje, y cualquier actividad cotidiana que surja. Los eSports han tomado los fundamentos de las competiciones deportivas tradicionales y las han trasladado al mundo digital. Esto conlleva a que el sueño de muchos aficionados a las consolas, desea poder convertirse en uno de los más destacados jugadores del mundo y recibir un sueldo por hacer lo que mejor saben. Sucede que, al igual que el fútbol y otros deportes masivos, los videos juegos atraen a millones de seguidores y auspiciantes que han convertido a muchos talentosos gamers en cyberatletas reconocidos internacionalmente.

Los deportes electrónicos o también llamados eSports, son considerados juegos, al igual que la mayoría de los deportes que se realizan en todo el mundo. Estos consisten en diversas competiciones que se dan a través de una interfaz virtual de forma presencial y profesional. Son, sin dudas, la rama más radical de los deportes. Eventos de gran magnitud son organizados para retransmitir las partidas, marcas internacionales auspician e invierten en los deportes electrónicos e incluso se televisan los campeonatos, miles de jóvenes entrenan hasta el cansancio para mejorar sus técnicas y sinergia grupal, aspirando a ser los mejores en lo que aman hacer: jugar profesionalmente.

Los eSports, se han convertido en uno de los deportes que requiere más capacidad mental; no por su grado de esfuerzo físico, sino por el nivel de concentración que se debe utilizar y por la gran variedad de jugadas y estrategias que cada partida puede tener, convirtiéndolas en únicas e irrepetibles. Los juegos electrónicos competitivos se dividen en 5 grandes géneros: RTS, MOBA, CCG, FPS, SVG.

RTS: son aquellos juegos de estrategia basados en tiempo real (real-time strategy). El jugador puede manejar muchas unidades, cuyas acciones transcurren al unísono y por lo general, no se pueden dar órdenes en tiempo pausado. Están pensados para ser jugados de forma muy dinámica y rápida. El BattleRealms y Medieval II: Total War son ejemplos de estos.

MOBA: sus siglas hacen referencia a Multiplayer Online Battle Arena. Es un juego de multijugadores, derivado de los juegos en tiempo real. El juego se sitúa en un campo de batalla Online donde cada jugador tiene control sobre un solo personaje y debe trabajar en conjunto con su equipo para destruir la base enemiga. Los juegos más representativos de este género son el Defense of the Ancients (DOTA) o League of Legends (LOL).

CCG: son juegos de cartas coleccionables (CollectibleCardGame), donde existe una gran variedad de cartas no predefinidas y de diversos tipos, con características que otorgan individualidad a una, y con las cuales puede armar un mazo acorde a las reglas de cada tipo de juego en particular. El mazo de cada jugador suele ser único, pueden repetirse cartas, pero es muy improbable que dos jugadores tengan exactamente el mismo mazo. Algunos de los CCG más reconocidos son el Magic y el Hearthstone.

FPS: estas siglas hacen referencia a FirstPersonShooter, es decir, disparos en primera persona. Por lo general son juegos de acción, se caracterizan por la perspectiva que nos proporciona la pantalla, donde solo podemos ver lo que en teoría vería nuestra unidad. Son innumerables los juegos con modalidad FPS, sin embargo, los más conocidos son el Counter Strike y el Call Of Duty.

SVG: estos son juegos basados en un formato de gráficos vectoriales. Son conocidos como los famosos “arcade” y suelen jugarse a través de consolas que tengan un joystick o algún otro tipo de comando manual. La antigua máquina de PacMan es un claro ejemplo de svg, donde se jugaba con palancas y botones.

Si bien los videojuegos existen desde tiempos inmemorables, el nacimiento y evolución de este mercado, se da por la década del 90 donde los primeros eventos eran organizados entre amigos, donde intentaban superar las puntuaciones más altas o romper

tiempo records en finalizar un nivel, creando el impacto necesario como para llevar a compañías como Nintendo a realizar campeonatos mundiales de consolas donde toda la familia pudiera participar. Sin embargo la escena competitiva carecía de una forma de juego en la cual los participantes no se vieran limitados; hasta que, paralelamente, se consolidó la informática de consumo en los hogares y en entornos laborales. Cuando llegó internet todo cambió radicalmente, dando lugar a que una gran cantidad de personas pudieran jugar al unísono desde la comodidad de sus casas.

A partir de internet, los eventos organizados se volvieron más frecuentes, grandes y masivos en todas partes del mundo, se comenzaba a competir por premios importantes como Ferraris 328 GTS. Al poco tiempo comenzaron a lanzarse los juegos con modalidad “free to play”, donde el único requisito para jugarlo era tener un ordenador con internet.

En el año 2000, en Corea del Sur se creó la primera organización de los eSports: KoreanSportsAssociation. Fue entonces cuando todo dio un giro de 360 grados; los jugadores alcanzaron el estatus de celebridades debido a que las cadenas de televisión comenzaron a televisar y organizar ligas profesionales y eventos de enorme magnitud, un ejemplo es el “The International” de Dota2 que comenzó en 2011 y que actualmente reúne a miles de fanáticos y ofrece hasta 15.000.000 de dólares en premio.

La popularidad que alcanzaron las competiciones en Corea del Sur, llevó a la creación de la Korean eSports Association (KeSPA) en el año 2000. KeSPA surgió como una asociación de representantes del panorama surcoreano de los deportes electrónicos que avalaba de forma oficial a los jugadores profesionales en un país donde algunos de estos torneos se retransmiten a través de la televisión pública (Kalning, 2007; Red Apple Entertainment, 2006).

Gracias al auge de los deportes electrónicos se generaron nuevas plataformas audiovisuales que van desde canales de televisión hasta la transmisión en vivo de usuarios utilizando Youtubegaming o Twitch(primer plataforma orientada al público específico que lo consume).

Asociación Argentina de Deportes Electrónicos

La Asociación Argentina de Deportes Electrónicos (AADE), con domicilio en Montes de Oca 188 de Capital Federal, surge cuando dos integrantes de un equipo “gamer” comienzan a notar la ausencia de una infraestructura que se encargara formalmente de gestionar torneos competitivos a nivel nacional. Esto, produjo que se realizarán diversas charlas en las que se proyectaba la idea de iniciar la asociación. Transcurrido un corto período de tiempo el proyecto se puso en marcha, motivado por la pasión y el deseo de ofrecer una nueva oportunidad a quienes quisieran profesionalizarse en los videojuegos. Así fue como el 7 de Octubre del año 2014, se gestiona la Asociación ante la IGJ (Inspección General de Justicia), con el esfuerzo de sus máximas autoridades. Ellos son su presidente, el Sr. Luis Regalini y su vicepresidente, el Sr. Nicolás Crespo.

En la actualidad, la AADE es el único ente relacionado a los deportes electrónicos en Argentina, por esto es que la asociación aspira a regular, reglamentar y promocionar la actividad de estos deportes; fomentando la práctica eficiente, disciplinada y saludable de todos los deportistas electrónicos del país, generando un marco de profesionalismo en el cual puedan desenvolverse con mayor solvencia, haciendo hincapié en el compañerismo para que éste sea aplicado dentro del entorno profesional y cotidiano. La “AADE”, anhela estar a cargo de todas las actividades relacionadas con la selección de representantes de nuestro país en torneos provinciales, nacionales e internacionales en los cuales rija un reglamento propio del país, asumiendo la gestación y supervisión de los mismos.

La Asociación Argentina de Deportes Electrónicos cuenta con un organigrama dividido en cinco secretarías, donde cada una se encuentra a cargo de abarcar los diversos temas que afectan a la organización:

- **Secretaría de Formación Deportiva y Cyberatletismo** : busca capacitar al staff para que los equipos sean autosustentables. Se instruye a los jugadores sobre los hechos y obligaciones que resultan indispensables para satisfacer las necesidades del equipo profesional, y se enseñan conceptos básicos de cada rol en un equipo para lograr una buena sinergia.

- **Secretaría de Hacienda y Finanzas:** posee 3 ejes: el de conformación de asociaciones regionales en todo el país. El de estrategias de comunicación y, por último, el de desarrollo de proyectos, análisis y seguimiento de los mismos.
- **Secretaría de Competencias:** se asegura de que las actividades se desarrollen en igualdad de condiciones para todos los competidores, validando los resultados de competencias nacionales. Asimismo, regula las competencias a nivel nacional, y, a su vez, propone los formatos de competencias oficiales para la asociación.
- **Secretaría Social y Cultural:** se encarga de la organización de eventos y de generar vínculos con las comunidades y los representantes de los deportes electrónicos. Además, desenvuelve actividades de bien común y acción social, asesora a la Comisión Directiva en todo lo que se refiera a acontecimientos socio culturales y provee las pautas al personal de la asociación. También, dicha secretaria es la encargada de velar por el cumplimiento de las normas administrativas y de las actividades socioculturales, de recibir las inquietudes y reclamos de los socios relacionados con estas actividades, así como también de dirigir o fiscalizar los trabajos de los eventos de la organización. Tienen en cuenta a las personas con capacidades especiales encargándose de dirigir y fiscalizar todo lo relacionado con los requerimientos de las instalaciones deportivos sociales y culturales organizadas y desarrolladas para dichas personas.
- **Secretaría de Comunicación:** se divide en dos ejes centrales: comunicaciones y experiencia del consumidor. Busca difundir todas las actividades que se realicen, para que el público se mantenga informado y pueda participar.

Misión de la asociación Argentina de Deportes Electrónicos :regular y generar un marco de profesionalismo en los eSports o deportes electrónicos dentro de la Argentina.

Visión de la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos :lograr que los eSports tengan la misma importancia que tienen los deportes tradicionales a nivel nacional

Federación Internacional de los eSports

A pesar de llevar solo 4 años de existencia, la AADE ya es una entidad reconocida a nivel global por la organización líder de los deportes electrónicos: la IeSF (international eSports Federation).

Esta federación fue conformada el 8 de Agosto del año 2008 en Corea del Sur con el objetivo de estandarizar los deportes electrónicos en todas partes del mundo, estableciendo los modelos de acción a seguir para todos los países que estuviesen interesados en trabajar sobre el crecimiento de esta rama de los deportes. En sus comienzos solo 9 países se unieron a la IeSF pero al día de hoy, en el año 2017, ya son mas de 52 países los que forman parte de esta importante federación. Dentro de América se encuentran Argentina, Brasil y Costa Rica.

El hecho de que la AADE sea participe de la Federación Internacional de eSports, conlleva a que sea la única cara visible de los deportes electrónicos en Argentina, porque, como anteriormente dijimos, es la única entidad encargada de regular estos deportes dentro del país.

De esta manera la asociación se encuentra apta para para ofrecer a las comunidades y a los organizadores los protocolos y ceremonial que deben seguirse, así como también todas las herramientas necesarias para concretar eventos de gran magnitud de una forma organizada.

Confederación panamericana de deportes electrónicos

El martes 7 de junio del año 2016 se celebró, en un prestigioso hotel de la ciudad de Buenos Aires: la ceremonia fundacional de la Confederación Panamericana de Deportes Electrónicos (COPADEL o PANESCO, por sus siglas en inglés), fruto de un esfuerzo en conjunto de tres países americanos para establecer un ambiente propicio para la práctica del deporte electrónico en cada una de las naciones participantes.

Los partícipes de este evento fueron la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos, la Confederación Brasileña de Deportes Electrónicos (CBDEL) y la Liga Costarricense

de Deportes Electrónicos (LCDE). A su vez, COPADEL queda vinculada a la anteriormente mencionada Federación Internacional de Deporte Electrónico (IeSF).

El objetivo de COPADEL es darle voz y voto al continente en el acontecer del deporte electrónico mundial. Poniendo en marcha diversos programas para la inserción del deporte electrónico en la cultura y educación de los países integrantes como una disciplina deportiva real y positiva.

La Confederación Panamericana de Deportes Electrónicos permite llegar a equilibrar el campo de juego en América para que tanto atletas como clubes, ligas, organizaciones y patrocinadores puedan operar de manera justa y beneficiosa. Del mismo modo, la Confederación funciona también como una plataforma de referencia, donde se realizan debates y se dictan los lineamientos a seguir para el correcto desarrollo del deporte electrónico, en cada una de sus disciplinas particulares como en los aspectos de arbitraje, representación de jugadores, contratos, regulaciones y requisitos técnicos en la organización de torneos, entre otros.

Diagnóstico de Situación

Analizando la información recaudada sobre el panorama nacional y americano de los eSports y a partir de las charlas presenciales y virtuales con la asociación, llegamos a la conclusión de que las posibilidades de crecer como comunidad y mercado dentro del país argentino son elevadas.

La AADE cuenta con el apoyo necesario por parte de la entidad más grande y referente de los deportes electrónicos, la IeSF que facilita todas las herramientas necesarias para la realización de eventos masivos y para que desde el país se pueda aportar al crecimiento de este deporte.

Otro punto a favor es la existencia de la Confederación Panamericana de Deportes Electrónicos, si bien su formación es muy reciente, le da un peso muy importante a la organización y además es un gran paso hacia la profesionalización y el posicionamiento definitivo de la región en el mundo de los deportes electrónicos.

El problema central de la asociación radica en el sector nacional, donde aún no se tiene el peso suficiente como para que las marcas consideren invertir.

Pareciera que existe un alto grado de desinformación y desvinculación con los medios de comunicación, que son los encargados de transmitir la información a los públicos. El desconocimiento de una gran parte de la sociedad acerca de la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos y de los eSports en general, se debe a una falta de exhibición de las acciones y resultados que se han obtenido hasta el momento.

Otro punto influyente en la situación actual es que no se está logrando el marco profesional que buscan las marcas a la hora de patrocinar eventos o equipos, resultado de, como antes mencionamos, la mera desinformación y desconocimientos que estas poseen. Si pudieran medir y comprobar el público de llegada de los deportes electrónicos y el rango etario de estos, reconsiderarían la idea de patrocinar eventos a cambio de publicidad, ya que como mencionamos anteriormente, esto es publicidad fragmentada y de alto alcance.

En el presente trabajo se realizará un plan estratégico de Relaciones Públicas en el cual se propondrán diversas acciones para eliminar las trabas existentes y para así poder crecer a nivel nacional como ente regulador oficial de los deportes electrónicos desde un marco profesional.

El Plan

Para lograr que los deportes electrónicos crezcan dentro del ámbito nacional, se realizará una campaña de Relaciones Públicas y se trabajará en conjunto con la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos, con la especial participación de las secretarías de comunicación y la de cultura y sociedad.

La campaña será de corto plazo, la duración será de 3 meses ya que buscamos resultados rápidos de difusión y propagación. Acorde a los resultados, algunas de las acciones podrían proyectarse a largo plazo.

El presente trabajo tendrá una metodología de técnicas cualitativas, se utilizarán variedad de herramientas para la recaudación de datos a saber: entrevistas, charlas informativas, reuniones y participación activa.

Objetivo General

Lograr que los Deportes Electrónicos crezcan y sean reconocidos profesionalmente dentro del país

Objetivos Específicos

1. Lograr un mayor reconocimiento de la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos en la sociedad
2. Establecer vínculos con los medios de comunicación
3. Brindar un marco profesional a los deportes electrónicos
4. Contar con el apoyo de la Secretaria de Deportes de la ciudad de Buenos Aires

Públicos

Los públicos con los que la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos se relaciona son los siguientes:

- Comunidades
- Cosplayers
- Streamers
- Socios y colaboradores
- Padres y familias
- Diputados
- Senadores
- Secretaria de cultura y deportes
- ONG'S nacionales e internacionales
- Prensa
- Sponsors
- Proveedores
- Marcas de hardware

Público Objetivo

- Personas de 12 a 30 años de edad

- Prensa
- Marcas de hardware
- Gamers
- Secretaria de deportes
- Streamers
- Casters
- Coachings
- Colsplayers

Etapa Logística

Para poder cumplir con los objetivos propuestos, se trazaran acciones estratégicas acorde a las necesidades de la AADE captadas anteriormente, se tendrán en

cuenta las fortalezas que la asociación posee, y las oportunidades que se nos presentan para maximizar el potencial de la organización.

Son **fortalezas** de la asociación contar con el apoyo de la IeSF, que brinda el material, los estatutos, ceremonial y protocolo necesarios para poder realizar eventos y aportar conocimientos al resto de la comunidad.

La reciente creación de la Confederación Panamericana de Deportes Electrónicos resulta de vital importancia para los eSports, la unificación de los 3 países representantes conlleva a que se les otorgue un mayor grado de formalidad a cada uno.

Otra fortaleza es que internamente, existe una excelente comunicación a pesar de haber 5 secretarías diferentes. Se manejan de forma virtual ya que no todos los integrantes se encuentran en la misma ciudad, se reúnen esporádicamente y cuando lo hacen los ausentes son pocos e informados a la brevedad o en tiempo real gracias a las video llamadas.

El público de la AADE, es muy amplio pero se encuentra lo suficientemente fragmentado como para que los mensajes lleguen a sus destinatarios: los gamers. Es una comunidad amplia, sin embargo quienes forman parte de ella siempre se encuentran al tanto de los eventos o noticias referentes a los eSports.

La Asociación Argentina de Deportes Electrónicos ha logrado obtener la personería jurídica, lo cual permite atraer mas inversiones y demostrarle a los inversores que pueden recuperarlas en su debido momento, al tener una cuenta en el banco bajo el nombre de la AADE, estos pueden emitir facturas y tener la certeza de que sus aportes realmente son destinados a los proyectos de la asociación.

Como **oportunidad**, vemos que existen muchas marcas de hardware que podrían estar interesadas en brindar patrocinio a cambio de publicidad, marcas de computadoras, auriculares, mouse, componentes de pc, monitores y parlantes entre otros.

El público al cual nos dirigimos posee un rango etario de 12 a 30 años de edad, y no solo es del sexo masculino, como muchos podrían creer, sino que también abarca el género femenino. Actualmente son muchas las mujeres que juegan

videojuegos de forma amateur y también profesional, de hecho existen ligas femeninas del League Of Legends y del Defense of the Ancients.

La AADE trata de interactuar con su público a través de las redes sociales, así fue como a través de una encuesta, pudieron observar la necesidad que tenían los gamers de que se realicen más eventos y encuentros a nivel nacional.

Estrategias a implementar, determinación de acciones y medios

Gestión de Comunicación 2.0

En sus comienzos, los sitios de internet simplemente se limitaban a ofrecer información subida o ya creada por el gestor del sitio, el usuario meramente podía consumir esta información sin brindar ningún tipo de retroalimentación.

A partir del año 2005, los sitios web fueron evolucionando hasta desembocar en la actual Web 2.0, también conocida como Comunicación 2.0. Su principal característica es que los usuarios son los encargados de crear a mayor parte del contenido y pueden interactuar espontánea y constantemente con otras personas.

Las Relaciones Públicas tienen como eje central la comunicación, en todos sus aspectos y toda organización, sea privada, pública o sin fines de lucro, debe gestionar correctamente la información y sus canales de difusión.

En lo que respecta a comunicación 2.0, la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos, opera mediante su página web, una fan page en la red social Facebook y una cuenta en Twitter.

Página Web

En la actualidad, una página web se vuelve elemental para una entidad que busque cierto grado de reconocimiento. Esta es una herramienta que permite a las organizaciones obtener un amplio alcance al público, si la página posee un buen diseño y se mantiene actualizada, demuestra que la entidad es profesional. Además,

es una ventaja competitiva debido a que sirve para diferenciarse de otras organizaciones similares.

La AADE maneja su propia [página web](#), allí se puede encontrar prácticamente toda la información acerca de la asociación: objetivos, organigrama, proyectos realizados y previstos. Al ingresar al sitio web, un video se reproduce automáticamente y en él se da una breve explicación acerca de qué son los deportes electrónicos.

Dentro de la página se encuentra la opción de “contacto” con la facilidad de seleccionar con cuál de las seis secretarías la persona desea comunicarse. Esto facilita al público la resolución de consultas y dudas, ya que cada secretaria se encarga de diferentes áreas específicas.

Otro punto importante que posee la página web es la redirección a Facebook y Twitter, de esta forma el público puede asociarse con las redes sociales más utilizadas en la actualidad y así mantenerse al tanto de las novedades.

Fan Page de Facebook

Esta herramienta es imprescindible para todas las organizaciones existentes, con o sin fines de lucro. En el siglo XXI, 1.860 millones de individuos poseen una cuenta en la plataforma Facebook, ya sea por diversión o necesidades de trabajo o estudio, y por lo general suelen interactuar a diario en ella. Es el instrumento más utilizado en la actualidad, es gratis, masivo y fácil de utilizar, además proporciona estadísticas que permite reconocer al público objetivo fácilmente.

Una fan page permite a las organizaciones tener un alcance extremadamente amplio, considerando el rango de edad del público que utiliza Facebook y además se puede tener un número ilimitado de seguidores.

La AADE posee su propia [Fan Page](#) con más de 5000 me gusta, en ella se publican noticias relacionadas con los deportes electrónicos dentro y fuera del país, se realizan encuestas, se publican proyectos y acciones de la asociación.

Las publicaciones no son diarias ni semanales, a veces hay periodos de dos semanas entre publicación y publicación, pero todas ellas poseen un buen feed back del

público, hay bastante participación en todo los tipos de publicaciones que se realizan, lo cual indica que el público de Facebook es altamente correspondido.

Twitter

Twitter resulta la herramienta perfecta para mantener el contacto de forma directa y en tiempo real, sólo se permiten mensajes cortos de hasta 140 caracteres. Esto hace que las personas tengan que redactar mensajes muy breves. Esta red social se utiliza mucho para compartir noticias de última hora. Muchos famosos, periodistas y líderes de opinión de diversos campos, poseen una cuenta en esta plataforma. De esta manera se pueden establecer vínculos con personajes importantes que se encuentren relacionados con los eSports, lo que ayudaría a que la AADE, sus acciones y objetivos, lleguen al público objetivo de una forma masiva y rápida.

Mediante Twitter se puede saber fácilmente cual es la opinión de los usuarios sobre el producto o servicio de la organización, también permite conocer las tendencias del mercado y obtener información que nos permita planificar en base a lo que las personas consideran un tema importante en la actualidad,

La AADE posee una [cuenta oficial en Twitter](#) pero no es muy utilizada. Cuenta con tan solo 238 seguidores y las publicaciones son las mismas que en Facebook, es decir, se publican cada dos semanas aproximadamente y prácticamente no tienen interacción con sus pocos seguidores.

Una de las acciones que será necesaria para que los Deportes Electrónicos crezcan a nivel nacional, será gestionar de mejor manera las redes sociales que utiliza la asociación. Si la AADE no se hace notar en los sitios web que maneja, el público no los tendrá presentes, de modo que hay que lograr crear una mejor imagen en la mente de las personas, una que enmarque a la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos como una organización absolutamente comprometida con mantener informado a su público facilitándoles el acceso a los sucesos, eventos, notas y todo lo referente a los eSports, no solo dentro del país, sino que a nivel global.

Cobertura de eventos presenciales y virtuales

Una forma de que la AADE se vuelva más visible dentro de la escena nacional, es la participación activa en todos los eventos posibles. Para esto, la asociación deberá solicitar el servicio de un periodista, un camarógrafo y un fotógrafo con quienes trabajara en cada evento al cual se asista. Los eventos deberán ser cubiertos con fotos y con una nota general escrita y otra oral acerca de lo sucedido, haciendo menciones a las marcas, gamers y equipos participantes. El camarógrafo deberá realizar una filmación no muy extensa de cada evento y junto con el periodista a cargo realizaran un video que cumpla la misma función que la nota escrita. Este luego será publicado en el canal de YoutubeGaming.

Con esta acción lograremos que los individuos más activos de la comunidad de eSports se fijen en la asociación y en el interés que esta tiene por difundir los acontecimientos, las marcas que lean la nota y que aún no consideren redituable invertir, comenzarán a ver el movimiento y magnitud que los deportes electrónicos poseen, y las personas que no puedan asistir a los eventos podrán seguir desde los medios de la asociación como fue su organización y que sucedió en el.

El primer evento a cubrir será el “National 5vs5” de Dota 2, que tendrá lugar en TecnoBar, un reconocido cibercafé ubicado en Palermo Hollywood, Buenos Aires. Este torneo se realizará el día 2 de Abril del corriente año. Será un torneo presencial de carácter regional. Los equipos estarán formados por 5 jugadores y las inscripciones tienen un monto de \$500 por equipo. Los premios serán en efectivo, el primer puesto se llevará la suma total de \$5000 y el segundo puesto \$2000. Habrá 6 equipos participantes y la modalidad será al mejor de 3 partidas, hasta que queden los dos últimos equipos.

El torneo comenzará a las 13.00 hs y el horario de finalización dependerá de la duración de cada partida, debemos tener en cuenta que cada partida se concreta en tiempos diferentes, pueden variar entre 20 a 60 minutos.

El camarógrafo y periodista de la AADE, deberán llegar antes del comienzo para realizar entrevistas a los equipos participantes y a los organizadores del evento.

Cuando las partidas se estén jugando, estas serán filmadas y retransmitidas en tiempo real por el canal de YoutubeGaming.

Canal de YoutubeGaming

YoutubeGaming es un sitio independiente creado por y para gamers. Está basado en el servicio de Google, quien brinda todas las herramientas necesarias para que los usuarios puedan subir y transmitir en directo todo tipo de contenido basado en videojuegos, aquí se unifican videos, reseñas, análisis y todo lo relacionado al universo gamer en computadoras y consolas.

La asociación deberá crear un canal en este sitio donde subirá todos los videos sobre los eventos cubiertos. Aquí también se cubrirán los torneos online que se realicen de los diferentes juegos, es decir, se harán retransmisiones de partidas en vivo.

Para retransmitir partidas, la AADE deberá contratar a un caster, quien se encargará de relatar cada una de estas. El caster sugerido es Erick GarcíáBorquez, quien reside en la ciudad de Mar Del Plata y es un personaje muy reconocido en la escena de los eSports en Argentina. Se considera que el será el adecuado porque tiene trato con la asociación y es muy recurrido a la hora de seleccionar un caster para las partidas.

Al crear un canal de YoutubeGaming, tendremos más llegada al público objetivo de la asociación. Además, el hecho de contar con un caster conocido y profesional aumentara el prestigio y el número de personas que tendrán interacción con la organización.

La secretaria de comunicación deberá encargarse de crear el canal en esta plataforma para la fecha del 15 de Marzo del año 2017, si bien su primer video será la cobertura del evento “National 5vs5”, necesitamos comenzar a obtener seguidores en el canal, de lo contrario nadie podrá ver la cobertura del evento en tiempo real. Durante ese lapso de tiempo, el canal será nombrado y compartido en las publicaciones programadas de Facebook y Twitter.

Revista Digital

Actualmente los medios impresos están pasando por una etapa evolutiva, con la llegada de internet a la cotidianeidad, los medios tradicionales ya no son los favoritos. Hoy, los medios más utilizados por todos, sin distinción de edades, son los blogs, el chat, las redes sociales y el microblogging.

Las revistas digitales tienen una diagramación muy similar a las de las revistas impresas, y su visualización puede darse a través de softwares especiales como ser aquellos brindados por Adobe, programas como el Corel Draw, InDesign e Illustrator o por algunos sitios web.

En relación con el formato impreso, las revistas digitales permiten que lectores de todas partes del mundo puedan acceder a ellas, ya que al estar publicadas en internet su búsqueda resulta rápida y fácil, también reducen el tiempo de publicación considerablemente y son más económicas porque se realizan con programas como por ejemplo el 3D issue, Adobe Digital Publishing Suite, PurplePublish entre otros. Además el contenido se enriquece con los hipertextos, sonidos, videos, imágenes y animaciones.

La AADE confeccionará una revista digital la cual se llamará “Universo Gamer”, tendrá una publicación mensual y será difundida en todas las plataformas posibles: Facebook, Twitter, YoutubeGaming e incluso se pondrá un enlace de redirección dentro de la página web de la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos.

En su primera edición el contenido será informativo, se redactarán notas sobre el significado de los eSports, la historia de estos mismos, los tipos de juegos que componen este deporte y toda la información referente a la AADE, ya que la revista saldrá bajo el nombre de la asociación.

La revista será creada por el Cristian Corvalán, encargado de la secretaría de formación deportiva y cyberatletismo, quien aceptó el trabajo debido a sus estudios realizados en diseño de páginas web. Él será el quien se ocupe del diseño, publicación y manejo de la revista. La redacción, en cambio, se realizará en conjunto con todas las secretarías, donde cada una aportará la información que considere relevante, así el público tendrá temáticas variadas para leer.

La revista digital comenzará a diseñarse a principios de Marzo, esto es algo que lleva su debido tiempo y correcciones. La primera publicación será a mediados del mes de Abril, así se podrá incluir el contenido de la primera cobertura presencial de la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos, junto con los resultados de esta misma, es decir cantidad de espectadores en el canal y conclusión del evento concretado.

Solicitar reunión con la Secretaria de Deportes

Con este trabajo no solo buscamos que la asociación y los deportes electrónicos se desarrollen de manera sólida en el país, sino que también buscamos otorgarles un marco profesional, es decir, lograr que esta rama de los deportes obtenga el mismo estatus que los deportes tradicionales.

Para acercarnos a este marco profesional deseado, sería de mucha ayuda contar con el apoyo de la Secretaria de Deportes de la ciudad de Buenos Aires, ya que esta se encarga de promover los deportes en la ciudad, de organizar eventos y actividades. Si se lograra que esta secretaria nos brinde su apoyo, lograríamos que muchas marcas y personas vean que los deportes electrónicos son tan serios como lo son el futbol, tenis, vóley y cualquier otro deporte tradicional existente. Además la interacción con los públicos sería mayor debido a que muchas personas se preguntaran que son los deportes electrónicos, y se pondrán en contacto con la AADE, ya sea por curiosidad o interés.

Se solicitara una reunión con Carlos Mac Allister, el subsecretario de deportes de la ciudad de BuenosAires. A esta reunión asistirá el presidente de la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos, Luis Regalini, el vicepresidente Nicolas Crespo y las secretarias de hacienda y finanzas, la de cultura y sociedad y la de comunicación. La petición se realizará a comienzos del mes de Mayo, para cuando ya se haya realizado la primera cobertura y la primera publicación de la revista digital, para ese entonces, se espera que el público activo de la asociación aumente y que se vuelva aún mas participativo, de forma que se podrá demostrar el interés por parte de la comunidad existente.

En la reunión a concretar, la AADE deberá presentar ante la secretaria de deportes una explicación clara sobre que son los deportes electrónicos y explicar la necesidad de que estos se encuentren al mismo nivel que los deportes tradicionales. Para esto la asociación deberá respaldar su afirmación con un análisis comparativo de Argentina y otros países, en donde los eSorts ya se encuentren asentados. Se deberá llevar por escrito el anteriormente mencionado análisis, junto con la introducción de los deportes electrónicos, para que el subsecretario pueda tenerlo en sus manos y detenerse a leer ante cualquier duda o consulta que le surja mas adelante.

El objetivo de esta acción es, en primera instancia, crear un vínculo con el subsecretario de deportes de la ciudad de Buenos Aires, para que así sepa de la existencia de la AADE, de sus objetivos, misión, visión y acciones realizadas. Por supuesto buscaremos captar su interés en lo que refiere a deportes electrónicos, exponiendo la cantidad de jóvenes que disfrutan jugando amateur y profesionalmente, la cantidad de personas involucradas en el tema, la magnitud de los eventos que se realizan y los beneficios que estos otorgan a los jugadores.

Presupuesto

| Concepto | Unitario | Costo |
|-------------------------------------|----------|------------------|
| Periodista | 1 | \$ 4.000 |
| Camarógrafo | 1 | \$ 7.000 |
| Fotógrafo | 1 | \$ 4.000 |
| Caster | 1 | \$ 3.000 |
| Viáticos Caster | | \$ 2.000 |
| Programa para diseñar revista | 1 | \$ 1.000 |
| Community Manager | 1 | *\$ 10.000 |
| Presentación escrita de los eSports | 3 | \$ 700 |
| Total | | \$ 31.700 |

* El monto es calculado por los 2 meses de contrato.

Calendarización

| | Marzo | | | | Abril | | | | Mayo | | | |
|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Comunicación 2.0 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | |
| Contratación de camarógrafo, fotógrafo y periodista | | ■ | ■ | | | | | | | | | |
| Cobertura del evento | | | | | ■ | | | | | | | |
| Canal de YouTube Gaming | | ■ | | | | | | | | | | |
| Difusión del canal en Youtube | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| Primera publicación en YouTube Gaming | | | | | ■ | | | | | | | |
| Diseño de revista | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| Publicación | | | | | | | ■ | | | | | |
| Solicitud de reunión con la secretaria deportiva | | | | | | | | | ■ | | | |

Etapa Estratégica

La campaña de Relaciones Públicas realizada para la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos comenzará la primera semana del mes de Marzo, y terminará a principios de Mayo. Esta es una campaña a corto plazo ya que las acciones planificadas buscan resultados relativamente rápidos, las 5 acciones planteadas serán realizadas en el lapso de 3 meses.

Con respecto a la acción de Comunicación 2.0, se espera que al contratar un Community Manager para la gestión de Twitter y Facebook, al público de estas plataformas se vuelva más interactivo con la asociación, además el número de seguidores en ambas redes sociales debería aumentar radicalmente. La idea es que los gamers se sientan representados por la AADE, en sus publicaciones y acciones, por eso las noticias, notas, imágenes y videos publicados, deberán generar siempre un sentido de pertenencia con la comunidad. Se espera que en los 3 meses que duré la campaña, los me gusta de Facebook suban de 5.070 a 7.000 como mínimo y que en Twitter los seguidores pasen de ser 239 a 600 aproximadamente.

Con la cobertura de eventos presenciales y virtuales lograremos que las marcas y algunos equipos ya formados que estén buscando ser profesionales, se fijen en la asociación que comenzará a hacerse presente en cada evento que sea posible. La idea es que el nombre y la imagen de la AADE comiencen a establecerse en la mente del público objetivo, y que aquellos que no conocen absolutamente nada sobre los eSports, relacionen a la asociación con estos.

El primer evento a cubrir será el National 5vs5; la asociación ya se ha reunido con los organizadores para consultar si habrá otros medios cubriendo el evento y al parecer será tarea de la AADE retransmitir el torneo en tiempo real, lo cual será de muchísima ayuda para aumentar el número de seguidores de nuestras redes sociales.

Con el canal de YouTube Gaming lograremos que el público objetivo aumente un poco más. Esta plataforma es solo para mirar y subir videos sobre video juegos, por lo tanto nuestros mensajes llegaran a los destinatarios correctos. La AADE se volverá más visible, aumentando el público objetivo y la interacción con estos. Al asistir a los

eventos y mantenerse actualizado sobre los torneos virtuales, demostrará que es una asociación comprometida con los deportes electrónicos y su crecimiento.

Un punto a favor en esta acción, es contar con el apoyo del caster profesional Erick GarcíaBorquez, con quien ya se habló y comentó acerca de los propósitos y objetivos de la asociación dentro de esta campaña de relaciones públicas. Erick aceptó ayudar a cumplir los objetivos planteados con mucho entusiasmo y se comprometió a participar con la difusión del canal, la asociación y la primera cobertura del evento. Él considera los deportes electrónicos tienen muchas posibilidades de crecer y que estos son el futuro.

La revista digital será una acción que luego de su primera edición deberá ser analizada en cuanto a resultados y feedback, Tras la primera evaluación de la misma, se tomarán los comentarios, críticas constructivas y cualquier tipo de información que ayude a comprender la manera en que ha impactado en el público. Después de su primera evaluación, la revista continuará publicándose en la segunda quincena de cada mes, para poder anticipar los eventos que se realicen a fin de mes o principios del siguiente.

Se espera que con la revista digital, los eSports comiencen a tomar un tinte profesional y aún más masivo. La AADE también se verá beneficiada con ella, porque quienes la lean relacionarán a los eSports con la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos y observarán el grado de compromiso que esta tiene con la comunidad, ya que actualmente no existe ninguna revista relacionada con los eSports dentro de Argentina. Ni digital ni escrita, simplemente existen blogs o foros.

Por último esta la acción de solicitar una reunión con la secretaria de deportes de la ciudad de Buenos Aires. Este paso será de vital importancia para que los eSports puedan obtener un marco profesional dentro del país. La idea es que desde la secretaria de deportes, se nos brinde apoyo para el desarrollo de estos deportes, logrando así que la sociedad comience a introducirse en esta nueva rama deportiva, despertando el interés de niños, adolescentes y también adultos.

Conclusión

A partir del análisis realizado en el presente trabajo sobre la escena general de los eSports, llegamos a la conclusión de que la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos tiene un enorme poder de influencia dentro del país, debido a que es la única entidad con las herramientas necesarias para gestionar los movimientos dentro de un marco profesional.

El problema a erradicar es el desconocimiento por parte de las empresas, ya que estas son quienes ayudarían en gran parte al crecimiento de los eSports con auspicios y patrocinios, además las inversiones son un gran sustento para llevar a cabo proyectos de gran magnitud que permitan el desarrollo de los deportes electrónicos.

Gracias a esta campaña realizada en conjunto con la AADE, logramos que varias personas que desconocían sobre el tema se adentren en el mundo de los eSports, los interesados cada día son más y comienzan entender que los deportes electrónicos, junto con las nuevas tecnologías, son el futuro. Se espera que a partir de esta campaña los eSports sean reconocidos a nivel nacional como una profesión, al igual que es sus países de origen; así como también que la comunidad crezca en gran magnitud.

Los deportes electrónicos están en pleno auge de crecimiento y con las nuevas tecnologías se vuelve más factible pensar en practicar esta actividad. Millones de personas disfrutan jugando video juegos desde sus celulares, en consolas y computadoras, si supieran que tienen la posibilidad de hacerlo de forma profesional, un gran porcentaje comenzaría a entrenar y a involucrarse con entidades reguladoras como lo es la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos.

Bibliografía

- Asociación Argentina de Deportes Electrónicos (AADE) Consultado el 10 de Julio de 2016, <http://www.aade.org.ar/>
- BALFHOR, Christian (2007).“Como administrar una organización no gubernamental” (ONG). Buenos Aires: Educa.
- BLANCO, Lorenzo A., (2000), “El Planeamiento, práctica de Relaciones Públicas”, Buenos Aires: Ugerman Editor.
- FERRARI, María Aparecida-FRANÇA, Fabio (2011). “Relaciones Públicas: naturaleza, función y gestión en las organizaciones contemporáneas”. Buenos Aires: La Crujía.
- GASPARUTTI, Marcos (2012). “Introducción a las Relaciones Públicas”. Universidad Abierta Interamericana Rosario (UAI Rosario).
- KALNING, Kristian (2007):“FORGET REALITY TV.IN KOREA, ONLINE GAMING IS IT”,EN NBC NEWS, 21 de febrero de 2007, EN <HTTP://WWW.NBCNEWS.COM/ID/17175353/> (Consultado: 18/08/2016)
- MONTERO, Julio y RUEDA, Juan Carlos (2001).“Introducción a la Historia de la Comunicación Social”. Madrid: Editorial Ariel
- PALAZUELOS, Félix. “Del hobby al imperio: Planeta eSports”. Consultado el 4 de Junio de 2016, <https://hipertextual.com/especiales/eSports>
- RONCERO, Marcos Antón y GARCÍA, Francisco. “Deportes Electrónicos. Una aproximación a las posibilidades comunicativas de un mercado emergente”. Consultado el 20 de Agosto de 2016, <http://www.maceci.es/pdf/n19/articulos/A7-Deportes-electronicos-Una-aproximacion-a-las-posibilidades-comunicativas-de-un-mercado-emergente.pdf>
- TROBAR, Federico, FERNÁNDEZ Pardo, Carlos (2001)“Organizaciones solidarias. Gestión e Innovación en el Tercer Sector”. Buenos Aires: Lugar Editorial.
- CARRILLO MARQUETA, Juan y MORILLAS SEBASTIÁN, Ana (2010). “Marketing Hero”. Las Herramientas comerciales de los videojuegos. Madrid: ESIC Editorial.

Glosario de términos

Cosplayers: es una abreviación de costumeplay, que significa juego de disfraces. Son personas que disfrutan de vestirse como personajes de películas, comics, personajes de video juegos, anime, etc. Por lo general tienen su propio show, donde participan varios cosplayers y el público elige el mejor disfraz para luego fotografiarse con él.

Gamers: son los individuos que tienen una gran pasión por jugar videojuegos, buscan aprender cada día más sobre estrategias y formas de ganar. Se encuentran muy abocados al tema y dedican gran parte de su tiempo a jugar, desde computadoras o consolas.

Streamers: al igual que los deportes tradicionales, los eSports tienen relatores. Los Streamers conocen en profundidad las reglas de cada juego y la función de cada personaje, y se encargan de resumir en vivo las partidas retransmitidas al público. Poseen un gran énfasis a la hora de relatar y son muy populares dentro de la comunidad.

Casters: un caster es una persona que posee mucho conocimiento acerca de los diversos videojuegos. Conoce en profundidad las reglas y los personajes, sus habilidades y la mecánica del juego. Se dedica a relatar partidas en vivo, al igual que un relator de fútbol, narra lo que está sucediendo en tiempo real con mucho entusiasmo y carisma. Suelen ser figuras muy reconocidas dentro de la comunidad, ya que no hay muchos casters profesionales por el momento.

Twitch: es una plataforma virtual para reproducir, en vivo o no, partidas que los usuarios quieran retransmitir. Dentro de twitch encontramos retransmisiones de todos los juegos existentes. Los amantes de los videojuegos, disfrutan de ver jugar a otras personas, ya sean profesionales o no, es una forma de aprender nuevas tácticas y estrategias. Dentro de esta plataforma se pueden conseguir patrocinadores, algunos usuarios facilitan la opción de donaciones y la gente invierte en ellos para que sigan jugando.

YoutubeGaming: es un sitio independiente basado en el servicio de Google donde solo se publican videos relacionados con juegos. Es decir, tutoriales, partidas relatadas, y cualquier otro relacionado con el tema.

Anexos

Logo AADE



Organigrama de la AADE



Primer charla informativa con la Asociación Argentina de Deportes Electrónicos, audio desgravado y transcripción:

Esta charla se realizó en la Universidad de Palermo, ubicada en la calle Mario Bravo 1050 la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el día 31 de Agosto del año 2016

La Asociación Argentina de Deportes Electrónicos (AADE) se fundó el 07/07/2014 con domicilio en Montes de Oca 188 de Capital Federal. Esta asociación es una entidad sin fines de lucro que busca regular y generar profesionalismo, en lo que es eSports o Deportes Electrónicos, además es un órgano que -en el mes de junio de 2015- fue reconocido por la Inspección General de Justicia (IGJ) otorgándole su personería jurídica.

Vamos a hablar un poquito de sus objetivos que son:

- Buscar prácticas eficientes, suficientes y saludables ¿Cómo? Encargándose de la realización y organizar torneos tanto nacionales como internacionales,
- Generar un marco de profesionalismo de los participantes de las diferentes disciplinas, llevando a cabo la gestión y difusión de las normativas de los torneos nacionales e internacionales proveyendo los marcos estatutarios y mediar en situaciones eventuales o conflictivas.
- Fomentar y llevar a los eSports y a todos sus participantes a que puedan tener un marco de profesionalismo y reconocimiento que se merecen, por la cantidad de tiempo y trabajo que le dedican a esto.
- Mantener informados a todas las personas que se vean involucradas en el mundo de eSport a través la publicación de revistas, medios informativos y otros formatos.
- Generar un entorno competitivo fomentando el compañerismo a través de la gestión de eventos, de aptitud y de conocimiento acerca de las problemáticas que puedan generarse en torno a la eSport y las diferentes disciplinas.
- Encargarse de toda actividad de los representantes en nuestro país así como de promover, difundir y regular los Deportes Electrónicos, proveyendo los estatutos y formas para el funcionamiento más óptimo para todos los participantes dentro de los mismos: jugadores, equipos, organizadores, etc.
- Encargarse de toda actividad relacionada de la selección referida a la participación de nuestro país ya sea en competencias nacionales, regionales o internacionales, acompañando, previa competencia, ya sean nacionales o

internacionales a los afiliados de las competencias para que conozcan las reglas comunes en competencia cualquiera sean ellas. Es decir, asesorar a los Cyberatletas por situaciones que ocurran durante sus desempeños, de esta forma darles un lugar en el mundo y una posible fuente de desarrollo profesional para ellos.

Secretaría de Formación Deportiva y de CyberAtletismo (Secretario Cristian Corbalán que es de Rosario). Comienza enviando saludos al árbitro José Alacrónicopues el primer árbitro de habla hispana reconocido por la ILF de habla hispana quién, además, es Subsecretario de nuestra Asociación

Esta Secretaría está encargada de todos aquellos que sean formadores de equipos teniendo en cuenta los recursos a utilizar para ponerlos a todos de cara al éxito. Asimismo, es la encargada de establecer las tareas y capacitar a los diferentes miembros de un equipo desde el mánager pasando por los capitanes, Tesorero, Relaciones Públicas, llegando hasta los jugadores a quienes capacita en sus diferentes labores, obligaciones y derechos. Los objetivos de esta secretaría son otorgarles algún monto para que se puedan movilizar tratando que el equipo sea autosustentable y enseñarle el rol de cada uno de los miembros del equipo.

Secretaría de Interior, Hacienda y Finanzas (Secretario Cesar Vidal) tiene tres ejes principales:

- 1) la Conformación de Asociaciones Regionales en todo el país,
- 2) las Estrategias de Comunicación a fin de formar a fin de formar la Confederación Argentina, y
- 3) Desarrollo de Proyectos, el análisis de los mismos y el seguimiento a fin de potenciar los deportes electrónicos dentro de la región. También se ocupa el área de contabilidad del presupuesto, asignaciones y certificaciones para profesionales, semi-

profesionales, desarrollo de proyectos, el análisis de los mismos a fin de planificar y además, el desarrollo de proyectos que se eleva a la comisión directiva.

Secretaría de Competencias (Secretario Juan Manuel Domínguez): Esta Secretaría se encarga de las Competencias ya que ellas son un aspecto muy importante en toda actividad deportiva ya que se trata del momento en que los atletas se pueden medir tanto entre sí así como conocer su nivel dentro de la actividad. Para que pueda desarrollarse la competencia es necesaria la presencia de una entidad que asegure que la actividad se va a desarrollar en igualdad de condiciones para todos los competidores; a su vez, también tiene que validar que todos los resultados de dicha competencia sean oficiales.

Y, bajo esta premisa esta Secretaría trabaja en cuatro ejes principales a saber: 1) desarrollar la desregulación de las competencias a nivel nacional; 2) proponer que los formatos de las competencias oficiales para la asociación, 3) validar los resultados de las competencias oficiales nacionales, ranking, etc. y 4) asesorar a todos aquellos organizadores que dentro del país están intentando de llevar adelante sus las competencias llevando a cabo los formatos que, desde la asociación, se están proponiendo.

Para ello hemos creado un organigrama bastante horizontal y dinámico compuesto por: 1 Secretario, 1 Subsecretario y 5 Vocales para los 5 géneros que tenemos en éste deporte, un Coordinador de Eventos de Competencias que se encarga de todo lo que sean los eventos presenciales organizados por nosotros y 1 Coordinador de Colaboradores ya que por las características de nuestra actividad utilizamos a muchos asistentes que trabajan en actividades puntuales, especiales y no recurrentes, los cuales posteriormente, vuelven a ser colaboradores.

Secretaría Social y Cultural (Secretario Pablo De Simone): Esta Secretaría se encarga de la generación de eventos y de hechos socio-culturales como así también la de hacer de vínculo entre los asociados, las comunidades y los representantes de Deportes Electrónicos con la Asociación. Para poder cumplir la idea es poder es realizar una lista de objetivos que incluye: 1) emprender actividades de bien común y

acción social; 2) Asesorar a la Comisión Directiva en tareas conocimientos socio-culturales; 3) Proveer las pautas y asesoramiento al personal de la Asociación para organizar y preservar la preparación de actividades socio-culturales; 4) Supervisar y evaluar de las tareas relacionadas con la realización de eventos; 5) Velar por el cumplimiento y aplicación de normas administrativas para la división de bienes y el proceso relacionado con las actividades socio-culturales; 6) Recibir las inquietudes, pedidos y reclamos realizados por los socios relacionados con las actividades socio-culturales de la Asociación; 7) Dirigir, fiscalizar y supervisar los trabajos de organización de las fiestas de la Asociación; 8) Dirigir y fiscalizar todo lo relacionado con los requerimientos de las instalaciones y actividades deportivas y socio-culturales organizadas y desarrolladas para las personas que tengan capacidades debidas. Esto sería para las personas calificadas médica y jurídicamente de manera excepcional; 9) Fiscalizar la correcta disposición todas las actividades de los eventos organizados y 10) Velar por mantener cultural alcanzado en los eventos organizados programados y a ser presentados. Para ello tenemos un organigrama compuesto por: Secretario, Subsecretario y el representante de cada uno de los 5 Géneros: Mover, GWP, PCG, FPS y SVG

Secretaría de Comunicación (Secretario Diego Rabasa): Esta secretaría tiene dos ejes centrales: Comunicaciones y Experiencia del Consumidor (este término consumidor es visto como una totalidad por usar determinados productos que utiliza la Asociación). Tratamos de tomar el diseño desde el principio hasta el final, que toda esa experiencia que nosotros podamos diseñar sea apta y cómoda para todos los que la utilicen. Con respecto a la estructura está dividida en 1) Experiencias que es la que generan todos los productos usados y 2) la parte Comunicacional que es la que se encarga de difundir todos los proyectos que trabajan todos los Secretarios de la Asociación.

A nivel interno estamos trabajando para mejorar la comunicación interna pues es necesario que nos conozcamos bien entre los que formamos la asociación ya que nos manejamos todo por Internet y no nos vemos cara a cara pues no estamos todos en un espacio. Los Deportes Electrónicos no necesitan el cara a cara, pero al fin y al cabo es una relación pues hay chicos que son de distintas provincias y se relacionan a

través de Internet. La Asociación trabaja para que toda la Argentina se vea homogénea en éste sentido. Es decir, que haya una buena Comunicación entre todas las partes pues el objetivo final es que los Deportes Electrónicos empiecen a tener una relevancia a nivel Nacional. Por último, esta secretaría trabaja en conjunto con la Secretaría Cultural y Social porque creemos que lo más importante es poner al “gammer” adelante a la hora de cualquier diseño que planteemos. Hicimos una encuesta y en 4 días tuvimos 3.815 encuestados. Esto sirvió para indagar quién es el “gammer argentino” y nos sirvió para comenzar a plantear un buen diseño acorde a todas las necesidades que se detectaron. Además, trabajamos sobre en la liga universitaria que es un proyecto de la secretaría para poder averiguar los datos concretos de esas cosas. La idea es que el gammer tenga un sentido de pertenencia pues si no hay un sistema de pertenencia nadie se puede sentir acorde con lo que estamos planteando y no se va a ningún lado.

El tema Proyectos: la Secretaría Social y Cultural estuvo trabajando en diferentes cuestiones entre ellos a nivel de Productos para satisfacer necesidades. Para ello realizamos la encuesta del 2015 para comenzar a conocer a los gamers y, sumado a eso, sacamos la campaña “sumarse” para que todos aquellos que quieran incorporarse a la Asociación. Actualmente tenemos más de 300 inscriptos. Para ello pueden inscribirse a través de Facebook o en la página de la Asociación. Allí detectamos a las personas que quieran sumarse con ideas, críticas o aquello que alguien esté pensando. Con respecto a la Web es el proyecto más grande aunque actualmente es simplemente informativo. En Argentina todavía el gamer no está tan bien visto porque lo toman como que está perdiendo el tiempo. La asociación tratará de llegar a los padres. Con la Web se está tratando con la idea de Foro y la gente pueda encontrar todo lo referente a Deportes Electrónicos sintiéndose libres para encontrar todo lo que necesiten a nivel nacional. Partimos de la base que todos se sientan cómodos de participar. También estamos trabajando con programadores para que se sumen competencias en todo el país a través de la plataforma ya que por la extensión de nuestro país no es tan fácil trasladarse y la PC facilita las competencias. Tenemos el Juego Participativo (GWP) o Juego Bien Jugado donde básicamente se instrumenta el final del juego hacia el otro equipo. El argentino por ser muy individualista tiene el problema de no saber trabajar en grupo y es eso lo que

queremos trabajar. El deporte en grupo tiende a trabajar todos en grupo pateando hacia el mismo lugar. Para ello planteamos un juego muy sencillo para gente de baja edad de 3 personajes y en el que no es posible pasar el juego si no se está trabajando con el resto, olvidando a los compañeros que estaban atrás. Con este juego muy sencillo se generó el trabajo en equipo.

Después tenemos el juego ADTV que todavía no lo hemos largado pero vamos a necesitar la colaboración y participación de los gamers para llegar al profesionalismo

A su vez con respecto al Programa estamos trabajando a programas informativos de la escena nacional y queremos generar videos junto con la Secretaría Social y Cultural para que la familia, puertas adentro de la habitación el gamer argentino no sea un “Ni” y cuando salga de la habitación sea Francisco o Pancho para la familia. Es decir, queremos que la familia sepa qué está haciendo su hijo en la computadora y lo pueda apoyar.

El Proyecto también se está trabajando con la Secretaría Cultural y Social para sacar videos socio-culturales. Detectamos hace un tiempo una problemática que afectaba a bastantes gamer que era el “ciber-bullyng” (es acoso por Internet entre dos pares) y “ciber-acoso” (es cuando hay un adulto haciendo bullyng del otro lado de la línea). El bullyng puede ser tangible o no y se detecta porque lo que está poniendo la otra persona, por los títulos donde hay mucha toxicidad.

Si queremos trabajar en equipo debe haber buena comunicación y no empezar desde la violencia verbal o como sea ningún tipo de bullyng. La idea con el bullyng es contrarrestarla. La familia de gamers menores debe estar integrada poder tener acceso, habilitarlo y darle su apoyo.

Otra de las cosas a destacar es que una de las nuevas finalidades de la Asociación es darle un marco social para que se pueda desarrollar de otra manera esta actividad. En una cumbre de Deportes Electrónicos que estuvimos en China y allí se habló mucho de dar un marco a la actividad por fuera de la competencia, que le permita a los jugadores una capacidad profesional por fuera de la competencia. De ahí la importancia de la Liga Universitaria ya que es uno de los grandes desarrollos

internacionales de la actividad en los ambientes académicos para que los jugadores no sólo se desarrollen en el juego sino que tengan que ir a un ambiente académico para capacitarse profesionalmente en el juego y tengan la posibilidad de asistir a un lugar distinto que le dará un sentido de pertenencia distinto que si ellos lo realizaran por fuera de la institución, que tienen de esta manera tienen toda una estructura por detrás. Por eso es importante destacar el ámbito social que desarrollan los Deportes Electrónicos dado que tienen toda una cultura por detrás y no sólo las competencias.

Pablo De Simone añade que, dentro de los Proyectos de la Asociación está la integración del equipo, generar un vínculo y la comunicación para lo cual se realizan reuniones, almuerzos y actividades sociales para charlar.

Otro Proyecto es la “*Carrera de Casters o Relatores de Video Juegos*”, que en Argentina no hay y los que hasta ahora hay son amateurs o, se formaron a través de la carrera de locución o periodismo deportivo o trabajaron afuera. Un Casters es una persona que solamente se dedica a relatar y hacer los comentarios de las competencias.

La idea es generar una carrera a través de dictar un curso que lo capacite para ejercer y el curso estará a cargo de la Asociación y dictado por grandes periodistas, locutores y casters que están ejerciendo de manera profesional o amateurs. A largo plazo la idea es crear una carrera a nivel terciario o universitario que otorgue un título de Casters.

- *¿Van a incluir en las carreras de periodismo alguna materia sobre Deportes Electrónicos?*

Eso queda planteado en las Universidades para crear materias sobre éste tema para ello hay que conformar todos los materiales pero aún no hay una materia.

- *Cómo Asociación Argentina de Deportes Electrónicos, ¿qué le pueden brindar a las comunidades?*

Lo que podemos brindar es una personería jurídica la posibilidad de presentarse ante otras personas jurídicas es ponernos al mismo nivel. Brindamos un espacio y una voz unificada para brindarle al Estado y a otras instituciones una voz unificada.

- *¿De qué manera un equipo factura para poder presentarse a una empresa para que los patrocinen?*

No tienen un equipo, son 5 personas que juegan y tienen una página en Facebook. Nosotros le damos un parámetro legal para que esas 5 personas se puedan constituir en un organismo ya sea una asociación civil o una empresa para que esa empresa pueda facturarle a una marca. Esto hasta ahora no existía en el país por la ausencia del marco jurídico y los jugadores se conformaban con recibir un mouse, un teclado o ciertos premios cuando podrían vivir perfectamente del deporte electrónico. Ahora, a través de la Asociación les brindamos las herramientas legales, la contención y el espacio para desarrollar esa actividad.

- *La personería jurídica ¿qué permite?*

La Asociación busca separarse de la definición de Juegos Electrónicos que muchas veces se los relaciona con el azar y ser la Asociación de los Deportes Electrónicos. Tener una persona jurídica permite sentarse frente a otra persona jurídica para atraer más inversiones, y demostrarle al inversor que puede recuperarlas. ¿Cómo? Estando registrado, teniendo una cuenta de banco que figure a cuenta de esa organización y no a nombre de un tercero o de un privado donde queden registrados los pagos y que no se desconozca a dónde va ese dinero, que los premios no se saben de dónde vienen y a donde van pues deben emitir facturas. Con las facturas el Estado recuperaría lo que está invirtiendo. Actualmente es una relación entre privados hacia individuos. Esto, con frecuencia, llevó a que existiera desorganización en los eventos y que, muchas veces, luego de una competencia los premios no llegaran. Todo esto al estar debajo de la mesa eran problemas entre privados.

- *¿Habrá en el futuro un Sindicato?*

No necesariamente. Por ahora no, a futuro o a corto plazo se verá. Pero nosotros dentro de la Secretaría de Hacienda y Finanzas tenemos el Departamento de Legales, Certificaciones, Proyectos y Confederación del interior. Dentro del marco legal te va

a permitir que una empresa te permita generar y girar ingresos, darte dinero para realizar un evento pues a ellos no les interesa generar el evento sino que eso corresponde a vos y a tu agrupación. La Certificación permite emitir un formalismo para definir quién es un atleta aunque pueda ser un gamer pero no es un jugador profesional y carece de personería jurídica. Esto existe a nivel internacional pues que los jugadores y los eventos están certificados es como una ISSO en las empresas, es lo que da seguridad y parámetro administrativos.

Cuando se genera un Evento sin sponsor se cobra una entrada y un porcentaje para vos pero no tenés seguridad con los premios.. Pero lo principal es la presencia de sponsor y contar con una asociación civil para estar jurídicamente representados.

- *¿Cómo se hacen los Eventos?*

Nosotros estamos incluidos en la Federación Internacional de eSport (IeSF) que cuenta con más de 52 países. Y tenemos mucha información lo que nos permite ofrecer a las comunidades y organizadores de eventos es formatos de cómo deben hacerse los Eventos y los estatutos, cómo deben comportarse, a nivel de organización ofrecemos el ceremonial y los protocolos que deben seguirse. Es decir otorgarle las herramientas para realizar eventos grandes de una manera más organizada.

- *¿A qué comunidad apunta la Asociación de la cual que se va a hacer cargo en carácter jurídico o de promoción de valores?*

La Asociación se va a hacer cargo de chicos desde los 12 años pero no para tratarlos como profesionales porque no pueden serlo por una cuestión de edad. Nuestras encuestas el rango etario va de 12 a 35 años. Desde la Asociación tratamos de brindarle inclusión a todos desde temáticas más juegos didácticos para los más chicos hasta cuestiones más relacionadas al profesionalismo o jóvenes universitarios que no tienen la oportunidad de estudiar y de jugar a la misma vez. Alrededor del 75 % de personas encuestadas entre 150 estaban dispuestas a cambiarse de Universidad si se les brindaba una beca para la preparación en deportes electrónicos independientemente si tenía la carrera o dónde quedaba la universidad. Es decir, nosotros tratamos de ser los más inclusivos posibles independiente de las edades detectando las necesidades de cada uno.

- *¿Cómo se integran el tema burocrático nacional en una escena competitiva trasnacional en la formación de los equipos?*

Mediante el apoyo a los distintos países para que formen sus propias instituciones de habla hispana. Nosotros los apoyamos a distintos países mostrándoles nuestro reglamento interno, nuestro organigrama, nuestro estatuto y presentarlos ante la IeSF.

- *Ya existe un esquema competitivo que es parte4 de cada una de las empresas que es propia de la franquicia ¿Cómo se integra el mercado de pases cómo se integra el mercado nacional en esas competencias que ya están armadas?*

No se integran, no están registrados y no pagan impuestos porque son privados y los privados tienen un contrato. La intención es establecer las ligas, los equipos, las competencias como nación, como país, por fuera de las competencias privadas. Nosotros apuntamos a hacer competencias más allá de las competencias que hagan los privados es decir, hacer una separación. Porque el "Publishers" o Vendedor de Pases tiene su propia liga y queda encerrado en esos que son los mejores y no llega a la base de la pirámide que es la que nosotros intentamos representar.

Lo que buscamos nosotros es que la ADE le aporte el profesionalismo a los Deportes Electrónicos ya que ello es lo que le falta a esta actividad. Buscamos dejar de ser los que jugamos a los juegos electrónicos y pasar a ser profesionales de lo que nos gusta a ser y, además, ser lo que está en auge hoy la industria a nivel mundial y en la Argentina. Esto es algo que a corto plazo no es muy tangible, pero, a largo plazo le podamos dar a nivel macro la relevancia de lo que nos gusta ser.

- *¿Eso qué quiere decir?*

Nuestro objetivo es ser una Confederación en nuestro país. Cada provincia tiene sus Deportes Electrónico y la idea es que se aglomeren provincias. En éste momento se están conformando la 1) Asociación del Norte argentino de Deportes Electrónicos cuya sede va a estar en Salta y 2) la Asociación del Centro argentino de Deportes Electrónicos cuya sede va a estar en Córdoba. Ambas se están conformando y preparando para volverse oficiales. Otro punto importante es el presupuesto y

planificación de los Deportes Electrónicos 2017 y que lo estamos gestionando con la Asociación Internacional de eSport para que Argentina sea la sede.

También se pudo lograr que la conformación de la Confederación Panamericana eSport. En la actualidad Perú y Colombia están tratando de conformar como asociaciones a fin de integrarse a la PAMESCO y luego poder trabajar no sólo a nivel nacional sino internacional. Por su parte Chile se maneja de privado a privado.

Nuestra Secretaria trabaja con muchas ganas, tenemos bastantes metas y proyectos bastante ambiciosos hacia la cual los gamers puedan traer sus proyectos y poderlos acompañar.

Nuestra Secretaría de competencias tiene uno de los proyectos más importantes a corto plazo que es una Jornada de Deportes Electrónicos junto con la Municipalidad de Vicente López que se ofrecieron aportar un predio de 600 m² y las computadoras para realizar distintas actividades para que un día puedan ir los chicos de la municipalidad para realizar actividades como FreePlays, competencias amateurs, que haya Show mach de equipos de jugadores profesionales y/o semi-profesionales, que haya análisis de jugadas, explicación de cómo jugar, que aprendan cómo son las jugadas y que se interioricen sobre los Deportes Electrónicos. Por otro lado, estamos desarrollando las Ligas Universitarias para que cada universidad tenga su plantel de jugadores electrónicos y, año a año, esos planteles o formados por equipos de distintas disciplinas compitan como un gran equipo que representa a su Universidad. Esto es en cuanto a la Liga Universitaria. En cambio, la Liga Nacional sería con equipos nacionales profesionales privados.

Al mismo tiempo que estamos desarrollando un plan de acción para la creación del equipo del Club Boca Juniors que surge a partir de un acercamiento de parte de éste club. Con ellos en la etapa inicial comenzaremos enseñándoles a los chicos a jugar, a jugar en equipos, a comportarse e ir formándolos desde chicos como verdaderos profesionales a quienes decidan desarrollar una carrera como jugadores profesionales de deportes electrónicos, plantear los cronogramas de entrenamientos, los tipos de entrenamiento, que no hay excesos de entrenamiento y cuidarlos en todo el proceso de crecimiento.

Por último, en el 2018 se van a realizar los Juegos Olímpicos Juveniles en Argentina y nuestra idea más ambiciosa es que también se efectúen los Juegos Olímpicos dentro del marco de los que son los juegos olímpicos Juveniles.

- Un profesional o alguien que juega gana y gana plata supongamos que sean papers que aquí no podrían ser utilizada. ¿Pensaron en eso?

En las torneos de gran concurrencia no se les entrega premios en efectivo sino que se les entrega algún material hardware. Lo que vos decís ocurre en torneos de escasa concurrencia y organizados por terceros o por barrios. Aquí, desde la Asociación es que eso deje de suceder o sea, para el camino que se lo reconozca a un atleta como profesional no se le puede pagar directamente el premio, no pueden competir por el premio por el juego porque por la definición de deporte. El atleta juega porque representa, porque agrega un valor a la sociedad, a la institución mediante la camiseta y, a través de la camiseta el equipo lo monetiza y recupera ese salario que le paga al atleta para que realice esa actividad. La intención de la Asociación de Deportes Electrónicos es la misma: que el atleta reciba el salario en base a las retribuciones monetarias que recibe el equipo o la persona jurídica (hasta ahora inexistente) que pueda establecerse y recibir una recompensa monetaria por exponerse que es lo que realmente sucede y que el jugador reciba una remuneración en base a esa transacción que entre las partes jurídicas, por ejemplo el equipo y las marcas. Nosotros apostamos a que empresas formales con equipos serios. Por ejemplo, En Corea, el equipo IncredibleMiracle que se dedica exclusivamente a StarCraft II y desde su creación en el año 2010 entre sus auspiciadores se cuentan: Coca-Cola, LG y NVIDIA.

-¿Se puede vivir de eso?

Sí y muy bien. El nivel de organización de los torneos y la cantidad de recursos destinados a premiar a los participantes tiene poco que envidiarle a algunos eventos deportivos de primer nivel, y cada vez son más los jugadores y espectadores que se sienten atraídos por una disciplina que exige tantas habilidades con los dedos como entereza mental.

- ¿Existe algún proyecto futuro para unirse con terceros?

Sí, lo que pasa es que es al revés. Nosotros lo que vamos a traer son las formas en las cuales la van a hacer y después, vengan y consuman esas formas que estén aceptadas y que estarán en ese marco regulatorio.

- Para Uds. ¿Cómo sería posible hacer un campeonato o torneos regionales para los chicos o “semillero” del cual el día de mañana puedasurgir un atleta destacado o superstar?

Nosotros contamos con la experiencia de nuestro lado porque la Federación Internacional hace 8 años que está establecida y la KeSPA o la Asociación Coreana de eSports que está respaldada por el Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo de Corea, tiene a los mejores jugadores del mundo. Ellos juegan, están federados, respaldados y establecidos desde hace 10 años. Nosotros no somos tan ambiciosos sino que tratamos de acercar la actividad a personas que pueden hacerlo. Al tener nuestra entidad el día de mañana podemos traer a alguno de estos grandes jugadores para que nos relaten cómo llegaron a ese nivel.

Nosotros queremos crear algo para que el desarrollador de juegos se acerque a nosotros si es que le ofrecemos beneficios. Además la IeSF o Asociación Internacional de Deportes Electrónicos está tratando de que se reconozca a los eSports como Deporte Olímpico. Para ello se está tratando darle un marco más parecido a los deportes tradicionales y separar los juegos de lo que son géneros para que si el día de mañana si desaparece el desarrollador de un juego desaparece, ningún atleta se quede afuera pues será atleta de un género y no de un juego. Por tanto, sigue siendo un deportista.

Respondiendo a tu pregunta empezamos organizando ligas universitarias y para los chicos menores de edad torneos desde chicos para que se vayan adaptado, sepan cómo se deben comportar, cuánto tiempo se deben entrenar, cuáles son las normas, respetar al entrenador, saber que hay un árbitro y que deben seguir con su formación educativa tradicional. Cosas básica: torneos intercolegiales, barriales, etc.

Medios de comunicación:

Facebook

Notas Ver todas

KeSPA lanza un servicio de “Clubes de PC certificados para eSports”
23 de diciembre de 2016
#Institucional #PressRelease KeSPA lanza un servicio de “Clubes de PC certificados para eSports” La IeSF apoyará la expansión d...

SEUL

El comité olímpico de Finlandia acepta a la Federación Finlandesa de eSports (SEUL) como miembro asociado
13 de diciembre de 2016
#Institucional #PressRelease El comité olímpico de Finlandia acepta a la Federación Finlandesa de eSports (SEUL) como miembro as...

Publicaciones

 **Asociación Argentina de Deportes Electrónicos**  

24 de diciembre de 2016 · 

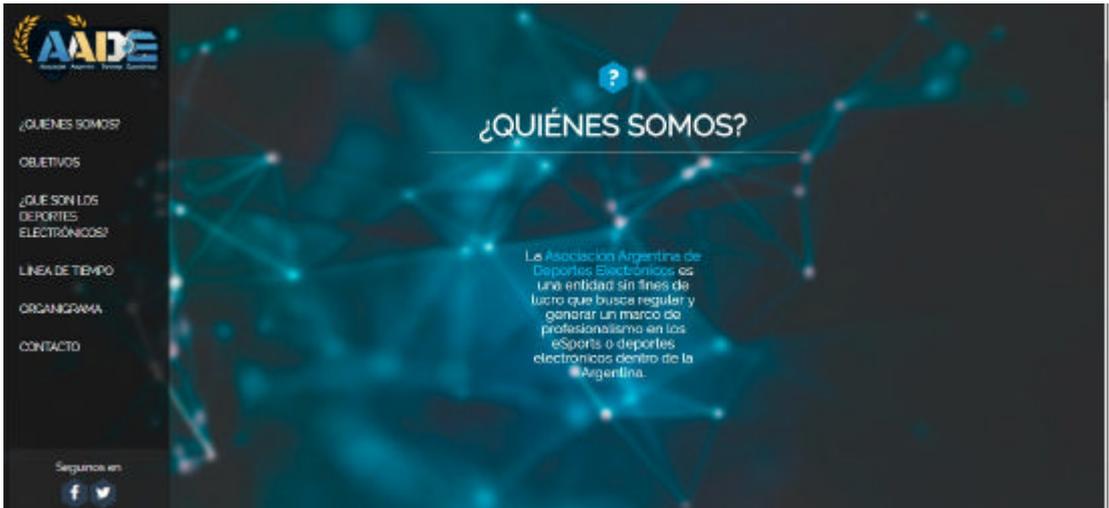
#Comunidad ¿Participaste en la encuesta del 2015? ¿Te interesa aportar tu grano de arena? ¿Conocer cuánta gente sabe de la existencia de los eSports en Argentina?
¡Aprovechá el momento, completá y difundí la encuesta de este año!
http://encuestaaade.tk/encuestaade/aaade_encuesta.php
La difusión y consolidación de los Deportes Electrónicos la hacemos ENTRE TODOS. ... Ver más



AADE | Encuesta 2016

ENCUESTAAADE.TK

Página web





¿QUIÉNES SOMOS?

OBJETIVOS

¿QUE SON LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS?

LINEA DE TIEMPO

ORGANIGRAMA

CONTACTO

Síguenos en  

¿QUIÉNES SOMOS?

La Asociación Argentina de Deportes Electrónicos es una entidad sin fines de lucro que busca regular y generar un marco de profesionalismo en los eSports o deportes electrónicos dentro de la Argentina.

OBJETIVOS

¿QUÉ?

- Buscar una práctica eficiente, disciplinada y saludable a través de la dirección y reglamentación de las instituciones directivas y coordinar la acción de todos los deportistas que practiquen Deportes Electrónicos en el país.
- Generar un marco de profesionalismo para que todos los participantes de esta disciplina puedan desenvolverse con mayor solvencia.
- Mantener informados a todas las personas que se ven involucradas en el mundo de los eSports.
- Generar un entorno competitivo, siempre fomentando el compañerismo por encima del mismo cyberdeporte, pregonando la práctica dentro del entorno profesional y responsable, dando contención al miembro, como también a sus familiares y allegados.
- Encargarse de toda actividad relacionada con la selección de representantes de nuestro país en las competencias de carácter mundial.

¿CÓMO?

- Encargándose de la gestión y supervisión de torneos provinciales, nacionales e internacionales, en los cuales riga un reglamento propio del país.
- Llevando a cabo la gestión y difusión de reglamentaciones, normativas y leyes dictadas por entes internacionales y por la misma asociación.
- A través de la publicación de revistas, folletos informativos y todo tipo de formatos en los cuales se difunda la actualidad de los deportes electrónicos, tanto de lo que este sucediendo en el país como a nivel mundial.
- A través de la gestión de eventos de difusión y concientización acerca de las problemáticas que pueden generarse en el entorno de los deportes electrónicos.
- Acompañando y formando de manera profesional a los afiliados previo a competiciones ya sea regionales, nacionales e internacionales.

¿QUÉ SON LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS?

Los Deportes Electrónicos son las diversas competiciones que se desarrollan a través de una interfaz virtual. Comúnmente son definidos como juegos, así como la mayoría de los deportes que se realizan en todo el mundo.



En Norteamérica, Asia y Europa, los deportistas que practican eSports reciben becas universitarias para desarrollar dicha actividad, así también como visas para viajar y residir en países donde se desarrollan la competiciones.

Los eSports se dividen en cinco grandes géneros: cada uno tiene el objetivo de juntar los diversos títulos por las similitudes que tienen en su composición.

RTS



MOBA



CCG

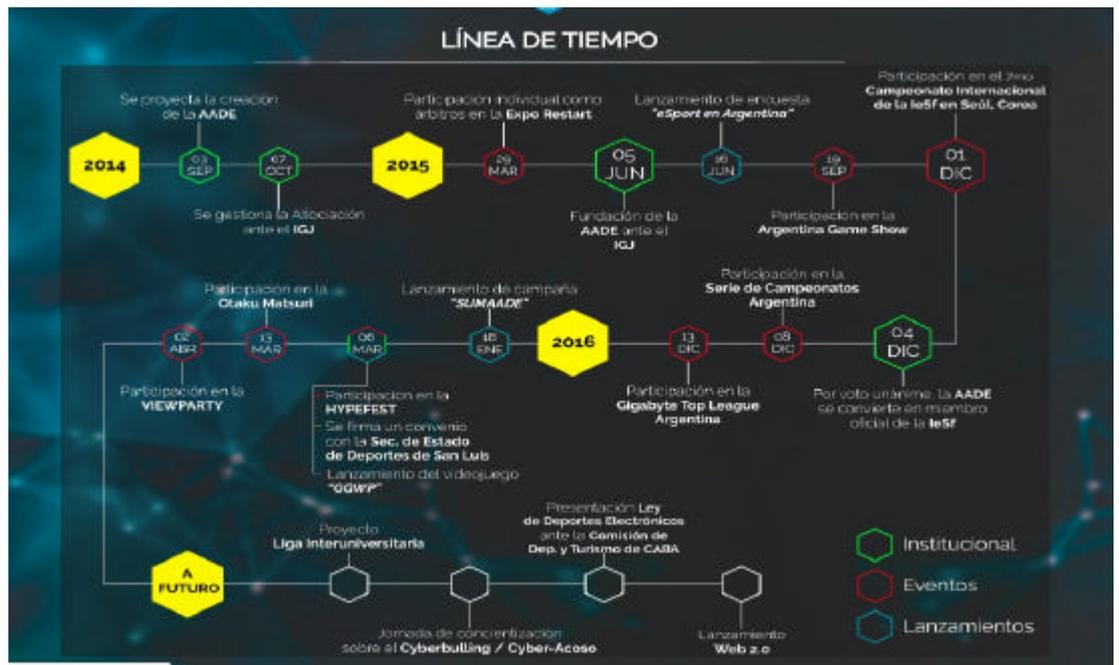


FPS



SVG





Twitter

AADE
@AADE_ok

Asociación Civil sin fines de lucro para los Deportes Electrónicos en la Argentina

Buenos Aires, Argentina
aade.org.ar
Se unió en junio de 2015

TWEETS: 60 | SIGUIENDO: 29 | SEGUIDORES: 238 | ME GUSTA: 56

Tweets | Tweets y respuestas | Multimedia

AADE @AADE_ok · 30 dic. 2016
Mensaje de la Abuela: youtu.be/PBldgWjNul?ia via @YouTube

Mensaje de la Abuela
#LaAbuelaLaTieneClara #AADE #AbuelaGamer Redes
AADE: www.facebook.com/AADEOficial
www.twitter.com/AADE_OK www.instagram.com/AADE...
[youtube.com](https://www.youtube.com)