



LOS LIBERTADORES
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

Fundación Universitaria Los Libertadores

**Cultura Gamer y Videojuegos: Espacio académico-deportivo de esports en la Fundación
Universitaria Los Libertadores**

Trabajo para obtener el grado de:

Diseñador Gráfico
Comunicador Social-Periodista

Presenta:

Hutman David Ramírez Ospina
Nicolás Nieto Rey

Asesor:

Camilo Fabian Rojas Zapata

Bogotá, octubre del 2019

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Agradecimientos

Queremos agradecer a todas las personas que hicieron este proyecto posible a lo largo de sus 3 años de elaboración. Hubo un gran número de personas involucradas que nos brindaron su apoyo en conocimiento, trabajo y que siempre nos hicieron creer en el éxito de cada fase, aun cuando nosotros mismos dudábamos. A la universidad por brindarnos su colaboración siempre que le fue posible y a nuestras familias, que siempre estuvieron animándonos a hacer lo que más nos gusta con dedicación y esfuerzo.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como propósito diseñar los lineamientos necesarios para estructurar un *espacio académico-deportivo* entorno a los *esports* con conceptos de la *gestión del diseño* y la *comunicación organizacional* enfocados a la gestión estratégica de la comunicación que contribuya a generar más espacios de participación académica sobre temas de *esports*, para los jóvenes estudiantes de la Fundación Universitaria Los Libertadores.

Se plantearon cuatro fases que serían trabajadas desde la investigación exploratoria mixta con herramientas de observación cuantitativas (base de datos) y cualitativas (entrevistas). La primera comprende la indagación sobre el tema desde la parte teórica, para poder aplicarla en un primer acercamiento y comprender el fenómeno de estudio a través de un torneo de videojuegos. Luego se continúa con la segunda fase, donde se trabaja en colaboración con la institución para desarrollar un evento entorno a la *cultura gamer* para los estudiantes y observar su participación del mismo. En una tercera fase se procede a la creación de un club de *esports* para verificar la contribución e importancia de este tipo de espacios más allá de los eventos para los estudiantes.

Con el análisis y recopilación de la información obtenida se proponen los lineamientos del espacio académico de *esports* con técnicas de aprendizaje basadas en la *gamificación* para estimular la motivación de los estudiantes a obtener conocimiento de los videojuegos a través de su vinculación con los programas de la Fundación Universitaria Los Libertadores.

Palabras claves: Videojuego, esports, espacio académico-deportivo, cultura gamer, comunicación organizacional, gestión del diseño, gamificación.

Tabla de contenido

Capítulo I Situación Problema	8
1.1 Planteamiento del problema	8
1.2 Pregunta de investigación.....	10
1.3 Justificación.....	10
1.4 Objetivos de la investigación	13
1.4.1 Objetivo general:	13
1.4.2 Objetivos específicos:.....	13
Capítulo II Marcos de Referencia	14
2.1 Marco teórico	14
2.1.1 Comunicación organizacional:	14
2.1.2 Gestión del diseño	17
2.2 Marco conceptual	20
2.2.1 Videojuego.....	20
2.2.2 Espacio académico-deportivo:.....	21
2.2.3 Esports	23
2.2.4 <i>Cultura gamer</i>	26
2.2.5 Gamificación	27
2.3 Discusión marco teórico.....	29
2.4 Estado del arte	32
2.4.1 Panorama de los esports	32
2.4.2 Usos actuales de la gamificación en empresas y universidades	39
2.4.3 Panorama de los esports en universidades internacionalmente	41
2.4.4 Panorama de los esports en universidades nacionalmente	43
2.4.5 El debate de los videojuegos como deporte.....	44
Capítulo III Diseño Metodológico	51
3.1 Metodología	51
3.1.1 Multidimensionalidad del problema:.....	59
3.1.2 Árbol del problema.....	60
3.1.3 Aplicación de árbol de problema.....	63
3.1.4 Aplicación de árbol de soluciones	65
3.1.5 DOFA de espacio de esports	67

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

3.1.6 Análisis de cruces DOFA	68
Capítulo IV Exploración del fenómeno de los <i>esports</i> en contextos universitarios	69
4.1 Método	69
4.2 Fases de la investigación	71
4.2.1 Exploración del fenómeno Liga Rookies Colombiana (RCO).....	71
4.2.1.1 Matriz de Planificación Integrada.....	73
4.2.1.2 Cronograma de actividades RCO.....	74
4.2.1.3 Descripción del proceso:.....	74
4.2.2 Participación de estudiantes: Torneo de videojuegos retro - Festival de cortos universitarios Cinestesia Héros y Villanos	83
4.2.2.1 Matriz de Planificación Integrada.....	84
4.2.2.2 Cronograma Torneo Cinestesia.....	85
4.2.2.3 Descripción del proceso	85
4.2.3 Piloto del Club: The Bunker Gaming Club	89
4.2.3.1 Matriz de Planificación Integrada.....	90
4.2.3.2 Cronograma The Bunker.....	91
4.2.3.3 Estructura filosófica.....	92
4.2.3.4 Descripción del proceso	94
4.2.4 Espacio académico- deportivo de esports Cultura Digital y Videojuegos	108
4.2.4.1 Matriz de Planificación Integrada.....	109
4.2.4.2 Gamificación aplicada en el espacio electivo	111
Capítulo V Análisis de resultados.....	114
5.1 Resultados totales cuantitativos	114
5.1.1 Resultados totales cualitativos:.....	115
5.2 Fase 1. Resultados cuantitativos: Liga Rookies Colombiana (RCO).....	116
5.2.1 Resultados cualitativos	116
5.3 Fase 2. Resultados cuantitativos: Torneo de videojuegos retro en Cinestesia.....	117
5.3.1 Fase 2. Resultados cualitativos.....	118
5.4 Fase 3. Resultados cuantitativos: The Bunker Gaming Club.....	118
5.4.1 Resultados cualitativos:	121
Capítulo VI Discusión del proyecto.....	123
Capítulo VII Conclusiones.....	125
Referencias.....	128

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Lista de Anexos	137
Anexos	138

Lista de figuras

Figura 1. Mercado global de videojuegos.....	33
Figura 2. Segmentación del mercado global de videojuegos.....	34
Figura 3. Proyección de crecimiento del mercado de esports.....	36
Figura 4 Proyección de audiencia a nivel global hasta 2022	37
Figura 5. Ingresos de videojuegos por país en Latinoamérica.....	38
Figura 6. Comparación entre Juego y Deporte	47
Figura 7. Tabla de validación de los esports respecto al deporte.....	48
Figura 8. Modelo diseño estratégico	54
Figura 9. Cronograma de las cuatro fases del proyecto	56
Figura 10. Esquema multidimensionalidad del problema.....	59
Figura 11. Esquema niveles del problema	60
Figura 12. Matriz árbol de problemas y árbol de soluciones.....	61
Figura 13. Matriz actores relevantes y redes sociales involucradas	62
Figura 14. Matriz árbol de problemas aplicada al proyecto.....	63
Figura 15. Esquema objetivos institucionales de la Fundación Universitaria Los Libertadores .	64
Figura 16. Matriz árbol de soluciones aplicado al proyecto	65
Figura 17. Matriz actores relevantes y redes sociales involucradas aplicado al proyecto	66
Figura 18. Matriz análisis DOFA.....	67
Figura 19. Matriz conversión cruces DOFA.....	68
Figura 20. Esquema método	69
Figura 21. Matriz de planificación integrada de una estrategia de comunicación.....	72
Figura 22. Matriz planificación integrada Liga Rookies Colombiana (RCO).....	73
Figura 23. Cronograma Liga RCO.....	74
Figura 24. Ideación logo RCO	77
Figura 25. Arte para portada de Facebook con logo final RCO	78
Figura 26. Logo Desafío Invitacional	79
Figura 27. Publicación de apertura de inscripciones en Facebook	80
Figura 28. Dinámica de equipos en la página de Facebook.....	81
Figura 29. Foto Final presencial Desafío Invitacional.....	82
Figura 30. Matriz planificada integrada para torneos de videojuegos en Cinestesia.....	84
Figura 31. Cronograma torneo de videojuegos en Cinestesia.....	85
Figura 32. Mapa del evento referente a los torneos de videojuegos retro	86
Figura 33. Publicación para promoción del evento en página de Facebook de Cinestesia	88
Figura 34. Torneo de videojuegos retro, Festival de Cinestesia - Héroe y Villanos.....	89

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Figura 35. Matriz de planificación integrada The Bunker	90
Figura 36. Cronograma The Bunker	91
Figura 37. Publicación sobre opinión de los estudiantes acerca del club en Facebook	94
Figura 38. Primera propuesta del logo NGT.....	96
Figura 39. Primeras clases del club The Bunker con el invitado Carlos Argüello	97
Figura 40. Reedición logo NGT.....	99
Figura 41. Logo final The Bunker	100
Figura 42. Reglamento The Bunker.....	101
Figura 43. Gráfica de juegos practicados en The Bunker	104
Figura 44. Publicación en página The Bunker de Instagram	105
Figura 45. Fragmento del Acta de constitución del semillero de videojuegos	107
Figura 46. Matriz de planificación integrada del espacio Cultura Digital y Videojuegos.....	109
Figura 47. Organigrama del Espacio académico Cultura Digital y Videojuegos	110
Figura 48. Participación total en las 3 fases del proyecto.....	114
Figura 49. Gráfico estudiantes inscritos al club The Bunker.....	119
Figura 50. Gráfico asistencia total de estudiantes por carrera The Bunker	120
Figura 51. Gráfico porcentaje por género The Bunker	120

Capítulo I Situación Problema

1.1 Planteamiento del problema

Los *esports* son un fenómeno mundial que ha pasado de ser una tendencia a una fuerza económica, social y cultural, que llena estadios enteros en todo el mundo con sus competencias y hasta hace a expertos del deporte replantearse los principios de su disciplina, tal y como se conoce de manera tradicional. Además, según informes, su proyección se espera que crezca de forma exponencial en los siguientes años (Telefónica, 2017).

Los videojuegos no sólo son muy famosos en otros países, como Estados Unidos o Corea, sino que en el contexto latinoamericano es un gran mercado en crecimiento. Según el reporte de Newzoo (2019) Colombia es el cuarto país de Latinoamérica que más genera ingresos por videojuegos, con 372 millones de dólares. Esta cantidad cada vez está directamente relacionada con los *esports*, debido a que sus competencias son transmitidas a través de múltiples plataformas de internet y de forma gratuita.

En el contexto universitario, países como Estados Unidos, que es el mercado más grande de videojuegos actualmente, ha estado innovando desde hace ya varios años. Más de 200 de sus universidades ya cuentan con programas para impulsar los *esports* con becas, oportunidades de vinculación laboral y creación de sus propios equipos e investigación como el ejemplo del *National Association of Collegiate Esports* (NACE, 2019).

En Colombia específicamente, se han estado haciendo muchos acercamientos de este tipo, tanto en universidades como fuera de ellas. Torneos, ligas, clubes y equipos de *esports* se han estado

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

creando a lo largo de los últimos años. Sin embargo, en la parte investigativa, el tema de los *esports* no ha avanzado mucho. Hasta la fecha, se han encontrado pocos documentos académicos investigativos rigurosos que los aborden; los hallazgos más cercanos van desde un libro recientemente publicado llamado *De jugadores a Profesionales* por la periodista Ana María Velásquez hasta algunas tesis de pregrado como la del estudiante Stiven Rodríguez acerca de los *esports* como modelo de negocio, pero no han sido considerados como material de estudio suficiente para este proyecto.

En la Fundación Universitaria Los Libertadores, se han encontrado pocos textos referentes a los *esports*, tanto en el repositorio de tesis como en las bases de datos de la biblioteca que se han consultado desde noviembre del 2017 hasta septiembre de 2019. De esta forma, y frente a esa ausencia de documentación y desarrollo frente al tema, se planteó en noviembre del 2017 la necesidad de empezar a investigar el tema desde el semillero de investigación Cultura Digital y Videojuegos, para llevar a cabo una investigación académica que pueda llevar, no sólo a entender los *esports*, en el contexto universitario, sino como concepto. De esta forma, sería posible transformar los resultados obtenidos en una propuesta de *espacio académico-deportivo* real, presentada ante la Facultad de Ciencias de la Comunicación, vinculada por la investigación con el semillero y que se articule con el área de Bienestar Universitario, para lograr obtener suficiente motivación de los estudiantes para participar en él y empezar a investigar sobre los *esports*.

Para la construcción de esta propuesta, el diseño gráfico hará uso de herramientas como la gestión del diseño y el *design thinking* para idear e implementar los procesos creativos de forma efectiva; la comunicación social hará uso de técnicas organizacionales que en conjunto con el diseño utilizarán la comunicación estratégica como el punto en común para desarrollar cada proceso de la investigación.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cómo desde la gestión del diseño y la comunicación organizacional se pueden establecer los lineamientos necesarios para estructurar un espacio académico-deportivo entorno a los esports para los estudiantes de la Fundación Universitaria Los Libertadores?

1.3 Justificación

Se entiende la *cultura gamer* como el conjunto de elementos que hacen parte de una sociedad, tanto económicos, como sociales, ideológicos y políticos, los cuales se desarrollan en torno a los videojuegos, tanto desde su tradición en el tiempo hasta su constante evolución hacia el futuro (Lévy *et al.*, 2007).

En Colombia, actualmente, los *esports* no están establecidos dentro de los ambientes académicos, por lo que se plantea la necesidad de diseñar, organizar, crear e implementar una estrategia comunicativa que permita desarrollar la *cultura gamer* dentro de la Fundación Universitaria Los Libertadores. Así, se dará posibilidad a los estudiantes interesados en el mundo de las competencias de *esports*, de participar en torneos profesionales de videojuegos. Esto permitirá abrir nuevos campos creativos, orientados hacia diferentes perspectivas para profesiones emergentes desde la comunicación social como los *casters* (narradores de *esports*) y, desde la *gestión del diseño*, como los *esports manager* (gestor de *esports*), dando más opciones de investigación y oportunidades laborales a personas interesadas en la práctica deportiva electrónica.

Para lograr esto, se propone diseñar una estrategia de *comunicación organizacional* desde la *gestión del diseño* que permita formalizar un espacio, tanto académico como deportivo, entorno

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

a los videojuegos, que responda de igual manera a las políticas institucionales. Este espacio le permitirá a Los Libertadores, como a otras organizaciones en el mundo, sumarse a las dinámicas mundiales que se gestan alrededor de los videojuegos. Como ejemplo, están las becas deportivas para *Gamers* que existen en Estados Unidos:

“Llevamos años ayudando a deportistas y a estudiantes a encontrar la universidad idónea para su futuro, entendiendo sus objetivos académicos y deportivos. Que nuestros estudiantes puedan formarse en la universidad y puedan seguir con su pasión en el mundo de los E-sports era algo que teníamos que incluir en nuestro portfolio de servicios”. (Corrales, 2018)

Con el proyecto, se busca que los estudiantes de la Fundación Universitaria Los Libertadores puedan beneficiarse ampliamente de las oportunidades que se abren en torno al campo de los *esports*. Se busca generar la figura del *Gamer-deportista* dentro de la universidad, identificándose como una relación entre la academia y los videojuegos, para coexistir en un mismo momento del sujeto y en asociación directa en el campo de la academia y el deporte. Esta figura tiene el fin de servir como base para crear un espacio que sea beneficioso, en la mayor cantidad de aspectos posibles, para los estudiantes, desde los ámbitos académicos, investigativos, psicológicos, emocionales y profesionales, para que los videojuegos actúen como un impulsor en el mejoramiento de su capacidad de aprendizaje.

Este proceso deberá generarse a partir de la colaborativo de las dos disciplinas, donde los múltiples actores puedan construir de manera colectiva los lineamientos que permitan formalizar el *espacio académico-deportivo*. Así que, desde la formación como diseñador gráfico y comunicador social, a través del espacio del semillero de Cultura Digital y Videojuegos, se

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

gestionará el proceso ante los entes institucionales respectivos, como la comunidad libertadora y la comunidad *Gamer*, para que puedan converger, discutir, elaborar y establecer el proyecto.

La *comunicación organizacional* y la *gestión del diseño* aportan a este proyecto debido a que comparte un punto en común, la *gestión estratégica*, y es desde allí donde se planea diseñar todas las tácticas y planes de acción necesarios en cada fase del proyecto. Además, se tomarán algunos elementos conceptuales del diseño como el *diseño estratégico* y el *design thinking* para desarrollar los procesos desde los momentos de ideación hasta la ejecución; la comunicación se abordará desde la *comunicación estratégica* y la propia *comunicación organizacional* por sus bases metodológicas.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general:

Diseñar los lineamientos necesarios para estructurar un *espacio académico-deportivo* entorno a los *esports* desde la *comunicación organizacional* y la *gestión del diseño* para los estudiantes de la Fundación Universitaria Los Libertadores.

1.4.2 Objetivos específicos:

- Determinar cuáles son los elementos necesarios para poder formalizar un espacio académico-deportivo en la Fundación Universitaria Los Libertadores.
- Analizar cómo la población académica de la Fundación Universitaria Los Libertadores percibe e interactúa con los videojuegos, para medir la viabilidad del proyecto a través de entrevistas y participación en eventos de la universidad.
- Fomentar a través de Facultad de Comunicación de la Fundación Universitaria Los Libertadores, con base en datos obtenidos previamente, la necesidad del *espacio académico-deportivo* de los *esports* y cómo se vinculará al semillero de Cultura digital y videojuegos, así como al área de Bienestar Universitario para permitir una mayor participación de los estudiantes.

Capítulo II Marcos de Referencia

2.1 Marco teórico

Para dar claridad de los conceptos principales de la investigación como Comunicación Organizacional y Gestión del Diseño, se sintetizó la información de los autores en una sola tabla (Ver Anexo 29).

2.1.1 Comunicación organizacional:

Según la Real Academia Española, se define la palabra *comunicación* como la “acción y efecto de comunicar o comunicarse” (RAE, 2019”).

Al analizar el concepto de una manera más profunda, diferentes autores coinciden siempre en un mismo punto y es que la comunicación, sin importar las corrientes a las que pertenezca ni el momento histórico, tiene en el proceso la participación de una fuente o emisor que envía un mensaje a través de un canal o medio que se puede convertir en emisor (Santos, 2012).

Hay múltiples miradas de lo que se puede interpretar como *comunicación*, una definición de comunicación que se acerca más a lo que queremos abordar como *comunicación organizacional* “se considera como un proceso social fundamental” en el cual “la gente puede comunicarse a muchos niveles, por muy diversos motivos, con gran número de personas y en diferentes formas” (Berlo, 1984).

La *comunicación organizacional* es considerada como una disciplina, porque estudia la forma en que se da la comunicación dentro de las organizaciones, entre diferentes organizaciones y el medio en el que se encuentran inmersas (Andrade, 2005).

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

El autor define la *comunicación organizacional* como “el conjunto de técnicas y actividades que ayudan a desarrollar una estrategia encaminada a facilitar y agilizar el flujo de información entre los miembros de una organización (Comunicación interna) como organizaciones y públicos externos (Comunicación externa) (Andrade, 2005)”, donde una correcta ejecución del flujo de información permite la armonía y correcta ejecución de los mensajes comunicacionales.

Como lo nombra Selznick (1983) una correcta ejecución y armonía de la comunicación en una organización depende en gran medida de la cultura que tengan los colaboradores, ya que esto definirá la manera en la cual comunicaremos a los distintos stakeholder de acuerdo con las ideas, creencias, conceptos que tienen de la realidad en la que habitan, entendiendo la cultura como “... formas compartidas de pensar, creer, percibir y evaluar. La cultura es el reino de ideales e ideas, valores y símbolos. En pocas palabras, cultura es el orden simbólico” (Restrepo, 2004).

Así como Selznick nombra la cultura como el orden simbólico, Joan Costa pionero en la creación del concepto del Dircom (Dirección de Comunicación) en las empresas, menciona que actualmente las empresas deben tener en sus radares cuatro puntos cardinales:

1. Identidad: Es el “ADN” de la empresa, lo que la hace única ante las demás permitiéndole crecer, desarrollarse y durar.
2. Cultura: Es el “hacer”, como actúa en su interior y en relación con la sociedad.
3. Comunicación: Es “Ser orgánico “entendiendo a la empresa como un ser vivo y actuante, una organización de personas, y la comunicación es el sistema nervioso central y el flujo vital. Y al mismo tiempo, la comunicación es el “ser social”, en tanto que la empresa está inserta en una sociedad concreta y con la cual se relaciona.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

4. Imagen: Como se considera ante los diversos públicos relacionados como poco relacionados, se forja a través de la confianza, la credibilidad, la preferencia (o sus contrarios) que la sociedad otorga a la empresa (Costa, 2006).

Para el proyecto es importante identificar el ADN que posee nuestro público objetivo de estudiantes de la universidad que gustan de los videojuegos, también ¿Qué hace único a un estudiante libertador?, ¿Cómo actúa en la universidad y fuera de ella?, ¿Cómo recibe la información por parte de universidad a participar en espacios de videojuegos?, ¿Cuánta participación puede darse en estos nuevos espacios?

Por otro lado, en la *comunicación organizacional* se han generado nuevas tendencias hacia cómo gestionar la información y empoderar grupos de personas, en pro de un objetivo común y buscando más participación de los públicos internos en las organizaciones. Se trata de la *comunicación interna 2.0*, en donde Alexander Formanchuk (2010) la describe así:

- 1) Una plataforma cultural, antes que una colección de tecnologías en “beta permanente”.
- 2) Un modelo que desafía los modos clásicos de significación, participación y organización, antes que una nueva novedad tecnológica.
- 3) Una de las transformaciones más impactantes que puede implementar una organización, antes que una decisión intrascendente de que solo afecta a la comunicación (p.12).

El autor explica que la comunicación y los métodos utilizados se encuentran en una Beta constante, tanto por los cambios que se dan a diario en nuestra sociedad, como por las nuevas tecnologías que van surgiendo y que tienen un impacto significativo en las organizaciones, La *comunicación organizacional* puede brindar significativos aportes a la industria de los *esports*,

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

en este caso concreto para apoyar el proceso de organización de información y empoderamiento de estudiantes para que conozcan del espacio y sean autores de su propio progreso y continuidad.

Ahora bien, para un manejo adecuado de la comunicación organizacional en lo que se pretende de la investigación, lo haremos con un enfoque estratégico abordando la siguiente analogía:

Estrategia → Comunicación

Como menciona Baquer (2000) La estrategia ha permitido que muchos hombres mejoren su posición social utilizando estrategias y métodos de comunicación, lo podemos evidenciar desde propagandas políticas de todo tipo, creación de conceptos e inclusive la misma ciencia en donde sin una estrategia para lograr comunicar los saberes, estos se extravían en el tiempo; sin estrategia nuestras palabras perderían gran parte de su eficacia, no es solo transmitir lo que pensamos sino pensar en lo que se trasmite (Pérez, 2014).

Debido a la importancia de este enfoque disciplinar, surgen nuevas teorías de *comunicación estratégica* que permiten un desarrollo en las organizaciones más enfocado en resolver problemas de comunicación de raíz, permitiendo que sea un proceso mucho más integrador teniendo en cuenta: la comunicación interna, comunicación externa y la Inter institucionalidad; buscando la transformación cognitiva en el marco de los objetivos institucionales, teniendo en cuenta todos los contextos (Massoni, 2016).

2.1.2 Gestión del diseño

Dentro de los abundantes estudios que hay sobre el uso del diseño en pro de la gestión y viceversa, resaltan los que hablan sobre sus usos en el ámbito empresarial. Comúnmente denominada como gestión estratégica del diseño, es posible observar no sólo su importancia proyectual, sino como elemento para la gestión en general.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Para su definición, se retoman las palabras de Best (2009):

“El objeto principal de la Gestión Estratégica del Diseño dentro de las Pymes es el conjunto integrado por productos, servicios y comunicaciones que constituyen la oferta de la empresa. Además, recalca, que esta asume los planteamientos de base de la *Gestión del diseño*, es decir, se concentra en pensar en la estrategia organizativa desde el punto de vista del diseño, identificando las oportunidades de diseño, interpretando las necesidades de la empresa y sus clientes, y analizando la forma en que el diseño puede contribuir al negocio globalmente” (Paredes, 2018; p.37).

Se propone entonces desde esta perspectiva que la *gestión del diseño* haga parte activa de la producción de una empresa, siempre estando presente en cada etapa el diseño como una estrategia que sirva para resolver las situaciones desde un punto de vista holístico al interior del área administrativa de la organización.

Además, la gestión estratégica del diseño habla también de la necesidad de integrar al diseño dentro de la cadena de valor de las estrategias empresariales. Se busca implementar, en términos amplios, el concepto de “gestión” dentro del territorio del diseño, es decir, la implementación del diseño dentro del programa formal de actividades en la empresa, haciéndolo parte de sus objetivos, coordinando los recursos de diseño a todos los niveles de la actividad empresarial para lograr las metas de la empresa. (Lecuona, 2014).

A su vez, se habla de la dimensión “gestora” dentro de la gestión estratégica del diseño, por la cual la figura del *design manager* aparece como una persona que no sólo coordina las áreas productivas, sino que está presente en las áreas administrativas, asegurando que las funciones de la gestión estratégica del diseño estén presentes al contribuir con los objetivos corporativos, participar en la identificación de las necesidades de los consumidores, gestionar los recursos de

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

diseño, coordinar el proceso de diseño y crear la red de información y de generación de ideas (Lecuona, 2014).

La *gestión del diseño* busca que el alcance que se le da al diseño sobrepase la concepción tradicional e incentive pensar no sólo desde una perspectiva proyectual, sino desde una visión más amplia como oficio. Al acercar el diseño a otras disciplinas, se construye como un pensamiento estratégico y permite abordar con mayor eficacia las labores investigativas y creativas del profesional.

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Videjuego

Para entender el concepto de *Videjuego*, es necesario primero definir el término *juego* y luego orientarlo a sus aplicaciones en la sociedad actual, reconociéndose como un componente activo de la cultura que tiene características propias y que puede ser entendido desde varias perspectivas que lo construyen (Pereira y Alonso, 2017).

Para esto, es adecuado referirse a uno de los autores más importantes, en cuanto a la definición del término *juego*:

El juego es una acción u ocupación libre, que se desarrolla dentro de unos límites temporales y espaciales determinados, según reglas absolutamente obligatorias, aunque libremente aceptadas, acción que tiene su fin en sí misma y va acompañada de un sentimiento de tensión y alegría y de la conciencia de «ser de otro modo» que en la vida corriente (Huizinga, 2010, p.45).

Si bien el autor en su definición alude específicamente a las características principales que componen al juego, también lo reconoce como una parte fundamental de la supervivencia de la especie humana, siendo un componente indispensable para aprender y desarrollar habilidades vitales psicológicas y fisiológicas. El juego antecede a la cultura; por tal motivo, gran parte de los componentes que hacen parte de la misma se deben al juego, y no al revés. Es por esta razón que está presente en varios ámbitos de la sociedad, como las celebraciones, los rituales y la vida cotidiana, es un factor esencial del desarrollo humano.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Para Pariente, en una línea cercana, el juego resume muchos factores en el ser humano:

Juego - Un proceso cognitivo de aprendizaje, diversión, inmersión, y que por lo cuanto nos lleva directamente al campo de la neuropsicología, y de cómo podemos entender el funcionamiento del cerebro humano en muchos y variados modos de funcionamiento, que contribuyen a que el ser humano entienda su medio ambiente, se adapte a él, y pueda sobrevivir y perpetuar la especie humana (Contreras y Eguía, 2016, p.12).

Se plantea entonces que el *Videojuego* como concepto obedece a estas características, pero su variación reside principalmente en la forma en que se presenta la interacción. Para poder experimentar el desarrollo cognitivo, de aprendizaje y de placer propio de jugar, se puede hacer uso de recursos sonoros y visuales, que además generen una respuesta háptica, ya sea un joystick, mouse o cualquier otro dispositivo (Pereira y Alonso, 2017). Por este motivo, el *Videojuego* se convierte en una modernización del juego, conservando sus atributos originales, pero modificando la forma en que se concibe y se desarrolla, como resultado del contexto cultural y tecnológico en el que se encuentra.

2.2.2 Espacio académico-deportivo:

Para entender qué significa un *espacio académico-deportivo* es importante tener en cuenta la etimología de cada una de las palabras que componen el concepto, por un lado, tenemos el concepto de espacio académico como define Abbagnano, (1992) “El espacio académico (la escuela, el colegio, la universidad) es una arquitectura creada, pensada, producida, reproducida y proyectada con el fin de disciplinar e instruir. Las escuelas monacales, parroquiales, catedralicias y posteriormente las universidades dan cuenta de ello” (Carpintero, 2016).

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Por otra parte, los espacios académicos no solo se rigen por los contenidos que se brindan en sus espacios curriculares; también se pueden reconocer como espacios que permiten el uso de estructuras de múltiples funciones que nos permiten desarrollar actividades en pro de la creación de nuevo conocimiento y difusión del mismo (Peñaloza Caicedo y Curvelo Magdaniel, 2011).

Un espacio deportivo es la delimitación espacial en una instalación, donde puede desarrollarse la actividad física o deportiva según estudios de la División de Estadística y Estudios del Ministerio de Cultura, Educación y Deporte de España en el año 2005, donde se categorizan en tres grandes grupos convencionales los cuales son: espacio deportivo convencional, área deportiva, espacio deportivo singular de los cuales como espacio estructural el que más se acerca a nuestra interpretación de espacio físico de desarrollo es la de espacio deportivo convencional la cual son “espacios deportivos construidos para las prácticas deportivas más comunes y tradicionales, presentan en general dimensiones y cerramientos reglados y adaptados a las características y tipo de cada deporte, como ejemplos: pistas polideportivas, pistas de squash (Ministerio de Cultura y Deporte Gobierno de España, 2005)”.

Para la Fundación Universitaria Los Libertadores, un espacio académico: “corresponde a la unidad de estudio, curso, seminario, módulo o asignatura que hace parte del Plan de Estudios y se expresa en créditos académicos” (Universidad Los Libertadores, 2017). Se entiende el espacio académico entonces orientado hacia una unidad de estudio que pueda expresarse en créditos universitarios, los cuales permitan el desarrollo del estudiante académicamente y sumen a su plan de estudios.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Por otro lado, la definición más cercana que podemos encontrar, de Los Libertadores, para designar un espacio deportivo, es la utilizada por Bienestar Institucional, el área encargada de brindar espacios culturales y deportivos a los estudiantes: “Espacios de formación integral: Obedece a una programación de 32 horas semestrales en el que los estudiantes pueden seleccionar entre las diferentes alternativas que ofrecen las coordinaciones” (FULL,2019) donde en estos espacios se permite elegir en las diferentes actividades deportivas tales como fútbol, natación, baloncesto y también actividades culturales como artes escénicas y artes culturales.

A partir de las definiciones dadas, un espacio académico- deportivo es un lugar donde el estudiante puede abordar el conocimiento de un tema en específico, y busca ponerlo a prueba en un entorno deportivo que cuente con características que permitan el desarrollo del mismo y donde este cumpla con los enfoques que la institución dé para su desarrollo. En el caso de Los Libertadores, la universidad indica de acuerdo a su definición que este debe contar con la participación de los estudiantes en la parte académica, con la aprobación de créditos institucionales y de parte de Bienestar Institucional, con la participación de 32 horas semanales. Esto se debe tener en cuenta a la hora de la formulación del concepto de *espacio académico-deportivo*, porque permite comprender su necesidad, para poder integrarlo dentro de la universidad como un espacio de *esports*.

2.2.3 Esports

De forma muy básica los *esports* son competencias organizadas de videojuegos, sin embargo, existen varios autores que los definen de forma diferente. Wagner (2006) ya definía los *esports* como:

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

“es un área de actividades deportivas en la que las personas desarrollan y entrenan habilidades mentales o físicas en el uso de tecnologías de información y comunicación” (p.3).

Si bien es una definición acertada, es necesario tomar en consideración las definiciones primarias de *deporte* y su influencia en el concepto moderno de *esports*:

Para definir el deporte se toman en cuenta los siguientes modelos: competitivo, expresivo, instrumental y espectáculo, los cuales de forma conjunta se adaptan al contexto real. Estos modelos responden a un sistema de reglamentación estricta, poseen una estructura organizativa basada en clubes, buscan una meta que se valida con un logro representativo, generalmente en forma de medallas, que otorgan a su vez un prestigio social y, por tanto, sirven como un elemento diferenciador dentro de una sociedad que busca incluir nichos antes ignorados, como personas cada vez más jóvenes y mujeres, todo dentro de la estructura cultural establecida (Puig, 1991).

Wagner (2006), retoma las palabras de Tiedemann, para brindar su propia definición de deporte, al que define como “un campo cultural de actividad en el que las personas voluntariamente se comprometen con otras personas con la intención consciente de desarrollar y entrenar habilidades de importancia cultural y compararse con otras personas en estas habilidades de acuerdo con las reglas generalmente aceptadas y sin dañar deliberadamente a nadie” (p.2).

Al considerar estas dos definiciones del deporte, es posible apreciar que las similitudes con la definición de *Videojuego*, desprendida directamente de su raíz en la lúdica, se adecúan bien para una concepción actual del término *esports*. Huizinga (2010) ya hacía referencia al juego como un factor que determinaba grupos o asociaciones de personas, que compartían características

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

similares y buscaban un objetivo en común, usualmente midiendo sus habilidades de forma competitiva.

Sin embargo, estas definiciones, aunque se acercan bastante a la exploración del término *esports*, por sí solas no son suficiente para terminar de entender cómo se relaciona con el contexto cultural moderno. En la actualidad, el Comité Olímpico Internacional (COI) por sus siglas en inglés, es la autoridad más influyente en el mundo del deporte. Como ejemplo para este caso, el COI a reconocido al ajedrez como un deporte, y a la *International Chess Federation (FIDE)* como su representante oficial. Para establecer los criterios que determinan al ajedrez como un *deporte mental* la *International Mind Sports Association (IMSA)*, reconocida a su vez por la IOC, se basa en la definición dada por *SportAccord* en su documento oficial escrito por el secretario general Thomas Hsiang (IMSA, 2016):

“... uno juega para ganar (“competencia”) y, para ganar, uno debe tener alta concentración, espíritu de lucha, reflexión rápida y voluntad fuerte (...) Los otros criterios requieren además que el deporte contenga elementos de juego limpio, disciplina, reglas universales, código ético, entrenamiento, competencia y rendimiento.” (p.2).

Los *esports* son un concepto muy nuevo que no ha terminado de definirse en su totalidad, ya que aunque comparte muchos elementos del deporte tradicional, puede entrar dentro de la categoría de “deporte mental” y respeta los principios de los videojuegos al estimular procesos cognitivos, desarrollar habilidades sociales y hacer uso de recursos tecnológicos para su interacción, no es suficiente para ser considerados por el COI como un deporte, y aunque en muchos países como EE.UU y Corea ya se incluyen dentro de esta categoría, no es un acuerdo global.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

2.2.4 *Cultura gamer*

El primer concepto del término, *cultura* se ha investigado ampliamente a lo largo de los años, mientras el segundo, *Gamer*, es un anglicismo que significa videojugador y cuya definición va directamente ligada al *Videojuego*:

Para Medina (2007) la cultura se define metódicamente como un gran complejo de redes de sistemas culturales entramados entre sí, en el que cada sistema se caracteriza por un colectivo de agentes y prácticas específicas dentro de un entorno socio-técnico-cultural. A su vez, estos entornos se diferencian como entornos materiales, simbólicos y organizativos que, en su conjunto, crean la cultura (Lévy et al., 2007).

La cultura moderna se compone entonces de estos sistemas socio-técnico-culturales o SSTC, susceptibles a modificarse dependiendo del momento histórico en el que se desarrollen. Para relacionar estos SSTC con el concepto de *cultura gamer*, se deben entender dos términos claves: ciberespacio y cibercultura.

En su Informe al Consejo Europeo, Lévy (2007) define el ciberespacio como:

“... es el nuevo medio de comunicación que emerge de la interconexión mundial de los ordenadores. El término designa no solamente la infraestructura material de la información numérica, sino también el oceánico universo de informaciones que contiene, así como los seres humanos que navegan por él y lo alimentan (p.1).

A su vez, define cibercultura como “el conjunto de las técnicas (materiales e intelectuales), de las prácticas, de las actitudes, de los modos de pensamiento y de los valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciberespacio” (Ídem).

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Estas definiciones relacionan directamente la cultura con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y su implicación en el ciberespacio. Esto da paso a una aproximación real con el término *Gamer*, el cual ha de entenderse de forma individual también.

Tomando la concepción de Latorre (2011), *Gamer* se puede definir como un sujeto/jugador, representado a través de una dimensión descriptiva (avatar) y una dimensión de acción/transformación, donde el sujeto experimenta la relación entre el sistema estructural (historia, sonido, gráficas, entre otros) y su experiencia en el juego, bajo unas reglas de competencia y reglas transformacionales establecidas por el sistema y determinadas en función del jugador (Angulo & Realpe, 2017).

De esta forma, el concepto de *cultura gamer* nace de la necesidad de explicar cómo la evolución de las TIC ha influenciado a la cultura tradicional hasta tal punto, de convertirse en una cibercultura, la cual responde a algunas de las características principales de los videojuegos, basadas en la tecnología y el ciberespacio, donde la figura del jugador se transforma, se desarrolla y se adapta respecto a la forma de interacción e interpretación que da el propio jugador como sujeto y como parte de un nuevo tipo de sociedad moldeada por el mundo digital.

2.2.5 Gamificación

El uso del juego como herramienta de aprendizaje es un enfoque por el que cada vez más universidades y empresas se han inclinado a usar debido a su habilidad no sólo para enseñar y reforzar conocimientos, sino para resolver problemas y trabajar en equipo. La enorme capacidad que tienen los juegos para retener al usuario y mantenerlo motivado, es la razón principal para el uso de la *gamificación* en aulas universitarias (Contreras & Eguia, 2016).

Nallar (2015) define:

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

“*Gamification* es la incorporación de una estructura lúdica en actividades que no son juego, como el trabajo, mercadotécnica, el deporte, la educación, con el objetivo de motivar, fidelizar e inducir cambios de comportamiento positivos. Para conseguirlo, se utilizan las técnicas del *game design*”. (p.323).

Por tanto, la *gamificación* o el sistema gamificado no es un *Videojuego*, ni tiene como objeto entretener, tampoco debe confundirse con los *serious games* o videojuegos educativos. Lo que busca es incluir elementos del diseño de videojuegos tales como: niveles, misiones, desafíos, recompensas, rangos, entre otros, con actividades que normalmente son aburridas para transformarlas en algo inspirador (Nallar, 2015).

Si bien existe una clara conjunción entre los videojuegos, los procesos cognitivos y la tecnología, para un sistema gamificado puede removerse la tercera palabra, ya que no es un elemento indispensable para su aplicación. Lo importante es que gamificar consiste en plantear un concepto para transformarlo en una actividad que tenga elementos de competición, cooperación, exploración y narración, dirigida a cumplir un objetivo acorde con determinada organización. Este proceso sólo tendrá éxito si existe una buena planeación donde se analice de forma correcta el usuario que va a interactuar con el sistema y el ambiente donde se desarrolla (Contreras & Eguia, 2016).

Es así como la *gamificación* puede utilizarse como una técnica de aprendizaje compuesta por actividades desarrolladas en un contexto específico para llegar a una meta definida, buscando desarrollar habilidades y competencias mediante elementos o mecánicas de videojuegos debidamente supervisadas por una persona u organización.

2.3 Discusión marco referencial

Los videojuegos cumplen con las características primarias del “juego” como un instrumento de aprendizaje cognitivo y fisiológico, satisfacen la necesidad humana de interacción y estimulan la competencia, todo mediante el uso de las tecnologías de la información y la comunicación y a través de dispositivos que generan reacciones hápticas.

Al poner la tecnología al servicio de los videojuegos, inevitablemente se crea un nuevo tipo de mundo virtual, denominado ciberespacio, donde convergen millones de videojugadores o *Gamers*, estableciendo sus propias reglas, sus propias costumbres, sus propios lenguajes, sus propios valores y, en definitiva, sistemas complejos socio-técnico-culturales que en conjunto conforman la cibercultura. Este tipo de cultura moderna orientada a los videojuegos denominada *cultura gamer*, responde a una transformación y una evolución coherente con la transición del mundo físico a un mundo digital y busca expandirse, ser comprendida y ser respetada como una cultura propia.

Si bien los videojuegos como medio de entretenimiento han tenido un impacto cultural evidente, es en el campo del deporte donde no han podido hallar realmente un lugar oficialmente reconocido en el mundo. ¿Porque los *esports* no son reconocidos mundialmente como un deporte? Pareciera más una cuestión filosófica que numérica. Es requisito para el Comité Olímpico Internacional que para que un deporte sea reconocido como tal, debe tener trayectoria, tiene que ser masivo, estar reconocido por organismos reguladores deportivos nacionales e internacionales y contar con un cierto número de competencias internacionales. Los *esports* son una industria con cientos de millones de adeptos, con mucho dinero e influencia, pero esto no es lo suficientemente válido como para tomar los videojuegos como un deporte.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Para hablar de las implicaciones académicas que pueden tener los *esports*, se puede hablar de las aplicaciones mismas del *Videojuego* como herramienta de aprendizaje. Para el desarrollo cognitivo de los estudiantes, se crean modelos educativos basados en espacios académicos, donde cada disciplina construye y desarrolla la forma en que se imparten los conocimientos teórico-prácticos. Desde su base, el propio juego ya habla de la necesidad de generar grupos o asociaciones donde los individuos puedan comparar sus habilidades físicas y mentales con sus pares de forma competitiva, este es el mismo concepto en el que están basados los clubes deportivos de *esports*, y es un modelo que se usa en las aulas de clase, con los sistemas de evaluación numérica.

Es aquí cuando la *gamificación* aparece como un sistema basado en el diseño de videojuegos enfocados a ser una herramienta de desarrollo mental haciendo uso de elementos que comparte con el deporte, como lo es la competencia, las recompensas y el reconocimiento, utilizándolo como un estimulante que modifica los comportamientos, mejora los procesos de aprendizaje y refuerza habilidades sociales necesarias para su desarrollo profesional. Esto es resultado de un análisis detallado del contexto organizacional donde se planea aplicar el sistema, comprendiendo el público objetivo y planeando una correcta estrategia organizativa para su implementación.

Desde el ámbito académico, la parte competitiva no se hace tan evidente como en el ámbito deportivo, por el contrario, se busca estimular la cooperación. Los proyectos de aula son un método comúnmente utilizado para construir el conocimiento a través de la colaboración, incluso entre varias disciplinas. Para poder llevar a la consecución exitosa de un proyecto es necesario crear estrategias que sirvan para ordenar y gestionar los procesos. Esta es precisamente la labor que desarrolla la *gestión del diseño*. Si bien su uso general está enfocado a las empresas, el concepto de incluir al diseño como una parte vital de cada área involucrada en la creación,

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

elaboración e implementación de las estrategias de un proyecto es indispensable para asegurar su éxito.

Sin embargo, el diseño por sí sólo no resuelve la necesidad intrínseca que involucra desarrollar proyectos interdisciplinarios. La correcta comunicación entre cada parte involucrada, y durante cada fase, es vital para poder lograr no sólo eficiencia, sino efectividad con los objetivos estratégicos del proyecto. Es en este punto donde la *comunicación organizacional* converge con la *gestión del diseño* para lograr un objetivo común al interior de un equipo de trabajo, lograr la completa consecución de un proyecto, con la mayor eficiencia posible, utilizando la menor cantidad de recursos y en la menor cantidad de tiempo posible.

Es de esta forma que, mediante el uso del pensamiento estratégico, el diseño y la comunicación pueden coincidir en metodologías basadas en la *gamificación* que permitan desarrollar proyectos. Al entender el *espacio académico-deportivo* como un lugar interdisciplinario donde se utilizan herramientas de desarrollo cognitivo para construir el conocimiento mediante proyectos colaborativos que se pueden medir competitivamente a través un sistema académico, es posible hacer uso de estas metodologías para desarrollar procesos estratégicos que permitan aumentar la efectividad en los resultados de este espacio, comprendido como una organización que requiere gestión, planificación estratégica y ejecución competente.

2.4 Estado del arte

2.4.1 Panorama de los esports

No existe un acuerdo oficial sobre el término “*esports*” sin embargo según uno de los diccionarios en línea más utilizados del mundo *Dictionary.com* (2019), propiedad de los creadores de *Random House Webster’s Unabridged Dictionary*, *esports* es la conjunción entre (electronic + sports), por lo tanto, al escribirse debe estar junto y en minúsculas al igual que cualquier otra mezcla del mismo tipo de origen anglo como “email” y su traducción al español es “deportes electrónicos”.

La historia de los *esports* empezó hace ya más de 40 años, cuando en 1972 se realizó el primer torneo de videojuegos con el juego *Spacewar* entre estudiantes de la Universidad de Standford en 1972 y cuyo premio fue una suscripción a la revista *Rolling Stone*. En 1980 *Space Invaders*, uno de los videojuegos comerciales pioneros en la industria de *Atari*, logró atraer a más de 10.000 personas en Estados Unidos. Luego, con la aparición de *Quake*, un juego de disparos, se llevó a cabo el torneo de *Red Annihilation*, en 1997, donde el ganador se llevó un Ferrari 328 GTS (Telefónica, 2017).

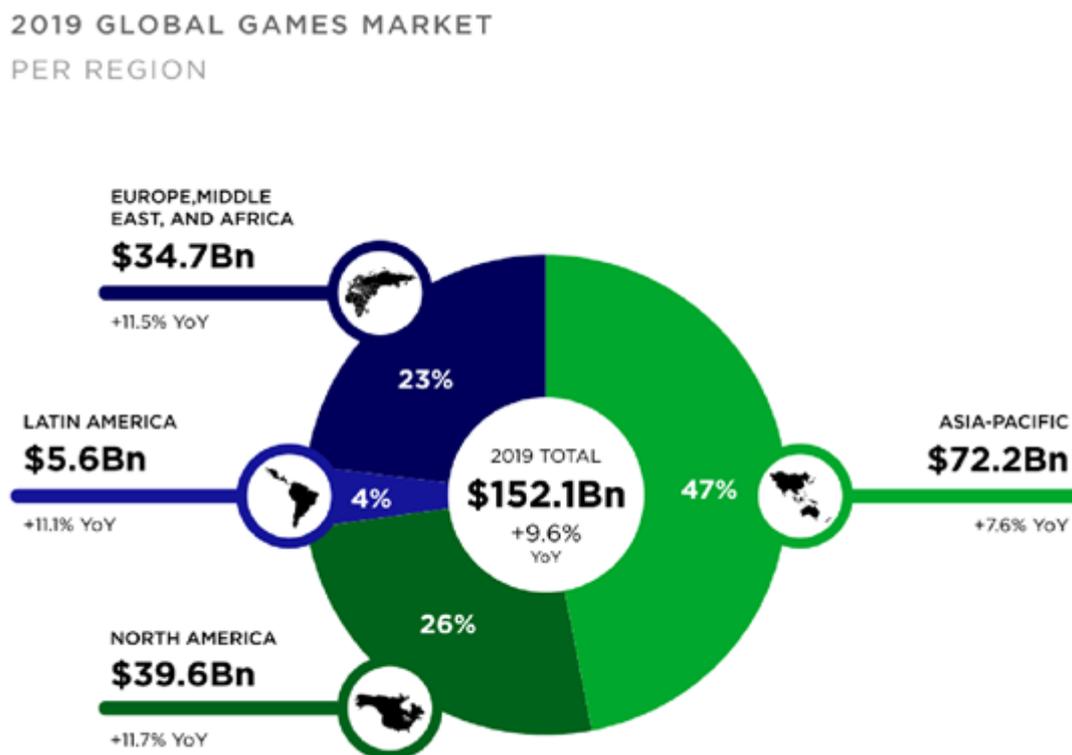
Después del año 2000, nacen las primeras ligas llamadas *esports*: *Electronic Sports League* y *Korea: e-sports Association (KeSPA)*, empezando ya a posicionar Asia dentro del radar de los *esports*. Con la transformación del antes llamado *Justin.TV* en 2006, a *Twitch.TV*, una de las plataformas de streaming para videojuegos más conocida, empezó una rápida expansión de los contenidos relacionados con esta industria en todo el mundo. En 2009 se lanzó al mercado *League of Legends*, un *MOBA (Multiplayer Online Battle Arena por sus siglas en inglés)*, convirtiéndose en el juego de su tipo con más usuarios a nivel global. Tres años más tarde, en 2012, la cadena de televisión coreana OGN (*Ongamenet*) comenzó a transmitir sus campeonatos

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

y en 2016, el Campeonato Mundial de *League of Legends* alcanzó la audiencia en vivo de más de 43 millones de espectadores (Telefónica, 2017)

Newzoo (2019) es una empresa dedicada a la investigación y el análisis del mercado de los videojuegos y los *esports* en todo el mundo. Según su informe *Global Games Market report*, el mercado de los videojuegos se estima en 152.100 millones de dólares en ganancias, donde Asia y el Pacífico representan el 47% del mercado global con más de 72 mil millones de dólares, Europa y África aportan el 23% con 34.700 millones de dólares, América Latina se mantiene como un mercado en crecimiento de 5.600 millones, y Estados Unidos logró convertirse por primera vez desde 2015 como el mercado de videojuegos más grande del mundo con 39.600 millones de dólares, es decir, el 26% del total global, como se puede apreciar en la siguiente gráfica (p.13):

Figura 1. Mercado global de videojuegos.

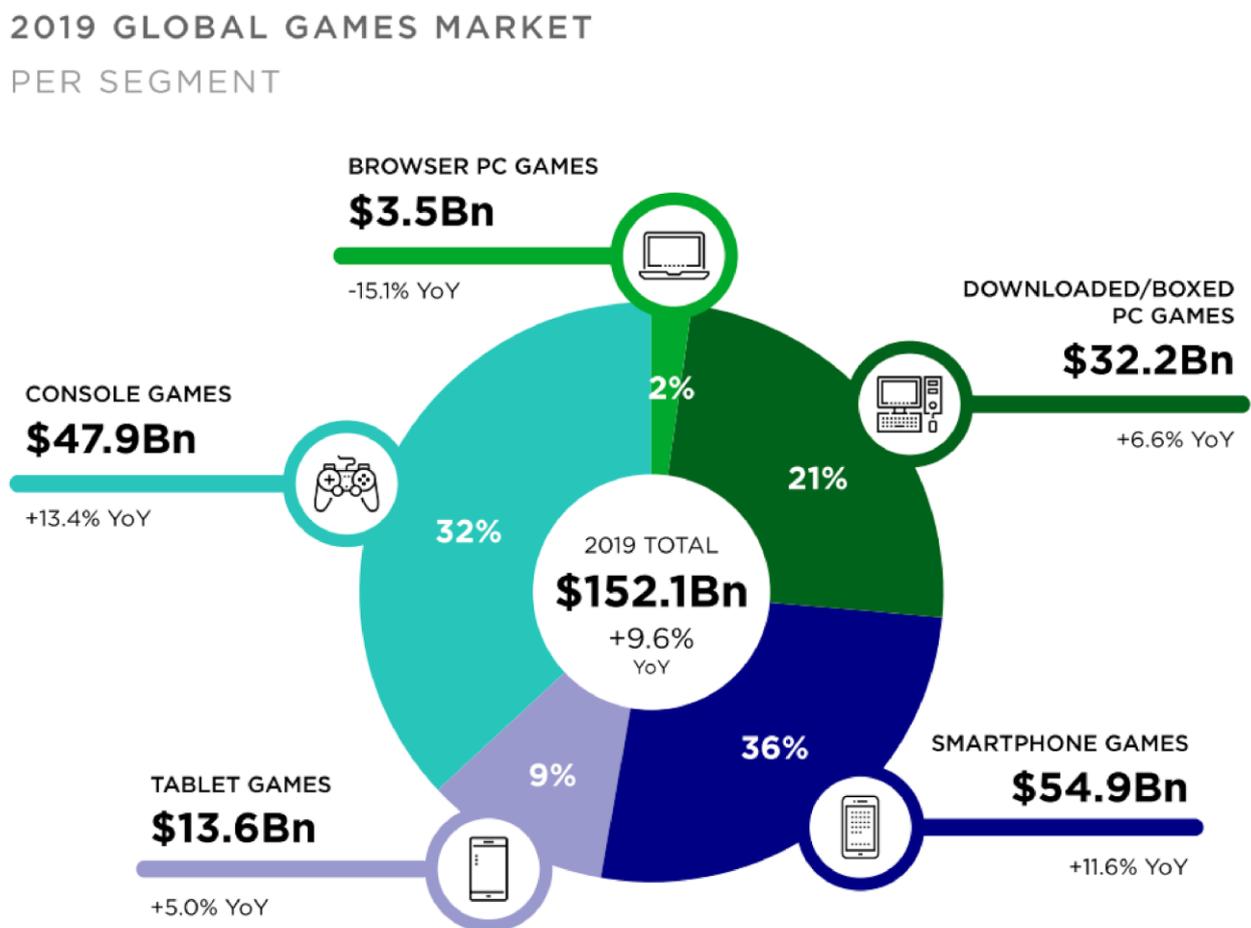


Fuente: *Global Games Market report*, *Newzoo*, 2019.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Lo que llama aún más la atención sobre el reporte, es la distribución del consumo de estos videojuegos por dispositivo. De los 152.100 millones de dólares, 68.500 millones provienen netamente de juegos móviles que incluyen smartphones y tablets - el 45% del mercado total, por encima de las consolas, que se consideraban las líderes del mercado, ya que estas representaron el 32% con 47.900 millones. Finalmente, las ganancias por juegos de computador, sin bien han ido en aumento por los juegos descargados con un 21% y los cada día menos famosos “*browser games*” o juegos de navegador, suman en total 35.700 millones de dólares, es decir, el 23% del mercado global. Esto demuestra que el consumo actual de videojuegos está dictaminado por los estilos de vida modernos y se adecúan a ellos (Newzoo, 2019, p.14).

Figura 2. Segmentación del mercado global de videojuegos



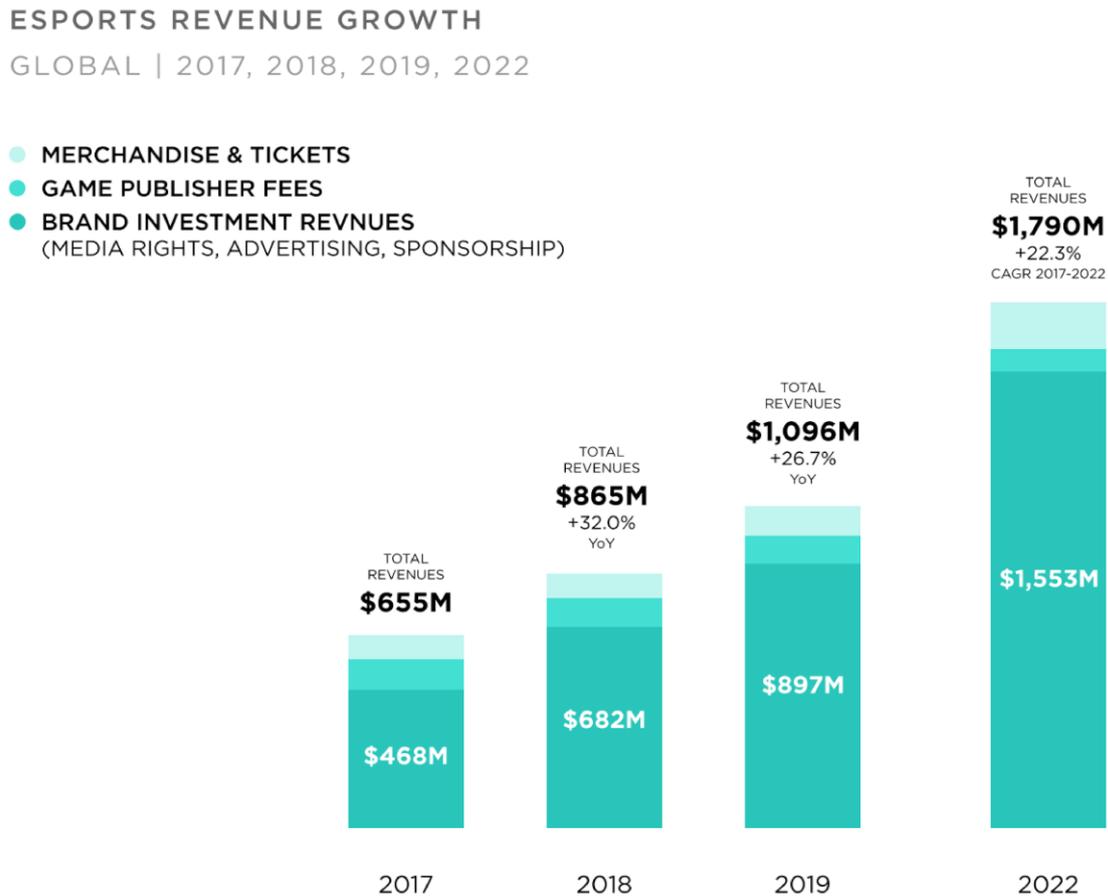
Fuente: Global Games Market report, Newzoo, 2019.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Dentro del mismo informe se recalca la tendencia cada vez mayor de las empresas de videojuegos por usar la nostalgia como elemento de innovación, retomando juegos de hace muchos años que fueron famosos y rehaciéndolos con la tecnología moderna, denominándolos *remakes* o *remasters*. A su vez, se habla mucho del impacto que va a tener la nueva generación de videojuegos en la nube, como la ya existente plataforma de *streaming* para juegos en internet *Google Stadia*, que busca convertirse en la nueva generación del llamado *gaming* (juego), eliminando por completo las consolas (Newzoo, 2019).

Una vez visto el mercado de los videojuegos, se entra a analizar específicamente los *esports* como una parte emergente dentro del mismo. Según la gráfica del *Global Esports Market Report* presentado por Newzoo (2019, p.24) la industria de los *esports* generó en 2018, 865 millones de dólares, y se estima que para el cierre del año llegarán a los 1.096 millones según datos recabados hasta inicios de este año. Del total para el 2019, 456.7 millones de dólares provienen de inversiones de empresas distribuidas en derechos de reproducción, publicidad y patrocinios, 103.7 millones representan ventas de mercancías y boletos para eventos, y 95.2 millones son de las tarifas impuestas por los editores de los juegos. Estas cifras sirven para cimentar el increíble crecimiento que están teniendo los *esports* en el mundo y su impacto económico, que se estima crezca casi el doble para el 2022 y que está abriendo una innumerable cantidad de oportunidades de negocio.

Figura 3. Proyección de crecimiento del mercado de esports



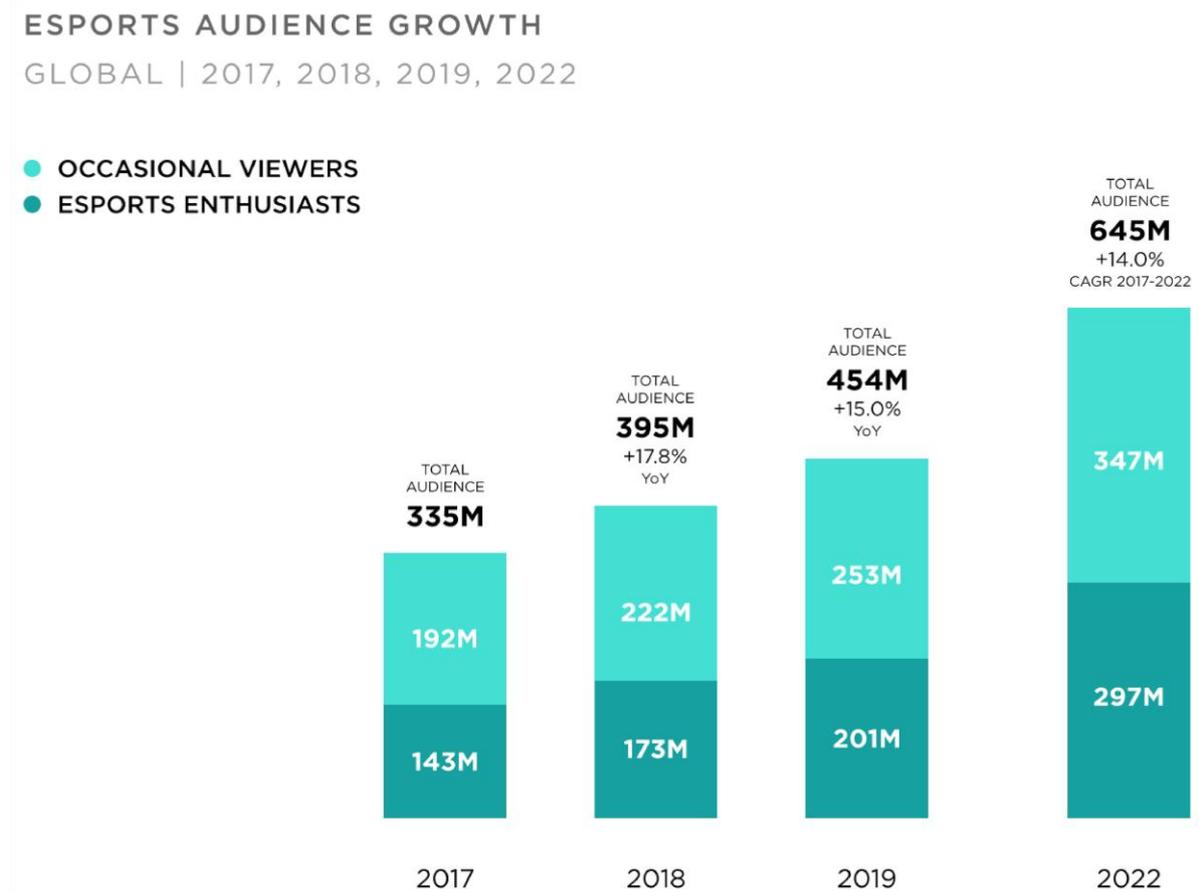
Fuente: Global Esports Market report, Newzoo, 2019

Pero dentro de la propia industria de los *esports*, existe un mercado que está teniendo un aumento aún más impresionante, el consumo audiovisual de *esports* en plataformas de streaming como Twitch y de contenidos digitales como Youtube o Facebook. De los 7.672 millones de habitantes en el mundo, se estima que 4.120 millones son población online, es decir, personas que tienen acceso a internet. De este número, 253 millones son personas que consumen este contenido menos de una vez por mes y 201 millones son consideradas entusiastas de los *esports*, es decir que consumen el contenido más de una vez por mes, sumando un total de 454 millones de audiencia total. Estos datos sólo se consideran para espectadores de competencias

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

profesionales de videojuegos, como *la League of Legends World Championship* conocida como *Worlds*, o la *OWL (Overwatch League* por sus siglas en inglés) debido a que son las que tienen más impacto y son más viables de documentar (Newzoo, 2019).

Figura 4 Proyección de audiencia a nivel global hasta 2022



Fuente: Global Esports Market report, Newzoo, 2019, p.23

Para hacer una comparación, la final de fútbol de la Copa Mundial de Rusia en 2018 fue vista en vivo por más de 1.120 millones de personas, según datos de la FIFA (2018). El fútbol es el deporte más visto del planeta y uno de los más antiguos, aun así los *esports*, a pesar de ser tan nuevos y según los datos presentados por *Newzoo* (2019), la audiencia total que los *esports*

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

generarán en los siguientes 3 años podría suponer más de la mitad de los espectadores totales del deporte líder actual.

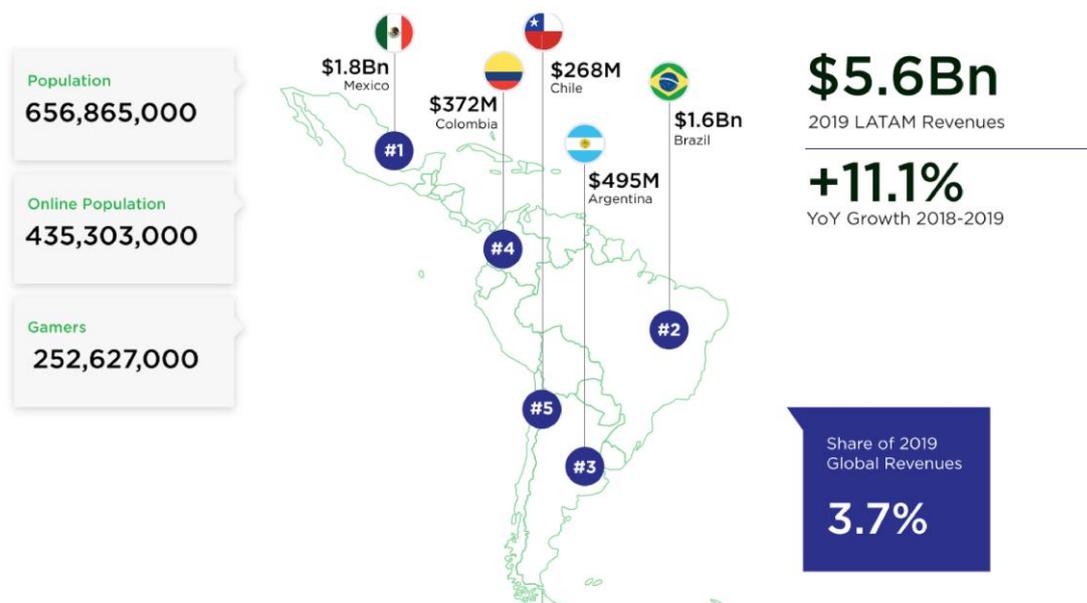
En Latinoamérica, el informe de Newzoo (2019) establece el mercado de los videojuegos con un valor de 5.600 millones de dólares, representando el 3.7% de los ingresos mundiales. Aunque ha tenido un muy buen crecimiento de 11.1% entre el 2018 y el 2019, sigue estando muy por debajo. Dentro de este mercado, Colombia es el cuarto país que más genera ingresos por videojuegos con 372 millones de dólares, sólo superado por Argentina y por Brasil en primer lugar, que generó 1.600 millones. El mercado de videojuegos latinoamericano es un mercado en desarrollo que tiene buen crecimiento y que está impactando cada vez más en el panorama internacional.

Figura 5. Ingresos de videojuegos por país en Latinoamérica

LATIN AMERICA

2019 GAME REVENUES

TOP COUNTRIES BASED ON GAME REVENUES



Fuente: Global Games Market report, Newzoo, 2019, p.29

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

En Colombia, Google (2017) realizó un estudio llamado *Los Gamers en Colombia*, donde encontró que el 50% de los internautas encuestados juega activamente en su smartphone o consola. El 44% de los *Gamers* son mujeres y el consumo de contenido de videojuegos en Youtube aumentó en un 44% respecto al año anterior. Demostrando una clara concordancia con las dinámicas de consumo digital mundial y enfocados a la tendencia de los videojuegos como fenómeno masivo.

Según cifras de *Esportsearnings* (2019), los *esports* en Colombia cuentan con más de 33 jugadores profesionales, que ganan alrededor de 29.019 dólares al año y tienen participación en torneos mundiales como Sergio “Cotopaco” Silva, miembro del equipo Infinity *Esports*, que participó en el Torneo Mundial de League of Legends de 2018 y el jugador de FIFA Javier “Janoz” Muñoz, subcampeón del campeonato internacional de FIFA (FIFA e-World Cup) y miembro del equipo conformado por apenas cinco deportistas denominado Atletas Red Bull Colombia, según el sitio oficial de Red Bull (2019).

2.4.2 Usos actuales de la gamificación en empresas y universidades

La *gamificación* como lo nombra Durgan A Nallar (2015), es la incorporación de una estructura lúdica en actividades que no son juego, con actividades tan complejas como la educación, el deporte, el trabajo, la salud entre otros. Esto permite a las empresas u organizaciones puedan fidelizar e inducir en cambios positivos con los públicos con los cuales, utilizando técnicas de diseño de videojuegos.

Actualmente la *gamificación* ha tomado bastante relevancia en las empresas a tal punto que se están empleando este tipo estructuras en sus entornos laborales y con sus clientes, ya que la *gamificación* permiten brindar soluciones a algunas problemáticas que se presentan a las organizaciones utilizando el juego, como el caso de Navo Orbico empresa de Polonia la cual es un distribuidora líder de muchas marcas mundiales conocidas, cubre una amplia gama de

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

categorías como: cuidado del cuerpo, cosméticos, productos químicos domésticos, productos alimenticios entre otros (Orbico Group, 2019).

De acuerdo a la ejecución de *gamificación* de la empresa Navo Orbico tenía el reto de hacer que las ventas fueran increíbles, divertidas y ganadoras para así aumentar la motivación de los empleados y el estancamiento de las ventas.

Según el informe de Octalysisgroup en su página web el proyecto (llamado Master of the Endless Sea (MOES) fue todo un éxito, ya que a los empleados les encantó la integración de la *gamificación* con el Customer Relationship Management (CRM) existente (Octalysis Group, 2019), permitiendo mejorar su relación con el cliente y de resultados mensuales. Su narrativa emulaba un universo medieval donde cada uno de los participantes en este caso los trabajadores asumen el rol de piratas que se encargaban de llevarse el botín, de acuerdo con el cumplimiento de las metas propuestas en el mes, una tabla de ranking, espacios para compartir ideas de trabajo como la taberna de la aplicación (Kroenke, 2019).

Por otro lado, las universidades también están siendo partícipes de esta estructura gamificada como el Tecnológico de Monterrey el cual está empleando la *gamificación* en sus asignaturas como el curso de matemáticas del primer semestre, el cual logró que los estudiantes se motivarán y se interesarán por el curso, además sirvió para reafirmar conocimientos de la materia. Su funcionamiento era sencillo se agrupaban en grupos de 3 o 4 personas, realizaban problemas en los que podían demostrar su conocimiento y estos iban aumentando el nivel de dificultad de acuerdo iba aumentando el nivel de dificultad, los avances se mostraban en un tablero con insignias en el aula, se utilizaba un proyector en el que se pueden visualizar los avances de todos los equipos competidores. El ganador es el equipo que termina primero los tres niveles. Esto fortaleció las habilidades de comunicación, respeto, liderazgo, responsabilidad y su conocimiento (EduTrends, 2019).

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Otro gran ejemplo que utiliza la *gamificación* en las universidades es el utilizado por un profesor de la universidad de Indiana en Estados Unidos, el cual utiliza la *gamificación* para incrementar el compromiso de los estudiantes. Inspirado en el *Videojuego* World of Warcraft, los estudiantes comienzan en el nivel 1 considerado como el nivel más bajo y buscan ganar puntos de experiencia para aumentar de nivel y así lograr calificaciones más altas (EduTrends, 2019).

De acuerdo a lo que nombra el profesor Tay la estructura era la siguiente: “Los estudiantes son agrupados en gremios; así pueden realizar actividades individuales, en gremios y en equipo con miembros de otros gremios. Estos adquieren puntos al realizar desafíos” (Itnews, 2010) este caso particular permite comprender de qué manera la *Gamificación* puede generar una mejor apropiación de conceptos, gracias a la relación que tienen los estudiantes con este tipo de estructuras.

En la Fundación Universitaria Los Libertadores, se dio un acercamiento hacia la *Gamificación* la cual buscaba diagnosticar la incorporación de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en la universidad donde realizaron torneos relacionados con videojuegos que tuvo una respuesta positiva por la comunidad libertadora, mostrando el ejemplo más cercano del uso de videojuegos en la universidad (Karam, Buitrago, Fagua & Romero, 2013)

2.4.3 Panorama de los esports en universidades internacionalmente

Internacionalmente se está abriendo la oportunidad de que los *esports* hagan parte de un entorno universitario, en Estados Unidos universidades como la Universidad de California en Irvine (UCI), han logrado hacer de los *esports* un espacio de desarrollo tanto de estudiantes competitivos en videojuegos, como en espacios de investigación universitarios.

La UCI desarrolla como pilares fundamentales del desarrollo del espacio: comunidad, entretenimiento, competencia e investigación en nuestro caso concreto hacia los *esports*, esto

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

permite que la universidad pueda brindar de beneficios como becas a los estudiantes , así mismo incluir a la comunidad universitaria en sus diferentes espacios como: *streaming* en vivo, creación de torneos hasta desarrollar procesos de investigación, como el más reconocido que es sobre neurociencia con el *Videojuego* Minecraft este demuestra que los juegos inmersivos en 3D pueden mejorar la memoria de las personas y como esta investigación se encuentran 12 en desarrollo (UCI, 2019).

Dentro de las investigaciones que se están desarrollando dentro de la UCI de California, se creó un espacio de investigación en torno al mundo de los *esports*, llamado UCI *Esports* Research Lab el cual su objetivo principal es “Examinar a los jugadores y fanáticos de los deportes electrónicos, investigando los aspectos cognitivos, sociales y de comportamiento del juego competitivo de videojuegos y la participación de la comunidad” (UCI *Esports* Research Lab, 2019).

Cabe destacar que dentro de las investigaciones que se están dando en el espacio en UCI Research permiten el desarrollo interdisciplinar de los *esports* como lo son la optimización de equipos por medio de uso del *Big Data*, Estudio de la cognición en cuanto a la comunicación de un equipo entre otras (UCI *Esports* Research Lab, 2019).

Una organización destacada de Estados Unidos es The Nation Association of Collegiate *Esports* (NACE), la cual está buscando potenciar el desarrollo deportivo de los estudiantes desde los *esports* con estímulos de competencias y becas. A través de la colaboración con instituciones educativas de todo el país, NACE se ha convertido en un referente a nivel mundial (NACE, 2019).

Esto ha permitido que logren estar presentes en más de 130 universidades, más de 3000 estudiantes becados en *esports* y una convención anual sobre *esports*, todo esto gracias a

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

organizaciones que se dedican a los *esports* y también de marcas patrocinadoras interesadas en los *esports*.

En nuestro contexto latinoamericano las propuestas e iniciativas son mucho más limitadas debido a diversos factores que están presentes en nuestros países. Sin embargo, en México se puede visualizar un mayor interés por los *esports*, en donde a nivel universitario el Tecnológico de Monterrey lanzó su primera arena universitaria de *esports* que busca impulsar la práctica de lo *esports* en la universidad dentro de los espacios ofertados en las diferentes disciplinas en el Tec. de Monterrey. La institución argumenta que es un espacio importante porque permite desarrollar la coordinación del movimiento psicomotriz, la toma efectiva de decisiones mejora la memoria y estimula la parte social de los estudiantes (González, 2019).

2.4.4 Panorama de los esports en universidades nacionalmente

A nivel universitario en Colombia se han estado haciendo muchos acercamientos desde la escena competitiva, con diferentes marcas, organizaciones y comunidades que han trabajado en pro de impulsar los *esports* dentro de las universidades. Algunos ejemplos son la Liga Universitaria WUCG Latam (2019), organizada por la LVP (Liga Profesional de Videojuegos) de España y en conjunto con la World University Cyber Games (WUCG), que busca introducir el modelo de ligas y competencias que ha funcionado en otros países al entorno colombiano. Esta liga tiene el objetivo de seleccionar al mejor equipo universitario para llevarlo al WUCG 2019 *Esports* Carnival en China para representar a su país.

Otro ejemplo de acercamientos que se están haciendo a nivel universitario es el de la AMD Red League (2019), en conjunto con la revista de videojuegos *Gamers-on*. La cual busca fomentar los *esports* en las universidades y ofrecer a los estudiantes nuevas formas de interactuar y competir

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

en estos escenarios. Algunas universidades con las que están trabajando son la Universidad Sergio Arboleda, Universidad del Bosque, Universidad Jorge Tadeo Lozano, entre otras.

Aunque las formas en que se han abordado las universidades en Colombia han sido casi meramente competitivas, son los mejores ejemplos que se han encontrado para esta investigación, aun así, no se tomarán en cuenta estos casos como ejemplos de investigación académica válida, ya que en este campo sólo son reconocibles algunas tesis como la del repositorio de la Pontificia Universidad Javeriana (Rodríguez, 2018), donde se habla de los *esports* online como un modelo de negocio que aún no es sustentable en Colombia ya que no posee aún una cadena de valor y ventajas competitivas que puedan impulsar esta industria y que lo pongan a la par de países más avanzados en este campo. Además, hay algunos textos en bases de datos universitarias respecto a *esports* pero son provenientes de países extranjeros. Más allá de estos documentos universitarios, no hemos encontrado más referentes académicos del tema.

2.4.5 El debate de los videojuegos como deporte

Es necesario empezar diciendo que los *esports* no son un deporte oficialmente, aunque se reconoce su importancia e impacto global, según palabras del propio presidente del COI (Comité Olímpico Internacional) (Olympic Channel, 2019). La razón es porque el COI, que es el ente regulador mundial que dictamina si un deporte es aceptado o no, no los ha declarado como tal. Parece que desde hace ya varios años las condiciones para elegir un deporte no se han modificado mucho, ya que según la Carta Olímpica (COI, 2004) en el capítulo 5, página 92, algunos de los criterios para elegir un deporte son:

“(…) sólo deportes ampliamente practicados en un mínimo de setenta y cinco países y cuatro continentes por hombres, y en un mínimo de cuarenta países y tres continentes por

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

mujeres (...) sólo los deportes ampliamente practicados en un mínimo de veinticinco países y tres continentes podrán ser inscritos al programa de los Juego Olímpicos de Invierno; (...) sólo los deportes que hayan adoptado y apliquen el código mundial de antidopaje podrán inscribirse y permanecer en el programa de los Juegos Olímpicos; ”

Características que sin bien no se hacen evidentes en las últimas versiones de la Carta Olímpica (IOC, 2019) siguen funcionando de la misma forma en la actualidad, ya que ahora se toman en cuenta otros factores más complicados, pero que de igual forma delimitan los mismos principios, estos son: el propósito olímpico, es decir su trayectoria histórica; aspectos institucionales como el estatus financiero y su estructura organizada; el valor agregado al Movimiento Olímpico ó la imagen que le da al mismo; la popularidad del deporte y su modelo de negocio, es decir si es rentable o no (Robinson, 2016).

Estas características no son sólo responden claramente a las necesidades de un contexto, y porque no, una organización, que busca mantener los deportes no sólo como una tradición, sino como un modelo económico sustentable. Sin embargo, más allá de las razones aparentemente superficiales, el COI también tiene razones sociales y legales para afirmar que los *esports* no pueden ser considerados un deporte, ya que los videojuegos siguen teniendo un estigma social muy grande y su reconocimiento legal es una cuestión que depende en gran medida de los entes deportivos reguladores de cada país (González & Talavera, 2016).

La WHO (World Health Organization) ya catalogó la adicción a los videojuegos como un “trastorno mental”. Desde hace ya tiempo se ha sabido que causan adicción, pero no habían sido catalogados hasta ahora. En el informe de la WHO (WHO, 2019) el Dr. Higuchi (director del Centro de Medicina y Tratamiento de Adicciones de Kurihama, Japón) habla de cómo la adicción al internet está directamente relacionada con los videojuegos, ya que la gran mayoría de los adictos a la red son adictos a los videojuegos. Esta característica la hace no sólo más

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

peligrosa que otras adicciones como el alcohol o el cigarrillo, sino más difícil de tratar, debido a que el internet está presente en todos lados. Algunas de las consecuencias son el abandono de la vida laboral, académica y social del afectado, lo cual repercute no sólo de forma personal sino a su entorno. Sin embargo, algunos profesionales de la salud y de industrias de los videojuegos consideran que puede ser un diagnóstico apresurado, ya que se conoce muy poco de los efectos que causan los videojuegos en los seres humanos. De cualquier forma, esto podría ayudar a disminuir el preocupante aumento del modelo de juegos de azar a través de “loots virtuales” en ciertos juegos.

En el caso de España, y Europa en general, los *esports* no son considerados por los entes gubernamentales como un deporte. Según la definición de deporte establecida en la Carta Europea del Deporte, artículo 2, (Consejo Europeo, 1992) se establece que: “Se entenderá por «deporte» todo tipo de actividades físicas que, mediante una participación, organizada o de otro tipo, tengan por finalidad la expresión o la mejora de la condición física y psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones de todos los niveles.” Definición que aún es válida y por lo tanto, los juegos digitales no pueden ser considerados deportes, sino únicamente juegos, debido a que constituyen una actividad principalmente sedentaria y no de naturaleza física (FAGDE, 2017).

Esta definición del deporte hace mucho énfasis en separar el *juego* del *deporte* como conceptos. El problema de esto es que el propio deporte intrínsecamente tiene componentes lúdicos que lo sustentan para su propio funcionamiento. No por nada se habla de “jugar” fútbol o “jugar” baloncesto. Para separar el deporte de ser una actividad que necesariamente involucra al cuerpo, es necesario analizar las similitudes y diferencias que el juego y el deporte presentan para tener una perspectiva completa (Chiva-Bartoll, Pallarès-Piquer & Isidori, 2018).

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Para el análisis de los dos conceptos se utilizará como base la tabla hecha por Cagigal (1996), donde se muestran las diferentes características de cada uno (Chiva-Bartoll *et al.*, 2018):

Figura 6. Comparación entre Juego y Deporte

Juego	Deporte
<ol style="list-style-type: none">1. Libre, espontáneo.2. Desinteresado, intrascendente.3. No es la vida ordinaria.4. Conforme a determinadas reglas.5. Su elemento informativo es la tensión.6. Desarrolla motricidad fina o gruesa.	<ol style="list-style-type: none">1. Liberal, espontáneo.2. Desinteresado.3. Diversión, distracción.4. Más o menos sometidos a reglas.5. Lucha.6. Generalmente en forma de ejercicios físicos.

Fuente: Tabla original de Cagigal (1996) citada en el texto de (Chivas-Bartoll et al., 2018)

Es posible observar en la anterior comparación que tanto el deporte como el juego comparten muchas características que en esencia los definen. Los dos tienen reglas que son libremente aceptadas por los participantes, las cuales son aplicadas a una actividad cuyo objetivo es distraer de la realidad; de allí que tenga un carácter desinteresado e intrascendente. Y si bien no se especifica textualmente, la forma en que se desarrolla la actividad, independiente de si es físico o no, tiene además un fin competitivo. El deporte busca desarrollar habilidades físicas y mentales que le aporten como individuo, más allá de la forma en que se realice (Bartoll *et al.*, 2018).

Esta implicación corporal parece ser entonces el eje fundamental por el que se rigen los deportes. Pero ¿porque el COI reconoce el tiro con arco y el ajedrez como deporte? La respuesta recae en las definiciones de motricidad gruesa y motricidad fina. En la primera, están involucrados músculos grandes del cuerpo en la actividad física, (cuádriceps, glúteos, etc.) y en la segunda, se usan principalmente músculos que permitan movimientos precisos y de control (las manos, brazos y dedos en el tiro con arco o el ajedrez). Por lo tanto, aunque no representen una gran cantidad de esfuerzo físico, pueden ser considerados deportes (Seth, Douglas, Keiper & Olrich, 2016).

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

En el caso específico del ajedrez, el cual ha tenido una larga lucha por lograr el reconocimiento del COI como deporte, se vio en la necesidad de crear una subcategoría nueva para poder explicarlo realmente. Es por esta razón que nació la IMSA (*International Minds Sports Association*), la cual conjuntamente se compone de las diferentes federaciones internacionales de “deportes mentales” : *World Bridge Federation (WBF)*, *the World Chess Federation (FIDE)*, *the World Draughts Federation (FMJD)*, and *the International Go Federation (IGF)* y cuya premisa es que un *deporte mental*, debe ser reconocido como tal porque incluye elementos de competición, no depende de la suerte, no pone en riesgo la salud del deportista y no depende de un único proveedor para su equipo deportivo. Además, tiene alta concentración, espíritu de lucha, reflexión rápida y elementos de juego limpio, disciplina, reglas universales, código ético, entrenamiento y rendimiento (Hsiang, 2016).

Desde estas perspectivas, es posible hallar similitudes entre las distintas características de los *esports* y el deporte tradicional. Para esto se usará una tabla de comparación de *Virtual (ly): Athletes: Where esports Fit Within the Definition of “Sports”* (Seth, et al., 2016):

Figura 7. Tabla de validación de los esports respecto al deporte

Característica del deporte	¿Califica para esports?
Un “deporte” debe incluir... 1. Juego (voluntario, actividad intrínsecamente motivada)	Sí
2. Estar organizado (gobernado por reglas)	Sí
3. Incluir competición (debe resultar un ganador y un perdedor)	Sí
4. Debe constar de habilidad (no suerte)	Sí
5. Incluye habilidad física - uso habilidoso y estratégico del cuerpo	Debatible
6. Tener un alcance extenso (más allá de un	Sí

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

ámbito local)	
7. Haber alcanzado estabilidad institucional donde instituciones sociales lo regularicen como una práctica social importante	Debatible

Fuente: Virtual(ly): Athletes: Where esports Fit Within the Definition of “Sports” (Seth, et al., 2016)

Al observar la anterior comparación es posible concluir que los *esports* tienen una gran cantidad de elementos similares al deporte tradicional. Al desprenderse el *Videojuego* del concepto del propio juego, es posible argumentar que los *esports* son una actividad completamente voluntaria y altamente motivada, organizada por reglas claramente definidas donde hay un ganador y un perdedor. Por ejemplo, en un partido del *Videojuego* FIFA 17 donde hay un equipo ganador y un equipo perdedor controlados por dos jugadores. Estas actividades competitivas tienen el objetivo de demostrar habilidades entrenadas que no dependen de la suerte para desarrollarse. Y aunque es indudable el enorme alcance que tienen, y que además sus competencias por juego tienen las mismas reglas en cualquier parte del mundo, la representación institucional del que gozan actualmente como la IeSF (International e-sports Federation) en Corea o la World e-sports Games, no es suficiente para regularizarlos por completo (Seth, et al., 2016).

Se ha dejado de lado el quinto ítem a propósito para desarrollarlo más a profundidad. Ya que la habilidad física que compone el deporte tradicional puede tener varias connotaciones desde los videojuegos. Para (McCutcheon, Hitchens & Drachen, 2018) los deportes tradicionales pueden ser catalogados dentro de una subcategoría diferente de los *esports*, denominada como IrlSports (In Real Life Sports) o deportes en la vida real por sus traducciones al español. Esta categoría responde a la diferencia evidente que existe entre los deportes que están determinados por una actividad física profusa y aquellos que apenas si es notorio el aspecto de movimiento corporal del deportista (por ejemplo, el movimiento de los dedos al usar un joystick o al oprimir botones).

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Si se tomara en consideración los juegos de realidad virtual donde se busca ejercitar la actividad física; por ejemplo, los simuladores de boxeo o tenis, y los cuales ya tienen algunas competencias organizadas poco populares, sería posible afirmar que los *esports* son físicamente activos y por lo tanto son un deporte. Sin embargo esta sería una argumentación muy básica y lejana de la realidad, puesto que los principales videojuegos considerados *esports* (en cuanto son competitivos y online) son en su mayoría de *shooter* (disparos como Call of Duty), deportivos (FIFA o NFL) o estratégicos (League of Legends: juego donde se simula ser un ente mágico que puede invocar personajes para luchar en equipo) debido a que son los que realmente tienen competencias de gran impacto global y no pertenecen a juegos de realidad virtual (Seth E. Jenny *et al.*, 2016).

Sin embargo, es indudable que los *ciberatletas* necesitan tener una enorme preparación mental y física, en cuanto a que, según determinado juego, necesitan lograr una coordinación psicomotriz tan afinada, que la rigurosidad de sus entrenamientos es a veces más grande que las de otros deportes tradicionales. La relación inminente que existe entre el *Gamer* y su dispositivo es tan importante como la que existe entre un tenista olímpico y su raqueta, o un arquero olímpico y su arco. Es esta comunión “hombre - artefacto” tan única de los *esports*, sus características peculiares de entrenamiento, su componente virtual y real, y su increíble capacidad de captar la atención de las personas a nivel global, la que hace que el debate de si los videojuegos son un deporte o no siga abierto y no parezca tener un fin próximo (Seth E. Jenny *et al.*, 2016).

Capítulo III Diseño Metodológico

3.1 Metodología

El tipo de investigación que se utilizará es de tipo exploratoria, tiene enfoque mixto con tendencia cualitativa, es una metodología propuesta para el desarrollo de investigación académica en *esports* que toma elementos del design thinking (por sus fases de empatizar, definir, idear, prototipar y testear); del diseño organizacional por conceptos de gestión estratégica y elementos del modelo de *comunicación estratégica* como las matrices de Sandra Massoni (2016), las cuales permiten abarcar diferentes áreas de comunicación de una organización, buscando la transformación deseable de acuerdo a objetivos institucionales y el contexto donde se desarrolla el problema, se toman elementos de cada disciplina ya que estos nos permiten ser más flexibles en la investigación de la que se tiene poco conocimiento.

Consideramos importante utilizar la investigación-creación como un método conveniente para el tipo de proyecto que se desarrollaremos, utilizando la intuición, instintos y deseos como herramientas para la obtención de conocimiento extraídas de la investigación-creación y permitiéndonos generar actividades que se transformen en los productos de la investigación (Daza, 2009).

Las herramientas de investigación que se utilizarán son la observación porque nos permitirá recopilar la información de las diferentes fases de la investigación como fotografías, grabaciones, base de datos, listas de asistencia esto nos ayudará a entender cada momento de la investigación y así reconocer mejor la problemática, también haremos uso en cada momento de entrevistas para entender sus gustos y opiniones.

La *gestión del diseño* toma bases del propio diseño como herramienta de valor para una organización. Es posible relacionar directamente el origen del propio concepto con el *design*

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

thinking por la forma en que está construido. El *design thinking* busca tomar elementos claves del pensamiento del diseño y aplicarlos a otros escenarios y no se limita únicamente a “pensar todo como un diseñador”. La habilidad de visualizar conceptos e ideas rápidamente para la creación de productos o servicios puede ser aplicada también a las estrategias organizativas de una empresa (de allí que otras disciplinas busquen adoptar esta metodología). Si se toma la organización como un producto, que requiere un proceso de ideación y planeación, entonces el diseño puede aportar significativamente a visualizar problemas y conceptos y diseñar estrategias basadas en métodos de investigación de diseño para su implementación (Cooper, Junginger & Lockwood, 2018).

En su libro *Teoría y diseño organizacional*, Draft (2011) afirma que las metas de una organización representan la dirección de los objetivos corporativos de la empresa y las *estrategias* delimitan la forma en que se alcanzarán esas metas. Por lo tanto “Una estrategia es un plan para interactuar con el entorno competitivo a fin de alcanzar las metas organizacionales.” (p.65). De esta forma el diseño puede hacer parte de una Metodología de Diseño Organizacional (Rodríguez, Gonzáles, Noy & Pérez, 2012) debido a que sirve como una metodología para crear diferentes fases de un proyecto como: proyección estratégica, diseño de los procesos, diseño del modelo de control de gestión, diseño de la estructura, automatización e implementación, debidamente interrelacionados entre ellos a través de la estructura organizativa. Se hace mucho énfasis en el trabajo grupal multidisciplinario en todas las etapas de diseño e implementación, además del uso de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), para contribuir a la efectividad de los resultados a alcanzar de una metodología que puede adaptarse a otras organizaciones o grupos de trabajo.

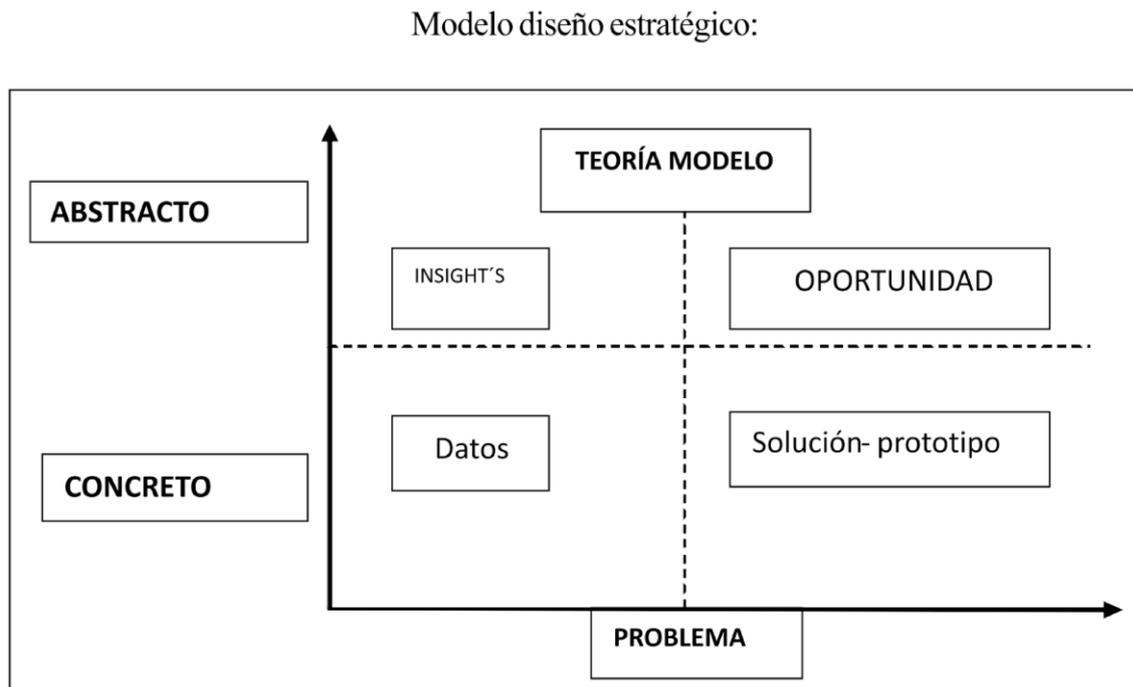
La importancia de la *gestión del diseño* en la propia investigación está determinada por la propia definición de *diseño estratégico* y sus usos:

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

“El diseño estratégico es el estudio que se aplica con el objetivo de solucionar problemas a partir de objetos o servicios que pueden mejorar las condiciones de vida de los seres humanos, según la cultura y el espacio en el que se desenvuelven; una gestión efectiva de diseño contribuye al desarrollo de perfiles de clientes y a proposiciones de valor que conducen a la comercialización, como información que es traducida en la forma del producto, el color, la textura y todos los elementos que lo conforman.” (Marín & Gómez, 2009, p.17).

Esta definición busca poner el diseño al servicio activo de la investigación mediante la investigación centrada en el usuario, donde se vuelve clave poder entender el perfil y el contexto en que se desenvuelve el público objetivo para asegurar una buena estrategia de diseño. Para esto se puede hacer uso de varias herramientas investigativas como: el registro fotográfico, shadowing (acompañamiento del usuario), entrevistas, entre otros, todo con el objetivo de recabar información esencial que permita sintetizar y definir el procedimiento adecuado para implementar en el entorno. El modelo de diseño estratégico es muy parecido al de otras metodologías de diseño debido a que siempre busca desarrollar un proceso en espiral donde se idea, prototipa y valida varias veces hasta obtener una propuesta refinada de la investigación (Marín & Gómez, 2009), esto se puede observar en la siguiente gráfica:

Figura 8. Modelo diseño estratégico



Fuente: Modelo creado por Bermúdez (2007), citado en el artículo de El diseño estratégico y la importancia de la investigación de usuario (Marín & Gómez, 2009).

Como se puede observar, se parte del hecho que un problema tiene elementos tanto abstractos como concretos. Los primeros bien pueden ser meramente cuantitativos como los datos de información recabados y la propia solución o prototipo de solución del problema. Sin embargo, estos elementos dependen a su vez de los *insight's* o hallazgos de la investigación, que están encaminados a identificar una oportunidad dentro de la problemática para crear mediante el modelo de diseño estratégico una correcta planificación que permita aprovecharla de forma efectiva.

La gestión estratégica del diseño se aplica a las organizaciones desde varios ámbitos, y es un proceso que necesita de otras disciplinas para su correcta implementación. El diseño es comunicación, sólo es efectivo en cuanto cumpla su objetivo para el que fue construido, si comunica el mensaje que se desea. Es por esto que la *gestión del diseño* no puede actuar aisladamente para lograr los objetivos de una organización, la comunicación juega un factor

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

fundamental para que exista una sinergia entre los administrativos y sus colaboradores, logrando así que vayan alineados con los mismos objetivos y, en definitiva, puedan alcanzar sus objetivos corporativos eficientemente (Raffo, 2015).

“La *comunicación organizacional*, se puede ver como el conjunto de técnicas y actividades a través de la investigación del proceso comunicativo en la organización ayudan a desarrollar una estrategia encaminada a facilitar y agilizar el flujo de información entre los miembros de una organización” donde esta promueve el movimiento dinámico de la información con los públicos a los que se necesite comunicar dónde se tomarán algunos elementos de ella para la aplicación estratégica del espacio (Horacio, 2005, p16).

La Metodología para la Planeación Estratégica está basada en el valga la redundancia direccionamiento estratégico, donde este se ejecuta en una empresa para ser más eficaz. Dentro de las múltiples definiciones que se nombran en el libro se define “estrategia” como “La determinación de metas básicas de largo plazo y objetivos de una empresa, la adopción de cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para alcanzar esas metas” (Serna, 2017, p.20).

Son diversos los autores que hay entorno a procesos de *comunicación organizacional*, sin embargo por la naturaleza misma de la investigación que es de tipo exploratoria y del poco conocimiento y desarrollo investigativo que se encuentran los *esports* en nuestro contexto, vemos la necesidad de aplicar metodológicamente el Modelo de *Comunicación estratégica* planteado por Sandra Massoni, este busca abarcar la comunicación interna, la interinstitucional y la externa definiendo el problema prioritario pensando en cuál es la transformación cognitiva que se busca de acuerdo a objetivos institucionales teniendo en cuenta los contextos que se involucran, esto facilitando las transformaciones respetando la diversidad de los actores que se relacionan (Massoni, 2016).

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Se plantea la estrategia de comunicación desde lo que cada actor desea “puede/quiere escuchar” en un momento determinado, teniendo en cuenta sus intereses y necesidades actuales, desde lo que ellos consumen entendiéndose el consumo como: “conjunto de los procesos sociales de apropiación de los productos (Barbero, 1992, p.64)” buscando que desde la metodología se logre un consumo por parte de los estudiantes para que interactúen con el espacio de acuerdo a sus gustos y deseos. Los estudiantes no deben reconocerse como algo estándar o que siempre es el mismo, sino que son importantes para abordar cada aspecto del problema, no solo reciben la información interactúan con ella.

La *gestión del diseño* y la *comunicación organizacional* toman relevancia para la investigación porque son resultado de muchas metodologías extraídas desde cada disciplina para responder a un contexto específico cambiante. Las organizaciones han sido las que más han utilizado estos modelos de trabajo, sin embargo, y como mencionan algunos autores (Rodríguez *et al.*, 2012), pueden ser aplicadas a cualquier otro contexto que requiera equipos de trabajo.

Es por este motivo que diseñar y gestionar planes o tácticas que puedan cumplir con los objetivos propuestos por los estudiantes es una labor que se realiza desde la comunicación estratégica mediante metas claramente definidas para cada fase del proyecto.

Figura 9. Cronograma de las cuatro fases del proyecto

2017- 2 21 de noviembre del 2017. Fin Semilleros y Bienestar			
2018- 1 01 de febrero del 2018. Inicio Semilleros y Bienestar			
Fecha	Fase	Lugar	Actividad
24/03/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Ideas para el logo de la RCO
6/04/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Diseño del logo del Desafío invitacional
6/04/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Formato de inscripción RCO
8/04/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Presentación de los dos logos de la RCO y Desafío Invitacional
8/04/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los	Pieza para explicar la RCO

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

		Libertadores	
20/04/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Reglamento de Desafío Invitacional FINAL
9/05/2018	Liga Rookies Colombiana	GamerZone	Infografías equipos
11/05/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Piezas gráficas enfrentamientos
27/05/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Registro de equipos
30/05/2018	Liga Rookies Colombiana	GamerZone	Final Tarjeta de regalo
2018- 2 31 mayo del 2018. Fin Semilleros y Bienestar			
6/06/2018	Liga Rookies Colombiana	GamerZone	Publicación del ganador
10/06/2018	Liga Rookies Colombiana	GamerZone	Videos y entrevistas final
2018- 2 01 de agosto del 2018. Inicio Semilleros y Bienestar			
2/08/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Estadísticas Facebook
14/09/2018	Festival Cinestesia Héroes y Villanos	U Los Libertadores	Promoción evento
7/10/2018	Festival Cinestesia Héroes y Villanos	U Los Libertadores	Documento de organización
8/10/2018	Festival Cinestesia Héroes y Villanos	U Los Libertadores	Mapa del evento
12/10/2018	Festival Cinestesia Héroes y Villanos	U Los Libertadores	Formatos inscripción a torneos
29/10/2018	Festival Cinestesia Héroes y Villanos	U Los Libertadores	Videos del evento
29/10/2018	Festival Cinestesia Héroes y Villanos	U Los Libertadores	Informe de evento
1/11/2018	The Bunker	U Los Libertadores	Convocatoria para el club
6/11/2018	The Bunker	U Los Libertadores	Convocatoria en redes
6/11/2018	The Bunker	U Los Libertadores	Primera Clase presencial del club
9/11/2018	The Bunker	U Los Libertadores	Videos participación en Akihabara
2019- 1 21 de noviembre del 2019. Fin Semilleros y Bienestar			
18/12/2018	The Bunker	U Los Libertadores	Logo NGT 1
2019- 1 01 de febrero del 2019. Inicio Semilleros y Bienestar			
1/02/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Logo Final reedición NGT

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

5/02/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Asistencia febrero 2019
12/02/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Horarios de espacio
24/02/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Reglamento The Bunker
24/02/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Estructura organizacional del club
8/03/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Logo The Bunker
8/03/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Logo Final The Bunker
10/03/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Carpeta
12/03/2019	The Bunker	U Los Libertadores	lista de integrantes general
12/03/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Cronograma Entrenamientos LOL
2/08/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Estadísticas Facebook
2/08/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Instagram
2/08/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Video Página Web
7/22/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Registro en Excel
2019- 1 31 de mayo del 2019. Fin Semilleros y Bienestar			
2019- 1 1 de agosto del 2019. Inicio Semilleros y Bienestar			
20/09/2019	Propuesta de espacio académico-deportivo	U Los Libertadores	Propuesta a Decano y Director del diseño.
2019- 1 21 de noviembre del 2019. Fin Semilleros y Bienestar			

Fuente: Elaboración propia

El proceso de esta investigación está conformado por una serie de fases que en las que se ha utilizado el método de la exploración científica para entender y conceptualizar con mayor facilidad el problema, donde se llevó una bitácora con todas las actividades relevantes realizadas durante el proceso. Los *esports* son aún un concepto muy nuevo que tiene muy poca

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

investigación académica, por lo tanto, se hizo necesario para nosotros poder establecer las posibles causas que estuvieran relacionadas con el problema de la investigación y pudieran ayudarnos a definir mejor el curso de acción.

3.1.1 Multidimensionalidad del problema:

Para reconocer el problema que deseamos atacar, es importante tener en cuenta la mayor cantidad de aspectos posibles, para así ser mucho más eficaces y conectar de una mejor manera las ideas.

Figura 10. Esquema multidimensionalidad del problema



Fuente: Modelo de Comunicación estratégica (Massoni, 2016, p.8)

Al analizar qué problemas vamos a abordar para nuestra estrategia de comunicación es importante pensar todos los niveles del problema como lo podemos ver en la siguiente imagen:

Figura 11. Esquema niveles del problema



Fuente: Modelo de Comunicación estratégica (Massoni, 2016, p.8)

En la mayoría de los casos las estrategias de comunicación ejecutan el primer nivel del problema atacando los síntomas de la comunicación, pero en muy pocos casos se llega a ejecutar las causas básicas, definiéndose éstas como los aspectos estructurales de la sociedad (Massoni, 2016), por ejemplo, podemos interpretar en la investigación los síntomas como la falta de participación en espacios y poco desarrollo de investigaciones. consecuente a esta afirmación una causa básica de este síntoma se podría llegar a indagar que los canales de comunicación no brindan de una manera óptima la información de los diferentes espacios, que no sean atractivos para los estudiantes o que por sus horarios de estudio no puedan involucrarse en un espacio extracurricular.

3.1.2 Árbol del problema

Para ejemplificar esta definición Sandra Massoni menciona el siguiente caso del Proyecto de Agricultura Conservacionista (PAC) perteneciente al Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) en Argentina (Massoni, 2016, p.8):

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

“La erosión, que fue abordada inicialmente como el problema central, resultó ser con este análisis un síntoma de un problema mayor como lo es la falta de abordaje integral del sistema agropecuario. En este marco, se pudieron distinguir causas próximas –la falta de maquinaria conservacionista como equipos de siembra directa- y causas básicas -la desarticulación de las políticas agropecuarias y de crédito del Estado, la crisis económica o la falta de una legislación adecuada-. Un abordaje integral implica planificar acciones para los tres niveles.”

Al denotar este ejemplo la autora recomienda la utilización de la técnica de Árbol problema, la cual nos permite ordenar los niveles y aspectos a tener en cuenta.

Figura 12. Matriz árbol de problemas y árbol de soluciones

ARBOL DEL PROBLEMA / VERSION TECNICA	
● Problema:	
Causas básicas:	
Causas próximas:	
Aspectos del problema:	
Síntomas:	
Consecuencias:	
Marcas de racionalidad comunicacional:	

ARBOL DE SOLUCIONES / VERSION TECNICA		
Aspecto del problema:		
Actores Matrices	Conductas proactivas	
	Presentes	A promover

Fuente: Cuadro original de Comunicación estratégica. Experiencias, planificación e investigación en marcha. (2007) citado en Modelo de Comunicación estratégica Por Massoni (2016, p.9).

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

También en este modelo de comunicación es importante identificar y analizar los actores que se presentan en el proceso de interacción, entendiendo a los actores no como personas que solo reciben y reciben información; sino como comunicación en un sistema en movimiento, identificando a todos los actores o públicos relacionados en la estrategia comunicativa.

Figura 13. Matriz actores relevantes y redes sociales involucradas

ACTORES RELEVANTES Y REDES SOCIALES INVOLUCRADAS EN LOS DISTINTOS NIVELES Y ASPECTOS (...) DEL PROBLEMA	
Causas básicas	
Causas próximas	
Aspectos (...) del problema	
Síntomas	
Consecuencias	

Fuente: Cuadro original de Comunicación estratégica. Experiencias, planificación e investigación en marcha. (2007) citado en Modelo de Comunicación estratégica Por Massoni (2016, p.10).

Para esto se utilizó la matriz de Árbol de problemas por ser un elemento metodológico muy útil para la estrategia de gestión comunicativa, además de hacer parte de la fase de definición del problema del *design thinking* y el diseño organizacional. Aquí se identifican los diferentes elementos que enmarca el problema que hemos denominado desconocimiento sobre los *esports*. Este es el elemento principal que tiene a su vez sus propias causas y consecuencias, y elementos propios que lo caracterizan y lo definen. Un elemento destacable de la matriz son las marcas de racionalidad, estas se entienden como: “son huellas observables comunicacionalmente que son índices de la concepción teórica que está articulando el encuentro en la situación.” (Massoni, 2016, p.101).

3.1.3 Aplicación de árbol de problema

Figura 14. Matriz árbol de problemas aplicada al proyecto

ÁRBOL DE PROBLEMAS
Problema: Desconocimiento sobre los esports.
Causas básicas: Desconocimiento de los gobiernos e instituciones privadas para apoyar e impulsar los <i>esports</i> , baja participación de los estudiantes por hacer investigación en <i>esports</i> .
Causas próximas: Desconocimiento del impacto de los <i>esports</i> tanto en investigación como en la cultura.
Aspectos del problema: Los videojuegos no son considerados deporte, en la comunidad universitaria no hay mucho conocimiento de los <i>esports</i> la participación en actividades extraacadémicas es muy poca.
Síntomas: Los estudiantes no participan en actividades diferentes a las académicas, se presentan prejuicios de los videojuegos por generar adicción y ser considerados únicamente de ocio.
Consecuencias: Poca documentación de investigación en <i>esports</i> , falta de visualización de las posibilidades académicas.
Marcas de racionalidad comunicacional: Dimensión informativa: linealidad, verticalidad, segmentación, comunicación operativa

Fuente: *Elaboración propia.*

Luego de hacer el perfilamiento del problema en cuestión analizando diferentes variables se procedió a realizar una identificación de la institución, que para el proyecto fue la Fundación Universitaria Los Libertadores, donde se podrían hallar formas correctas de abordar y desarrollar el problema alineados con los objetivos institucionales de la universidad, presentes en el siguiente esquema:

Figura 15. Esquema objetivos institucionales de la Fundación Universitaria Los Libertadores



Fuente: Rodríguez, D. (2019). Nuestra Institución / Fundación Universitaria Los Libertadores.

De esta forma se estableció los elementos a considerar para el diseño de la estrategia de gestión comunicativa, donde se tendría en cuenta el impacto al objetivo de la transformación social, porque se busca proponer un espacio para la universidad donde se beneficie en este objetivo institucional. Así se propuso la matriz de árbol de soluciones como posible respuesta a la problemática que se busca investigar.

3.1.4 Aplicación de árbol de soluciones

Figura 16. Matriz árbol de soluciones aplicado al proyecto

ÁRBOL DE SOLUCIONES		
Aspectos del problema: Desconocimiento sobre los esports.		
Actores Matrices	Conductas proactivas	
	Presentes	A promover
Fundación Universitaria Los Libertadores	Existencia de la investigación en videojuegos en los semilleros como el de Cultura Digital y Videojuegos	Sensibilización y participación de los semilleros de investigación para los estudiantes.
	Interés universitario por promover otro tipo de actividades extracurriculares.	Impulsar la creación y participación en eventos de videojuegos.
	Estructura académica fuerte y de calidad.	Inclusión de los <i>esports</i> en espacios y actividades académicas.
Comunidad libertadora	Interés y gusto por los videojuegos.	Buscar más información sobre los <i>esports</i> .
	Abordar los <i>esports</i> académicamente desde cada profesión.	Incremento de la producción académica investigativa desde cada disciplina del estudiante y docente
	Participación en eventos y espacios en la universidad.	Creación de más eventos y espacios de <i>esports</i> dentro de la universidad
Empresas y organizaciones	Interés por apoyar eventos y organizaciones de <i>esports</i>	Mayor destinación de recursos para la creación y promoción de eventos y organizaciones de <i>esports</i> en la universidad.
	Avances en la regulación y organización de los <i>esports</i> en el país.	Creación de espacio académico de <i>esports</i> .

Fuente: Elaboración propia.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Para los aspectos del problema del desconocimiento sobre los *esports* hay diferentes causas y consecuencias que se derivan de diferentes factores. Ya se han tomado en cuenta elementos internos de la universidad, y elementos externos, como empresas y organizaciones que influyen en este apartado. Los estudiantes de la Fundación Universitaria Los Libertadores, junto con los docentes y todos los miembros de la institución se convierten en actores relevantes para definir el problema y sus posibles soluciones. No son sólo las organizaciones e incluso el gobierno, sino el uso que le da cada actor a la información y la forma en que concibe el problema. las redes sociales se vuelven muy importantes por su poder de influencia y uso de los jóvenes estudiantes. Se usó como referencia la matriz de Actores relevantes y redes sociales involucradas de Sandra Massoni (2016, p.10).

Figura 17. Matriz actores relevantes y redes sociales involucradas aplicadas al proyecto

ACTORES RELEVANTES Y REDES SOCIALES INVOLUCRADAS EN LOS DISTINTOS NIVELES Y ASPECTOS (...) DEL PROBLEMA	
Aspectos del problema: Desconocimiento sobre los esports.	
Causas básicas	Desconocimiento de los gobiernos e instituciones privadas para apoyar e impulsar los <i>esports</i> . baja participación de los estudiantes por hacer investigación en <i>esports</i>
Causas próximas	Desconocimiento del impacto de los <i>esports</i> tanto económicamente como cultural utilización de los actores de las redes con usos diferentes a académicos.
Aspectos del problema	Los videojuegos no son considerados deporte, en la comunidad universitaria no hay mucho conocimiento de los <i>esports</i> , la participación en actividades extraacadémicas es muy poca.
Síntomas	Hay poca participación en actividades diferentes a las académicas, se presentan prejuicios de los videojuegos por generar adicción y ser considerados únicamente de ocio, hay interacción con redes sociales más no se encuentra un espacio fuerte que permita la generación de conocimiento y difunda contenido.
Consecuencias	No se evidencia la utilización de redes sociales para visualizar un espacio de desarrollo de <i>esports</i>

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Fuente: Elaboración propia.

Para definir cómo empezar a empatizar con los actores del problema, en concordancia con la metodología del *design thinking*, no sólo se tomaron en cuenta los actores y los diferentes aspectos del problema. Desde la *comunicación organizacional* se hace muy importante para desarrollar las estrategias de un proyecto, el análisis del DOFA, debido a que este permite comprender cuáles son los aspectos positivos y negativos que pueden afectar al proyecto y también definir si son controlables por la organización o no.

3.1.5 DOFA de espacio de esports

Figura 18. Matriz análisis DOFA

Espacio de esports en la Fundación Universitaria Los Libertadores	Positivos	Negativos
Internos	Fortalezas: F1. Interés por apoyar la investigación en videojuegos. F2. Apoyo a espacios de <i>esports</i> . F3. Estructura organizativa fuerte. F4. Gusto de los estudiantes por los videojuegos.	Debilidades: D1. Poca asignación de recursos para eventos o espacios de <i>esports</i> . D2. No se promueve la investigación en <i>esports</i> . D3. Ausencia de espacios académicos sobre el tema. D4. Desconocimiento de la importancia de los <i>esports</i> . D5. Poca participación de estudiantes en actividades universitarias.
Externos	Oportunidades: O1. Interés de organizaciones por apoyar eventos y espacios de <i>esports</i> . O2. Gusto de los jóvenes por los <i>esports</i> y videojuegos. O3. Interés de organizaciones de <i>esports</i> extranjeras para hacer crecer la industria nacional.	Amenazas: A1. Desactualización de la tendencia actual de los videojuegos. A2. Poca interés por la investigación en <i>esports</i> . A3. Débil regulación de los <i>esports</i> . A4. Poca representación institucional de federaciones u organizaciones.

Fuente: Elaboración propia

3.1.6 Análisis de cruces DOFA

Figura 19. Matriz conversión cruces DOFA

CONVERSIÓN CRUCES DOFA	
CRUCES	ANÁLISIS
F1-A1	Proponer un espacio que permita la investigación por medio de los <i>esports</i> .
F1-A4	Aumentar la representación institucional con espacios de investigación que permitan el desarrollo de <i>esports</i> .
F4-A2	Crear beneficios desde Bienestar para que los estudiantes participen en los espacios de investigación.
F3-A3	Proponer un espacio que permita dar aportes a la organización de <i>esports</i> en Colombia.
F2-A1	Un espacio institucional permitirá estar en la vanguardia de las tendencias sociales.
F3-D1	Proponer espacios donde los estudiantes y personas externas puedan participar dando optimización de recursos y a un bajo costo.
F3-D4	Sensibilizar a los altos cargos con resultados de actividades la importancia de brindar recursos a los <i>esports</i> ya que se da una viabilidad de lo que significan los <i>esports</i> pero no acciones de fondo.
F4-D4	Generar contenido en redes sociales que permitan la participación de estudiantes con los <i>esports</i> .
F4-D5	Proponer a los estudiantes espacios en los que se puedan vincular con los <i>esports</i> para así aumentar su participación, también generando identidad universitaria.
O1-D1	Promover que marcas se interesen aportando recursos para eventos de <i>esports</i> .
O4-A4	Atraer a organizaciones relacionadas con los <i>esports</i> para tener más representación institucional.
O1-D5	Aumentar la participación universitaria en torneos y eventos con la ayuda de marcas patrocinadoras que permitan crear espacios más atrayentes a estudiantes.

Fuente: Elaboración propia

Después de los análisis hechos para determinar los factores relacionados al problema de la investigación, sus posibles soluciones y las propuestas derivadas del DOFA para crear

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

estrategias que permitan abordarlo desde la *gestión del diseño* y la *comunicación organizacional*, se dio paso a las fases de acción donde se pondrían a prueba estos planteamientos y de donde se tomarían los resultados para mejorar las propias fases y para sustentar los objetivos de la investigación.

Capítulo IV Exploración del fenómeno de los *esports* en contextos universitarios

4.1 Método

Figura 20. Esquema método



Fuente: Elaboración propia

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Para el método se planteó un esquema donde se identificaron las 4 fases claves de la investigación, las cuales se desarrollaron de forma cronológica y donde cada una retomó los aprendizajes de la anterior. La primera fue la Liga Rookies Colombiana (RCO), el cual fue un torneo realizado en colaboración con el entrenador de equipos de *esports* Carlos Argüello y el dueño de *Gamer Zone*, Rafael Cifuentes, durante la primera mitad del año 2018 en Funza. La segunda fue el torneo de videojuegos retro que hizo parte del evento Cinestesia - Héroe y Villanos, originado desde el semillero Nautilus, en octubre de 2018. Fue un trabajo colaborativo principalmente entre uno de los directores del evento Jorge Gutiérrez, estudiantes que hicieron parte del staff y marcas externas que proporcionaron tanto apoyo logístico como Daivis de MasterMinds, Javier Pinto de Sonic Pizza para las consolas y Fredy Papagayo de Glamour para las luces, hasta premiación como SOFA y Tecno Mobile. Además, hubo colaboración para promoción del evento por parte de La Mega y GTO Medios. El torneo fue propuesto por los estudiantes de la universidad pertenecientes al laboratorio de investigación Hitec, desde el semillero de Cultura digital y Videojuegos, para los miembros de la comunidad libertadora.

La tercera fase se llevó a cabo como un resultado de haber comprendido el impacto y la importancia para los jóvenes externos e internos de la universidad entorno a los *esports*. El club universitario de *esports* The Bunker, fue propuesto como un espacio para crear equipos de *esports* con fines competitivos para los estudiantes de la institución a finales del 2018 y hasta mitad del 2019. Para esto se buscó el apoyo tanto de bienestar como del semillero de investigación Cultura Digital y Videojuegos, donde estudiantes como Sebastián Ardila, Sally Pardo, Brenda Beltrán y Jeffrey Barón ayudaron para aportar al mejoramiento y gestión del club.

La fase final fue la constitución de todo el aprendizaje obtenido en una estructura formal de espacio académico de *esports* denominado Espacio Académico Cultura digital y Videojuegos, el cual se propuso desde la Facultad de Comunicación para que esté vinculado con el semillero de

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Cultura Digital y Videojuegos y se articule con el apoyo del área de Bienestar. Este espacio fue presentado ante el decano de la Facultad de Comunicación, Alejandro Pachajoa, el director de Diseño Gráfico, Edward Zambrano y el director del área de Bienestar Universitario, John Alemán, en septiembre de 2019.

4.2 Fases de la investigación

4.2.1 Exploración del fenómeno Liga Rookies Colombiana (RCO)

Una vez se analizaron en detalle todos los elementos que se consideraban importantes para el desarrollo de la investigación, se empezó la primera fase del proyecto para crear los lineamientos para el *espacio académico-deportivo de esports* dentro de la Fundación Universitaria Los Libertadores. Esta primera fase de acercamiento tenía como propósito conocer cuál era la aceptación de los jóvenes sobre los *esports* mediante datos verificables y que se pudieran analizar.

Esta fase, primordialmente exploratoria, fue fundamentada a través de una Matriz de Planificación Integrada, que buscaba gestionar de forma eficiente el proceso de empatización, definición, ideación, prototipado y testeo, aplicados a estrategias aplicables al contexto donde se desarrollaron mediante una adecuada planeación comunicativa. Para esta matriz se tomaron en cuenta no sólo los objetivos generales del proyecto, sino los específicos de cada fase que buscarán aportar a la solución del problema y que se pudieran medir adecuadamente a través de indicadores y de la correcta utilización de recursos en la producción de cada actividad.

Para la fase de la Liga RCO utilizamos el nivel de Líneas de acción, ya que este se pensó con objetivos de corto plazo y así poder interpretar de qué manera las personas interactúan con la investigación.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

El modelo utilizado para gestionar cada una de las fases de la investigación tomó elementos de la matriz de planificación integrada, estas tablas tuvieron en cuenta las conductas proactivas las cuales son acciones positivas y habilitadoras que nos permitirán generar el proceso de transformación para cada aspecto del problema, en cuanto a la planificación del modelo utilizaremos el nivel de líneas de acción y nivel de proyecto de forma independiente para cada momento de la investigación (Sandra Massoni, 2016).

Figura 21. Matriz de planificación integrada de una estrategia de comunicación.

OBJETIVO	GRUPO META	PROPOSITO DE LA ACCION	ACTIVIDADES	RECURSOS	PRODUCTOS	INDICADORES

Fuente: Modelo de Comunicación estratégica, Sandra Massoni (2016, p.14)

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

4.2.1.1 Matriz de Planificación Integrada

Figura 22. Matriz planificación integrada Liga Rookies Colombiana (RCO)

Objetivo	Grupo Meta	Propósito de la acción	Actividades	Recursos	Productos	Indicadores
Conocer la importancia que tienen los <i>esports</i> para los jóvenes mediante un torneo de League of Legends en <i>Gamer Zone</i> , Funza.	Jóvenes de Funza clientes de <i>GamerZone</i> (150 personas) equipos participantes en el torneo	Recoger datos que ayuden a entender el interés en los <i>esports</i> .	-Planeación Desafío Invitaciones - Creación logos y línea gráfica - Desarrollo reglamento - Adecuación <i>GamerZone</i> -Desarrollo de enfrentamientos virtuales y presenciales - Transmisión evento - Entrega de premios	- Espacio físico (local <i>GamerZone</i>) - Dinero para premios. - Fan Bag - Mapa de llegada - Videobeam -Cámara - Computadores - Casters - Plataforma para inscripción - Staff de logística	- Piezas gráficas publicitarias - Página de Facebook - Piezas gráficas informativas - Reglamento del torneo - Diseño de premios - Videos de entrevistas y enfrentamientos -Torneo	- Número de inscritos. - Estadísticas de la página en Facebook -Entrevistas.

Fuente: Elaboración propia

Para la realización de esta planificación integrada se elaboró un cronograma con las actividades a realizar durante esta primera fase.

4.2.1.2 Cronograma de actividades RCO

Figura 23. Cronograma Liga RCO

FECHA mm/dd/aaaa	CATEGORÍA	LUGAR	ACTIVIDAD
12/4/2017	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Cotización para el evento
3/24/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Ideas para el logo de la RCO
4/6/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Diseño del logo del Desafío invitacional
4/6/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Formato de inscripción RCO
4/8/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Presentación de los dos logos de la RCO y Desafío Invitacional
4/8/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Pieza para explicar la RCO
4/20/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Reglamento de Desafío Invitacional FINAL
5/9/2018	Liga Rookies Colombiana	<i>GamerZone</i>	Infografías equipos
5/11/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Piezas gráficas enfrentamientos
5/27/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Registro de equipos
5/30/2018	Liga Rookies Colombiana	<i>GamerZone</i>	Final Tarjeta de regalo
6/6/2018	Liga Rookies Colombiana	<i>GamerZone</i>	Publicación del ganador
6/10/2018	Liga Rookies Colombiana	<i>GamerZone</i>	Videos y entrevistas final
8/2/2018	Liga Rookies Colombiana	U Los Libertadores	Estadísticas Facebook

Fuente: Elaboración propia

4.2.1.3 Descripción del proceso:

Desde noviembre de 2017 empezamos a investigar sobre los *esports* en el país, con la intención final de crear una liga universitaria de *esports* profesional debido a que no encontramos ninguna

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

información referente a una institución organizada del tema. Se buscaron documentos de federaciones internacionales como *International e-Sports Federation* (IeSF) (IeSF, 2017), organismo de hacer que los *esports* sean reconocidos como un deporte legítimo. Se encontró que la IeSF es la encargada de crear normas y estándares para competencias de *esports* internacionales, desarrollar estructuras de los campeonatos y capacitar los árbitros para dichos eventos.

A nivel nacional se investigó organizaciones como ASCUN estaban impulsando los *esports* en las universidades a través de sus propios campeonatos y cuál era la estructura de las federaciones, ligas y clubes en Colombia, según Coldeportes (2017), donde para tener un club o ser promotor deportivo se necesitaba tener un respaldo de una organización y contar con un mínimo de jugadores y equipos que lo componen para participar en eventos deportivos. Estos a su vez conforman las ligas deportivas, que en su conjunto crean las federaciones deportivas como la Federación Colombiana de Fútbol.

Durante este proceso el profesor Camilo Rojas nos presentó a Rafael Cifuentes, el entonces dueño del local de videojuegos (*Gamer Zone*) en Funza y Carlos Argüello entonces dueño del equipo de *esports* (*Exilium Gaming*), los cuales nos apoyaron desde su experiencia y conocimientos para la creación de la liga y sus lineamientos. Además, también se contó con la colaboración de estudiantes libertadores de varias disciplinas como Edwar de derecho para validación de las normativas y Jhon Salama de diseño gráfico para la elaboración de logos, piezas gráficas y diseño de documentos. Los textos investigados se tomaron como referencia para crear un documento de reglamentación similar al modelo utilizado por la IeSF, donde se explicará qué era la Liga Rookies Colombiana, cuáles eran su base teórica, sus objetivos y cómo iba estar estructurada. Posteriormente ejecutamos la planificación de la liga y vimos la necesidad

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

de crear un torneo llamado “Desafío Invitacional” con el fin de mostrar de qué manera se iba a dar el desarrollo de la liga para que las personas se interesaran en participar.

Este Desafío Invitacional tuvo su propio reglamento basado en el de la Liga RCO y estaba originalmente dirigido a los estudiantes de la Fundación Universitaria Los Libertadores, como un evento interno. Sin embargo, luego de haberlo presentado la propuesta del evento ante la entonces directora de Diseño Gráfico, por razones administrativas la universidad argumentó no poder brindarnos los recursos necesarios. Por esta razón decidimos trasladar el evento al local de Rafael en Funza en donde se gestionaron los elementos necesarios para desarrollar el desafío.

Como parte de la estrategia de comunicación se desarrolló una línea gráfica tanto para la RCO como para el Desafío Invitacional, con el fin de crear una identidad propia que nos permitiera generar recordación, empatizar con nuestros públicos objetivos y facilitar la comunicación del evento. En el logo de la RCO se utilizó el verde característico de la universidad para que hubiera coherencia con la línea gráfica de la institución, el amarillo oro fue utilizado para la corona sobre la palabra Rookies, tanto por representar un premio, como por representar la superación de los competidores. Aunque se experimentó con varias figuras y colores, se dejó el verde original y la forma de un escudo por ser muy utilizado en equipos deportivos. Las estrellas blancas representan la victoria y el triunfo en la competencia.

Figura 24. Ideación logo RCO



Fuente: Elaboración propia, en colaboración con Jhon Salama

Para la creación del logo del Desafío Invitacional, se tomó como base la línea gráfica de la RCO, por tanto, su forma y colores fueron los mismos. En este caso se dio prioridad al color blanco para la palabra “desafío” y se usaron guantes de boxeo por representar la contienda y rivalidad que implica el enfrentamiento. La palabra desafío lleva igual color amarillo oro en sus bordes y da el efecto de ser brillante para llevar al mismo significado de recompensa. Los colores

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

institucionales se combinaron en varias piezas que se plasmaron en toda la producción gráfica de documentos como el reglamento del Desafío Invitacional, diseño de la página de Facebook de la RCO, piezas gráficas informativas del torneo, piezas publicitarias y diseño de tarjetas de regalo para la premiación. La palabra “Rookies” fue utilizada de la definición del diccionario de Oxford: “ (North American English) a member of a sports team in his or her first full year of playing that sport” (Oxford,2019), la cual significa: cuando una persona está empezando por primera vez en un deporte también llamado novato. Lo escogimos debido a que la liga fue pensada para estar dirigida a un tipo de jugador menos experimentado que las ligas comunes de *esports*.

Figura 25. Arte para portada de Facebook con logo final RCO



Fuente: Elaboración propia.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Figura 26. Logo Desafío Invitacional



Fuente: Elaboración propia, en colaboración con Jhon Salama

Desde la *comunicación organizacional* se dio apoyo en el proceso de organización del evento, apoyando desde la creación de un presupuesto para comprender qué era lo necesario del evento y el cronograma de la final presencial, para los duelos virtuales se utilizó la plataforma Battlefly y apoyo del programa de Discord para la logística de los enfrentamientos, esto permitió que fuera un proceso más organizado y fluido. También se dio la propuesta en la manera en que las personas fueran partícipes del Desafío Invitacional y se generara un proceso de co-creación con las personas involucradas por lo que se optó en hacer como táctica de participación que los jugadores hicieran su propio logo para compartir con los demás participantes y también se generó una dinámica en Facebook de mostrar la capacidad de cada uno de los equipos gráficamente en cuanto a resultados de sus enfrentamientos por medio de la página OP.GG, la cual nos brindaba estadísticas en tiempo real de cada uno de los jugadores enriqueciendo así la comunicación de los actores en la estrategia (OP.GG Korea, 2019).

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Figura 27. Publicación de apertura de inscripciones en Facebook



Fuente: Elaboración propia

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Figura 28. Dinámica de equipos en la página de Facebook

RCO - Liga Rookies Colombiana
Publicado por Nicolas Nieto Rey [?] · 13 de mayo de 2018 · 🌐

#rookieibertadores #TorneosGamerZone #ExiliumGaming #IMPRCO
🎮👤 Dos equipos 10 invocadores un solo ganador , con gusto presentamos las estadísticas de los siguientes en turno para el enfrentamiento de el día de mañana !
🔥👤 Pyrus Gaming vs 🌊 Inglorious Gaming... Ver más

OCTAVOS DE FINAL

PYRUS GAMING

ROLES	ADRIAN	ANDRÉS	JUAN	ANDRÉS	ANDRÉS	JUAN
K/D	2.11	2.04	2.04	2.17	2.04	2.04
CS	84.44	84.44	84.44	84.44	84.44	84.44
COMPARTE	8.27	8.27	8.27	8.27	8.27	8.27
CS:MM	10%	10%	10%	10%	10%	10%

OCTAVOS DE FINAL

INGLORIOUS GAMING

ROLES	ANDRÉS	ANDRÉS	ANDRÉS	ANDRÉS	ANDRÉS	ANDRÉS
K/D	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2
CS	84.44	84.44	84.44	84.44	84.44	84.44
COMPARTE	8.27	8.27	8.27	8.27	8.27	8.27
CS:MM	10%	10%	10%	10%	10%	10%

Obtén más Me gusta, comentarios y contenido compartido
Promociona esta publicación por \$400 para llegar a 120 personas.

2.504 Personas alcanzadas **261** Interacciones [Promocionar publicación](#)

6 7 veces compartido

Rendimiento de tu publicación

2.504 Personas alcanzadas

21 Me gusta, comentarios y veces que se compartió

11 Me gusta	6 En publicación	5 En contenido compartido
3 Comentarios	0 En publicación	3 En contenido compartido
7 Veces que se compartió	7 En publicación	0 En contenido compartido

240 Clics en publicaciones

118 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	122 Clics de otro tipo
-------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

- 0** Ocultar publicación
- 0** Ocultar todas las publicaciones
- 0** Reportar como spam
- 0** Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones.

Fuente: Elaboración propia

Como estrategia de comunicación para tener un mayor impacto con los públicos se optó por comunicarse con *cosplayers* (personas que se disfrazan de personajes o ideas representativas) conocidas como Caith Lou y Marie Puppet para asistir como invitadas al evento.

Traer cosplayers a este tipo de actividades atrae a las personas para tener un mayor alcance en los eventos. Se hicieron las adecuaciones necesarias del espacio para realizar la final del Desafío Invitacional donde se tuvo la cobertura de la transmisión del evento por medio de la plataforma

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

de Twitch con apoyo de un *caster* (narrador de *esports*) invitado, Carlos Argüello como comentarista y Rafael Cifuentes de apoyo logístico el ganador.

Figura 29. Foto Final presencial Desafío Invitacional



Fuente: Elaboración propia. Gamer Zone, Funza, 3 de junio de 2018

Descubrimos que llevar a cabo el proceso de una liga universitaria de *esports* es un proceso complejo porque requiere de muchos recursos, experiencia para planificación, conocimientos financieros y legales, entre otros, los cuales en conjunto no permitieron continuar con el proceso. Sin embargo, logramos identificar que los jóvenes gustan y participan activamente de las competencias de videojuegos. Además, los participantes hablaron sobre la necesidad de más espacios como estos y la falta de apoyo de las organizaciones públicas y privadas.

4.2.2 Participación de estudiantes: Torneo de videojuegos retro - Festival de cortos universitarios Cinestesia Héroes y Villanos

Luego de haber finalizado el evento de la Liga RCO, se utilizó el aprendizaje obtenido de los resultados cualitativos y cuantitativos para realizar un evento similar pero enfocado a los estudiantes de la Fundación Universitaria Los Libertadores. Para ello se formó alianza desde el semillero de Cultura Digital y Videojuegos con el semillero Nautilus de investigación en el cine, para incluir un torneo de videojuegos retro dentro del evento de Cinestesia - Héroes y Villanos, realizado el 12 de octubre de 2018.

Para esta segunda fase de carácter primordialmente exploratorio, se diseñó la matriz de planificación integrada enfocada a conocer la importancia de los *esports* para los estudiantes libertadores mediante una planeación estratégica que se pudiera medir con objetivos y metas claras en indicadores. Esta planeación permitió una correcta ideación e implementación de las actividades propuestas para la realización de los torneos como: documento de planeación del evento, cronograma, logística de los torneos, mapa del evento y gestión del staff.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

4.2.2.1 Matriz de Planificación Integrada

Figura 30. Matriz planificada integrada para torneos de videojuegos en Cinestesia

Objetivo	Grupo Meta	Propósito de la acción	Actividades	Recursos	Productos	Indicadores
Conocer la importancia que tienen los <i>esports</i> para los estudiantes mediante torneos de videojuegos retro en la Fundación Universitaria Los Libertadores	Estudiantes de la Fundación Universitaria Los Libertadores inscritos (80 personas) Marcas patrocinadoras (6)	Recoger datos que ayuden a entender el interés en los <i>esports</i> de los estudiantes en la Fundación Universitaria Los Libertadores.	- Planeación de estructura del evento -Contacto de marcas que patrocinan el evento. -Difusión de información en medios institucionales. - Entrega de premios -Desarrollo del evento	- Espacio físico (plazoleta Bolívar universidad) - Planilla para inscripción - Staff de logística -Consolas Super Nintendo - Televisores - Premios. - Luces. - Sonido. -Redes sociales de la universidad	- Piezas gráficas publicitarias - Piezas gráficas informativas - Estructura del evento - Mapa del evento - Videos de entrevistas y enfrentamientos - Torneos - Escarapelas de staff - Formatos de inscripción	- Número de inscritos a los torneos -Marcas patrocinadoras -Entrevistas

Fuente: Elaboración propia

4.2.2.2 Cronograma Torneo Cinestesia

Figura 31. Cronograma torneo de videojuegos en Cinestesia

FECHA mm/dd/aaaa	CATEGORÍA	LUGAR	ACTIVIDAD
9/14/2018	Festival Cinestesia Héroes y Villanos	U Los Libertadores	Promoción evento
10/7/2018	Festival Cinestesia Héroes y Villanos	U Los Libertadores	Documento de organización
10/8/2018	Festival Cinestesia Héroes y Villanos	U Los Libertadores	Mapa del evento
10/12/2018	Festival Cinestesia Héroes y Villanos	U Los Libertadores	Formatos inscripción a torneos
10/29/2018	Festival Cinestesia Héroes y Villanos	U Los Libertadores	Videos del evento
10/29/2018	Festival Cinestesia Héroes y Villanos	U Los Libertadores	Informe de evento

Fuente: Elaboración propia

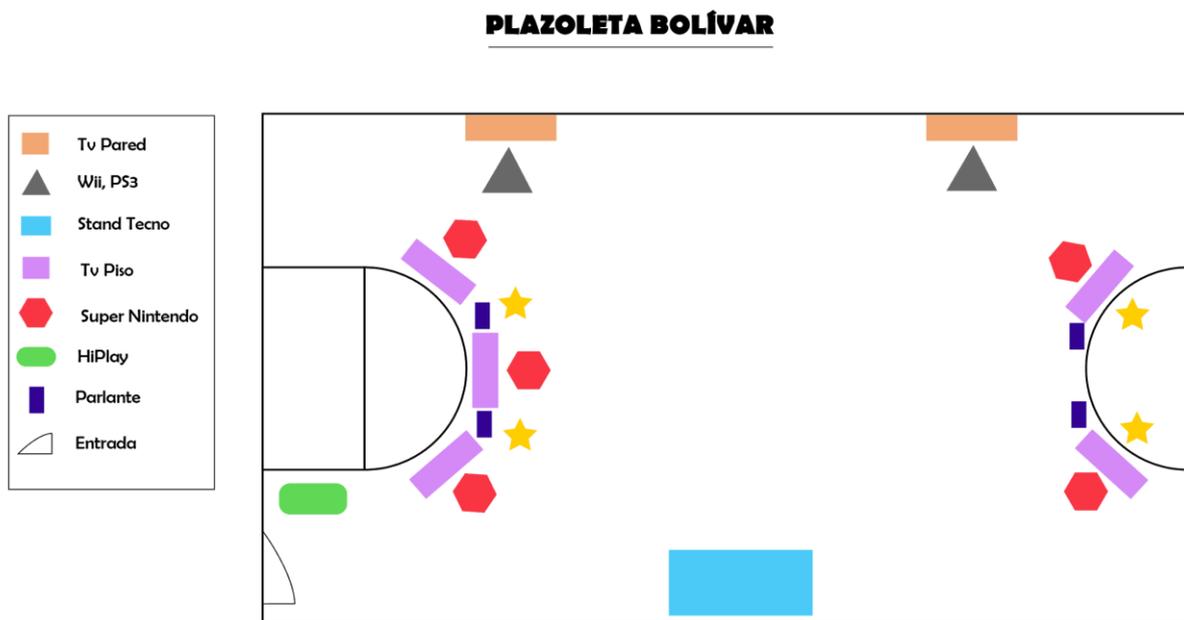
4.2.2.3 Descripción del proceso

En esta fase de la investigación la comunicación jugó un papel muy importante para el desarrollo del evento, gracias a que necesitábamos generar el evento y no contábamos con los recursos económicos suficientes para la realización del mismo, por lo que estratégicamente pensamos en cada uno de los aspectos de organización necesarios para las actividades, como la creación de una estructura del evento para guiar el orden de la actividad, un *caster* narrara la competencia, mapa del evento para tener una idea clara de qué manera se generarían todas las actividades, escarapelas del evento, cronograma de actividades, coordinación con el área de comunicaciones y organizadores del evento para brindar la información necesaria y el manejo de relaciones públicas para los patrocinios de marcas para el evento.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Todos estos componentes hicieron del evento una excelente oportunidad para entender la interacción de los estudiantes para así sensibilizar y hacerlos partícipes sobre lo que puede entenderse como una competencia de videojuegos y acercarlos en una pequeña muestra sobre lo que significan los *esports*.

Figura 32. Mapa del evento referente a los torneos de videojuegos retro



Fuente: Elaboración propia

Este evento fue el primer acercamiento de nosotros a la parte comercial de los *esports* debido a que no teníamos ninguna experiencia en conseguir el apoyo de marcas para patrocinar y colaborar en el evento. Para asesorarnos en este tema recurrimos a personas recomendadas como Jorge Karam, de la Universidad Sergio Arboleda y Daivis de MasterMinds, que aportaron sus conocimientos y experiencia para la planeación del evento. Además, el apoyo indispensable de Javier Pinto de Sonic Pizza, por proveer las consolas Super Nintendo y los juegos para los torneos retro; Fredy Papagayo de Glamour Party, que aportó a los elementos necesarios de la puesta en escena; Paula Lasso de Tecno Mobile, por proveer los celulares de gama alta y los kits

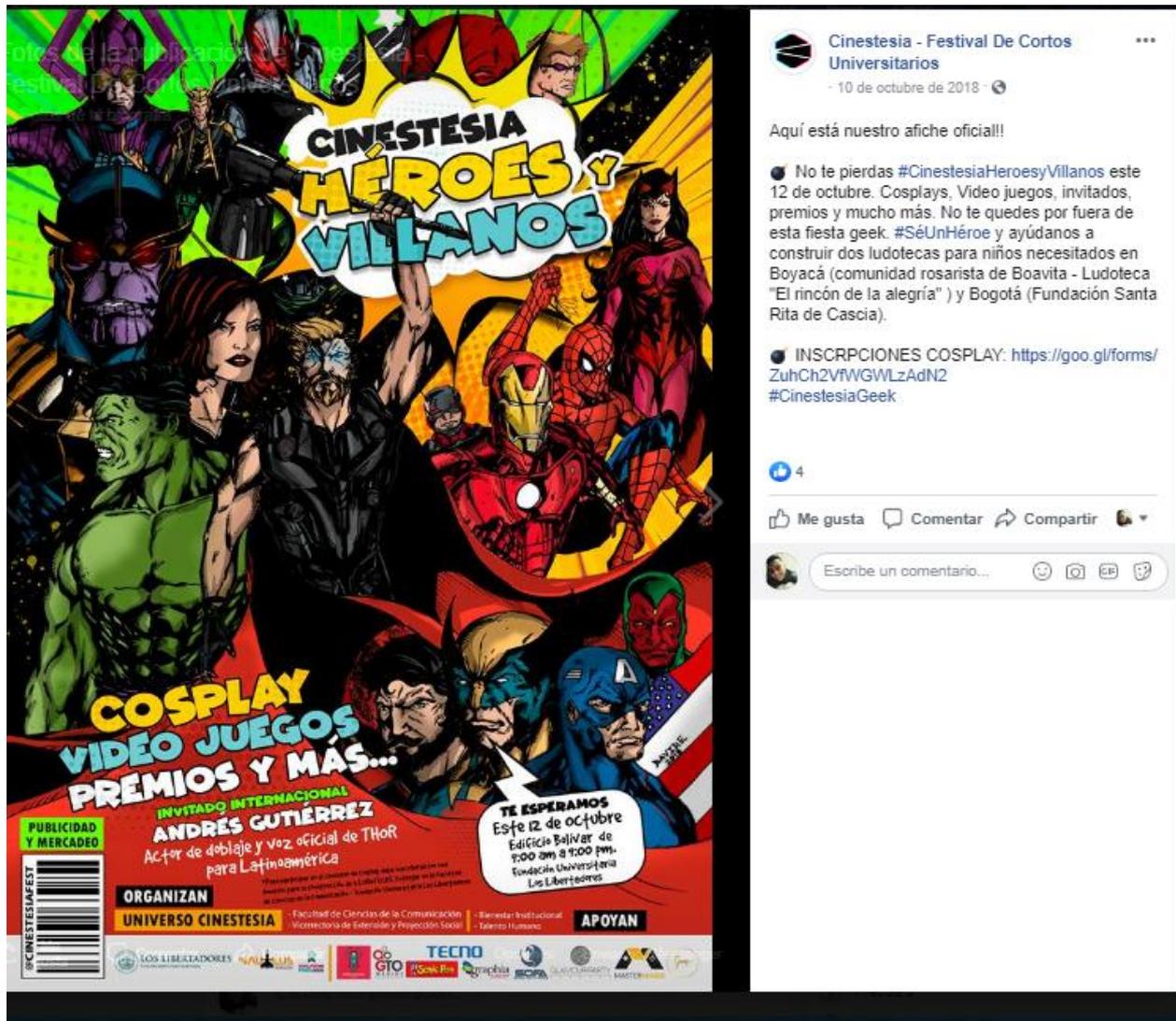
CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

del Manchester City para los primeros lugares del torneo principal de Street Fighter; Santiago Echeverry de SOFA (Salón del Ocio y la Fantasía), por brindar las entradas VIP para su evento en octubre; y finalmente los profesores como Jorge Gutiérrez de Cinestesia y los estudiantes que apoyaron como staff para el evento. Todos estos actores influenciaron en la correcta ejecución de esta fase del proyecto.

El desarrollo de la línea gráfica del evento estuvo a cargo del equipo de diseño de Cinestesia, debido a que los torneos hicieron parte de este evento principal y tanto el uso de los logos de las marcas, como las piezas informativas, publicitarias y las escarapelas del staff, corrieron por parte de este equipo. Las piezas gráficas promocionando las actividades del evento junto con los torneos de videojuegos retro fueron publicadas en las redes oficiales de Cinestesia.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Figura 33. Publicación para promoción del evento en página de Facebook de Cinestesia



Fuente: Página de Facebook de Cinestesia, ilustración por David Escobar, 2018

El buen trabajo de promoción por parte de Cinestesia con la universidad y el trabajo que hicieron para conseguir invitados internacionales como Andrés Gutiérrez (doblador profesional de voces) y las marcas importantes como La Mega, fueron decisivos para lograr los resultados objetivo para nuestro proyecto, la institución y el propio festival de cortos universitarios, donde se obtuvo una asistencia al torneo de videojuegos de más de 100 personas en diferentes juegos como Super Mario, Top Gear, Street Fighter y el videojuego creado por la universidad HiPlay.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Figura 34. Torneo de videojuegos retro, Festival de Cinestesia - Héroes y Villanos



Fuente: Cinestesia, 12 de Octubre de 2018, FULL

4.2.3 Piloto del Club: The Bunker Gaming Club

Después de los acercamientos que se obtuvieron en las anteriores líneas de acción, vimos la necesidad de plantear la tercera fase como un proyecto (a mediano plazo) a finales de 2018 que nos permitiera el desarrollo de lo que significaba generar los lineamientos de la creación de un *espacio académico-deportivo* dentro de la Fundación Universitaria Los libertadores, por lo que llegamos a la conclusión de crear un Club de *esports* universitario que nos permita este avance.

En esta primera fase se priorizó el prototipado y testeó, debido a que aquí se hacía más importante comprobar la información recogida en las fases anteriores. La matriz de planificación integrada diseñada para este momento privilegiaba las estrategias de gestión para promover la participación de los estudiantes y obtener datos que se pudieran presentar ante la institución.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Este espacio se llevó a cabo por medio del apoyo y la participación de estudiantes del semillero de Cultura Digital y Videojuegos perteneciente al laboratorio de hipermedia Hitec. Donde se planeó que fuera el lugar físico donde realizar los entrenamientos inicialmente debido a tener los computadores necesarios y algunas consolas para empezar.

4.2.3.1 Matriz de Planificación Integrada

Figura 35. Matriz de planificación integrada The Bunker

Objetivo	Grupo Meta	Propósito de la acción	Actividades	Recursos	Productos	Indicadores
Promover la participación de los estudiantes libertadores de diferentes carreras para el desarrollo de habilidades competitivas mediante un club de <i>esports</i> .	Estudiantes Libertadores (30 estudiantes inscritos en el club)	Para justificar a la universidad la viabilidad de la inclusión de un espacio de <i>esports</i> .	-Planeación y estructuración del espacio. - Creación logos y línea gráfica - Desarrollo reglamento -Desarrollo de entrenamientos virtuales y presenciales - Participación en torneos.	- Espacio físico (Salas de cómputo). - Entrenadores. -Redes sociales.	- Piezas gráficas publicitarias - Página de Facebook - Página de Instagram - Piezas gráficas informativas - Reglamento del espacio. - Estructura organizacional - Videos de entrevistas y entrenamientos. -Página Web.	- Número de inscritos. - Estadísticas de la página en Facebook e Instagram. -Entrevistas. - Asistencia

Fuente: Elaboración propia

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

4.2.3.2 Cronograma The Bunker

Figura 36. Cronograma The Bunker

FECHA mm/dd/aaaa	CATEGORÍA	LUGAR	ACTIVIDAD
10/15/2018	The Bunker	U Los Libertadores	Reglamento The Bunker
10/22/2018	The Bunker	U Los Libertadores	Estructura filosófica del club
10/27/2018	The Bunker	U Los Libertadores	Convocatoria para el club
11/28/2018	The Bunker	U Los Libertadores	Convocatoria en redes
11/05/2018	The Bunker	U Los Libertadores	Logo NGT 1
11/12/2018	The Bunker	U Los Libertadores	Primera Clase presencial del club
11/25/2018	The Bunker	U Los Libertadores	Videos participación en Akihabara
1/24/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Logo Final reedición NGT
2/3/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Logo The Bunker
2/3/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Logo Final The Bunker
2/5/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Asistencia febrero 2019
2/12/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Horarios de espacio
3/10/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Plan de entrenamiento del mes
3/12/2019	The Bunker	U Los Libertadores	lista de integrantes general
3/12/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Cronograma Entrenamientos LOL
8/2/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Estadísticas Facebook
8/2/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Instagram
8/2/2019	The Bunker	U Los Libertadores	Página Web

Fuente: *Elaboración propia*

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Para la correcta implementación de la gestión estratégica de The Bunker se plantearon las bases del club para tener una estructura filosófica que definiera claramente la razón de existir del espacio dentro de la universidad. Para lo cual se realizó un documento con la misión, visión y objetivos de The Bunker con la necesidad de dar más organización al espacio, esto lo trabajamos desde nuestra percepción como estudiantes e investigadores de qué es lo que debería constituir este espacio dentro de la universidad.

4.2.3.3 Estructura filosófica

MISIÓN

The Bunker Gaming Club, nace con el propósito de crear un espacio académico - deportivo dentro de la Fundación Universitaria Los Libertadores, generando una interacción interdisciplinaria donde cualquier estudiante o integrante de la comunidad libertadora pueda aportar al desarrollo del club desde sus ámbitos académicos y ser parte de un equipo competitivo de e-sports, con sus respectivos planes de entrenamiento, indicadores de rendimiento, coachs y participación en eventos competitivos representando la universidad.

VISIÓN

Ser un referente universitario, en preparación profesional de equipos de e-sports, también lograr ser un club que destaque posicionándose por su competitividad y trayectoria a nivel nacional, contando con una serie de beneficios y convenios con la institución, para generar una mayor participación de los estudiantes tanto en la universidad como en eventos externos.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Nuclear Gaming Team: Tener un equipo altamente competitivo que nos permita participar en campeonatos importantes a nivel local y nacional, en representación de la universidad.

Objetivos Específicos:

- 1. Contar con una estructura organizacional que nos permita funcionar de manera proactiva.*
- 2. Instruir a personas para que tengan el conocimiento y experiencia suficiente para entrenar equipos competitivos profesionales.*
- 3. Participar en diferentes eventos competitivos en representación de la universidad, con el objetivo de ganar experiencia.*
- 4. Empoderar estudiantes universitarios para que permanezcan en el club al tiempo que lo enriquecen.*
- 5. Lograr más reconocimiento del club en la universidad para obtener un mayor desarrollo y construcción del mismo.*

Para el desarrollo estas primeras piezas de empatía, se tomó como base la línea gráfica de la Fundación Universitaria Los Libertadores por ser un espacio dentro de la institución y elementos como sillas *Gamer* para hablar el idioma del público objetivo, amantes de los videojuegos. Para este momento decidimos primero hacer una publicación a través de las redes sociales de Facebook de la universidad para conocer el interés en los juegos específicos que los estudiantes quisieran para el espacio.

4.2.3.4 Descripción del proceso

Figura 37. Publicación sobre opinión de los estudiantes acerca del club en Facebook



Fuente: Elaboración propia. Tomado de página de Facebook de la Facultad de Comunicación - Los Libertadores

Una vez identificados los gustos de los estudiantes por participación en la publicación y la posterior comunicación directa con nosotros, se determinó que League of Legends (juego multijugador online masivo) era el juego preferido por la mayoría por su componente competitivo de jugar en equipos de a 5 personas contra otros equipos. De esta forma nos dispusimos a estructurar el club en torno a este *Videojuego* gratuito para computadora.

Inicialmente se pensó en un logo único a parte de la línea gráfica de la universidad, que más que representar al club, representará al equipo dentro del club. Para esto se tomó en consideración el propio concepto de un búnker, el cual como función principal tiene proteger de ataques nucleares. De aquí surgió el equipo Nuclear Gaming Team (NGT), donde su primera idea fue un cohete con características humanas que estuviera a punto de despegar. El gris común del metal

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

que rodea los misiles y el rojo, comúnmente utilizado para representar peligro, fueron parte del diseño inicial. Posteriormente se procedió a añadirle mayor potencia al significado de peligro, por lo que se utilizó el amarillo y negro del símbolo de peligro nuclear en un fondo para el cohete. Las palabras Nuclear gaming Team pasaron a estar por fuera en blanco y rojo, con tipografía gruesa para llevar al concepto del búnker.

Figura 38. Primera propuesta del logo NGT



Fuente: Elaboración propia, noviembre de 2018

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Este logo fue utilizado para el equipo de NGT del club durante un tiempo para el evento del Akihabara Festival en noviembre de 2018, donde se llevaron a cabo torneos virtuales a través BattleFly. Para esto el equipo se empezó a entrenar durante un mes, inicialmente en el laboratorio Hitec, pero luego por temas de espacio y recursos se solicitó una sala de computadores en Santander y poder así participar en este torneo, con ayuda de Carlos Argüello como entrenador externo y de Sebastián Ardila como entrenador interno. El equipo fue eliminado en la primera ronda luego de varias partidas, debido a que, aunque hubo buena preparación, la falta de experiencia en participación de este tipo de eventos fue evidente respecto a los demás participantes.

Figura 39. Primeras clases del club The Bunker con el invitado Carlos Argüello



Fuente: Elaboración propia, noviembre de 2018

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Luego de esta derrota, pensamos en cambiar algunos procesos en que estábamos llevando el espacio. Empezamos a usar planes de entrenamiento y rehicimos completamente el logo del equipo. Para la reedición del logo de NGT usamos el mismo concepto del anterior de representar las bombas nucleares, sólo que en este caso no sería el propio misil, sino la explosión, muy característica por su forma. Esto permitió desechar el gris y darle fuerza a la mezcla del rojo y el amarillo. Decidimos simplificar la paleta de color al anaranjado y blanco, por transmitir muy bien la sensación de energía, explosividad y su relación con el peligro al estar en tonos encendidos. Se optó por dejar la tipografía inclinada y en la base del logo, sin serifa y con bordes gruesos para mantener el mismo concepto del búnker.

Figura 40. Reedición logo NGT



Fuente: Elaboración propia, 2019

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Para el desarrollo del logo del club se trabajó en colaboración con la egresada de diseño gráfico de la universidad Tatiana Díaz, donde se utilizaron los colores institucionales y los conceptos que para nosotros representaba el laboratorio de Hipermedia donde entonces planeamos desarrollar el club: Por ser un lugar ubicado bajo tierra en la universidad no llegaba señal ni de internet ni de teléfono, todo el que estaba ahí quedaba completamente aislado de las comunicaciones externas, de allí el concepto de The Bunker. Desde esta perspectiva, el logo recogió elementos representativos de un búnker, como la máscara de gas y el triángulo de las señales de peligro nuclear para la forma base. La combinación de la tipografía curva y las figuras en terminaciones desgastadas con el negro, además del uso de un verde mucho más vibrante que el utilizado por la universidad para llamar la atención, determinó el carácter final del identificador visual.

Figura 41. Logo final The Bunker



Fuente: Elaboración propia. Diseño por Tatiana Díaz, 2019

Figura 42. Reglamento The Bunker



REGLAMENTO DE CONDUCTA DEPORTIVA THE BUNKER CLUB

1) **Insultar, exigir, alzar** la voz o cualquier conducta que estrese a los demás jugadores en medio de una partida hará que sea considerado para expulsión. **Explicación:** el flaming entre nosotros **hace que baje el rendimiento** de una manera muy fuerte y no poder controlar esas conductas infantiles nos hacen creer que la expulsión sería la solución definitiva.

2) Decir "esto será fácil (GG EZ)", o algún tipo de **palabras xenofobias, términos ofensivos o de discriminación a algún tipo social por su raza, creencia, religión** antes o después de un partido se considerará una conducta infantil que se tomará en cuenta para posteriores decisiones. Es decir, esa clase de frases **hace sobre estimar nuestro rendimiento y valor**, lo cual en consecuencia **hace perder desempeño en la partida**.

3) **Tomar en cuenta opiniones externas y desahogarlas en este equipo se considerará a partir de ahora una conducta anti- deportiva.** El respeto al entorno es una de las bases del éxito de todo equipo deportivo, empresa u organización, siempre por fuera habrá comentarios que no gusten, que puedan hacer sentir mal; ya que por ellos se puede generar una falta de autoestima. Comentarios tanto negativos como positivos no deben de entrar en este equipo, los dos hacen el mismo daño. **Se recomienda hablar directamente con el líder en turno** en privado, el líder es quien escucha todos esos problemas y busca la solución más rápida y eficiente.

4) Ante cualquier toma de decisiones **se tendrá en cuenta la opinión y participación del equipo** que influyan directamente con este sin importar su estatus dentro del equipo.

5) **Compartir dialogo con equipos enemigos en pleno, antes o después de torneo con el fin de ofender, también será considerado a partir de ahora conducta anti-deportiva** y se llamará la atención. Platicar de forma reactiva con otros equipos puede hacer crecer la tensión y empeorar el rendimiento de nuestro equipo. **(NGT) NUCLEAR GAMING TEAM** es un equipo respetuoso enfocado en llegar al más alto, y por tal razón, hay que medir mucho el lenguaje hacia el propio equipo y hacia el exterior. Tomar esta clase de conductas puede llegar a manchar la reputación de este equipo.

6) Los valores de equipo Nuclear Gaming Team son **Honestidad, Respeto, Disciplina, Humildad y Trabajo Duro**, si a alguien se le tiene que recordar cualquiera de esos valores quiere decir que en su desarrollo no los logró forjar y será considerado para expulsión directa.

7) Entre las conductas anti deportivas una de las más sutiles y dañinas es el egoísmo, denotar falta de trabajo en equipo excesos de "Yo lo hago bien" o también excesos de "Tu lo haces mal" será considerado una falta de valores y se hará una discusión si la persona permanece o no en el equipo. **Algún problema personal con algún compañero de equipo se puede dialogar con el líder**, siempre es bueno tener un intermediario en cuestiones personales.

8) **TODOS TIENEN LA RAZÓN:** en base a esa primicia no se le da mayor valor a ninguno del equipo sin importar rango, estatus socioeconómico, religión, coeficiente intelectual, o ningún parámetro de ningún medio.

9) **La imagen de líder solamente es una figura de autoridad** para mantener el orden, marcar el paso en las metas y los objetivos y transmitir los valores del equipo, entonces **faltar el respeto a líder es considerado faltar al respeto al equipo**, y se podrán observar las siguientes consecuencias acorde con la falta realizada:

A) **La primera falta se mandará a la banca por un día**, si es día de entrenamiento tendrá que tener una asistencia obligatoria de sólo conocimiento teórico, no retirarse sino seguir entrenando, de otra manera se considerará para la falta 10.

10) **Se mandará a la banca para el siguiente torneo y eso conlleva a ser banca de forma temporal** en los siguientes entrenamientos (5). Además es un aviso y una llamada de atención, ser soberbio y retirarse se considerará para una falta grave.

Una falta grave tendrá como consecuencia para el jugador que pertenezca a NUCLEAR GAMING TEAM la expulsión directa del equipo a menos que se haga un acuerdo en una discusión con sus compañeros de equipo por conducta antideportiva o cual sea el caso en específico para que en una votación democráticamente se elija si puede o no continuar en el equipo. Si no hay un acuerdo en las próximas 24 horas será dado de baja vitalicia sin posibilidad de volver a ningún equipo perteneciente al club.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Entender la manera de participación de los estudiantes siempre fue muy importante en nuestro proceso, por lo que utilizamos de todas las herramientas posibles para preguntar a los estudiantes sobre la aceptación de los *esports*, se generó un volante de expectativa para invitar a los estudiantes a ser parte del espacio con la nueva imagen, estos se entregaron en la inauguración del espacio del Hitech lab lo cual ayudó atraer a estudiantes de las diferentes carreras.

No solo la vinculación fue importante, también necesitábamos de elementos que permitieran hacer uso de las buenas prácticas que queríamos llevar al espacio, la creación de un reglamento logró condensar todos los factores que deseábamos tener en cuenta y articularlo con la plataforma filosófica y así encaminarnos hacia los lineamientos para el espacio.

La co-creación fue importante para la elaboración de cada una de las herramientas utilizadas ya que son pensadas en que estas empaticen con las personas y sean útiles en los actores, después de tener la estructura definida vimos que llegaban estudiantes de diferentes carreras a preguntar del espacio, por lo que se vio la necesidad de llevar el registro digital de los estudiantes que se acercaran al espacio con su información para poder estar en contacto, se trabajó en horarios en los que los estudiantes asistieran y la universidad nos brindará las salas de cómputo para hacerlo, se gestionaron los espacios en las salas de la sala Santander.

No era solo cuestión de jugar por jugar se trabajó en planes de entrenamiento para manejar un contenido temático acorde a las habilidades que se deseaban desarrollar en el espacio se tuvo en cuenta como principal *Videojuego* League Of Legends por la participación de los estudiantes y el conocimiento del entrenador que estaba enfocado en este. Sin embargo, los estudiantes se interesaron en diferentes videojuegos como:

Figura 43. Gráfica de juegos practicados en The Bunker



Fuente: Elaboración propia

Desde que empezó el club siempre se llevó un control de asistencia, lo que permitió incluir un beneficio de Bienestar universitario, el cual consistió en que los estudiantes que tenían descuentos en la matrícula y debían participar en un espacio de bienestar, podrían optar a cumplir este requisito establecido por la universidad en The Bunker.

Se brindaron los entrenamientos de acuerdo a los horarios planteados con el seguimiento de los formatos trabajados para llevar control del espacio, para hacer de The Bunker un espacio donde los actores puedan relacionarse y conocer más del espacio se pensó en utilizar Facebook, Instagram y WhatsApp como herramientas de comunicación.

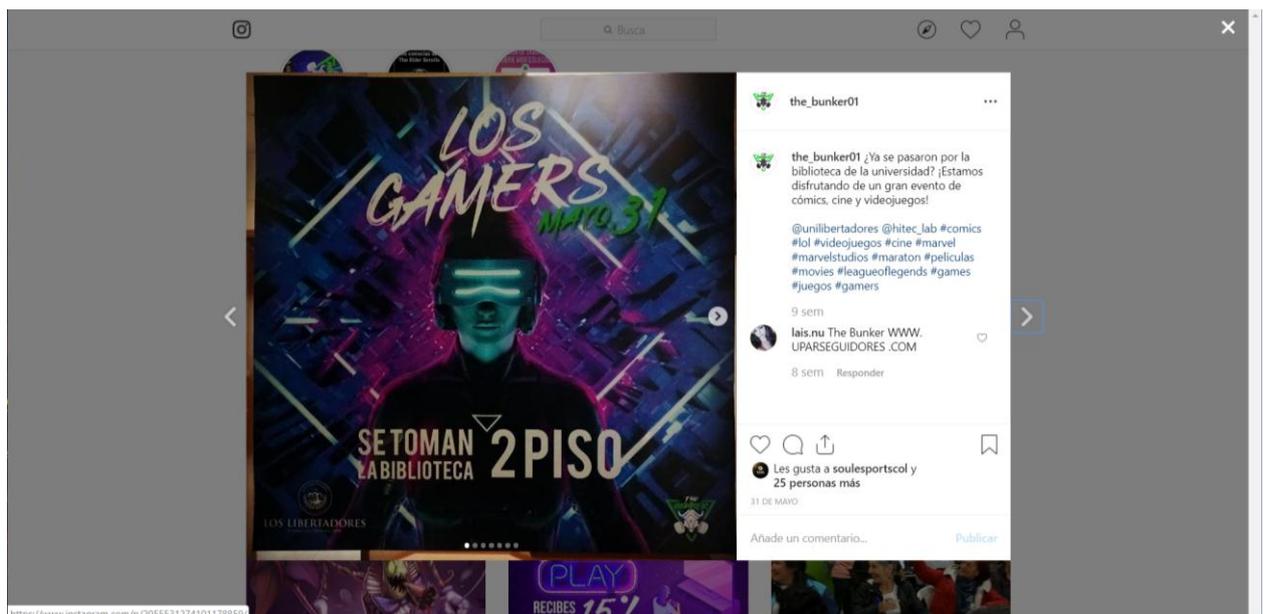
Como iniciativa del profesor Camilo Rojas se propuso a los entonces estudiantes de la clase de transmedia del periodo 2019-1, para trabajar sus proyectos con base en el club The Bunker. El resultado de esto fueron productos donde se hicieron entrevistas, propuestas gráficas, creación de

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

páginas de redes sociales alternativas a las ya creadas de The Bunker en Instagram, grupos de Facebook y hasta una página web hecha por Sebastián, estudiante de uno de los grupos de transmedia. Todo esto hizo que el reconocimiento que tuvo el club fuera más amplio y se registraran más datos relevantes.

Además, contamos con un amplio apoyo de la estudiante de comunicación social Brenda Beltrán para la gestión de las redes sociales de Facebook e Instagram de The Bunker, donde realizó durante varios meses diferentes tipos de publicaciones, respuesta a de los mensajes a usuarios que escribían y diseños propios aplicados al contenido de estas redes.

Figura 44. Publicación en página The Bunker de Instagram



Fuente: Elaboración propia

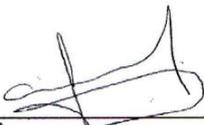
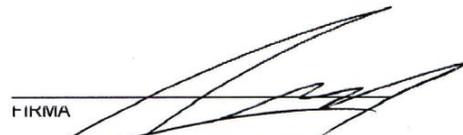
Durante este primer semestre del año 2019, se pudo evidenciar otro gran acierto del proyecto de investigación, cuando Hutman Ramírez, hizo su proceso de movilidad académica en la Universidad de Oriente, ubicada en Puebla, estado de Puebla, México. Mediante el apoyo del director de posgrados Marco Palacios y en colaboración con el estudiante de la UVM

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

(Universidad del Valle de México) Santiago Celis, logró implementar el modelo del semillero de investigación Cultura Digital y Videojuegos de la Fundación Universitaria Los Libertadores, en la Universidad de Oriente, proponiendo como eje principal el tema de investigación en *esports* donde los estudiantes contarían con el apoyo del profesor de la UVM, Eduardo Fong, para desarrollar y gestionar el espacio. Luego de una reunión celebrada el 8 de mayo de 2019 con directivos de la universidad se aprobó el semillero, demostrando así la importancia, el alcance y la versatilidad que puede llegar a tener el espacio de *esports* en las universidades propuesto desde esta investigación, dando como resultado la creación de un espacio de forma colaborativa por 3 universidades de 2 países diferentes.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Figura 45. Fragmento del Acta de constitución del semillero de videojuegos

	ACTA DE CONSTITUCIÓN Y/O ACTUALIZACIÓN PARA SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN	
OBSERVACIONES		
Breve comentario:		
<small>(Use este espacio en caso de que requiera hacer alguna aclaración u observación referida a la constitución, actualización o funcionamiento del Semillero)</small>		
 FIRMA HUTMAN DAVID RAMIREZ OSPINA DELEGADO DEL SEMILLERO EN COLOMBIA	 FIRMA SANTIAGO MIGUEL CELIS TOPETE DELEGADO DEL SEMILLERO EN MÉXICO	
 FIRMA ERICK LIRA ORTEGA ENLACE SEDE UNIVERSIDAD DE ORIENTE-PUEBLA		
 FIRMA MTRO. EDUARDO FONG DUBON PROFESOR COORDINADOR DEL SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN	 FIRMA MTRO. MARCO ANTONIO PALACIOS CERVANTES DIRECTOR DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN UNIVERSIDAD DE ORIENTE-PUEBLA	
 FIRMA MTRO. JOSÉ FERNANDO LÓPEZ OLEA RECTOR UNIVERSIDAD DE ORIENTE-PUEBLA	 FIRMA MTRA. XOCHITL PARADA CALLEJAS DECANA ACADÉMICA UNIVERSIDAD DE ORIENTE-PUEBLA	

Fuente: Universidad de Oriente, Puebla. Pueb, México, 8 de mayo de 2019

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

El proceso con los actores fue una participación positiva, sin embargo en la gestión del grupo se empezaron a presentar falencias y problemas de organización porque el espacio estaba siendo brindado por un estudiante y esto hacia un proceso de organización y gestión mucho más tedioso, por lo que nos vimos en la necesidad de crear mecanismos para mitigar la desorganización del equipo, por lo que se generaron reuniones con los líderes del equipo para conocer las debilidades y dar orden al proceso con la creación de actas, esto permitió conocer a una mayor profundidad las causas del problema.

Al terminar la fase de proyecto The Bunker y las experiencias dadas de todas las fases de la investigación, decidimos plasmar todo el conocimiento obtenido para generar los lineamientos de un *espacio académico-deportivo* en la Fundación Universitaria Los Libertadores, de acuerdo con los estándares de la institución. Para esto se desarrolló un Syllabus y una Guía de actividades del espacio académico de *esports* denominado Cultura Digital y Videojuegos.

4.2.4 Espacio académico- deportivo de esports Cultura Digital y Videojuegos

Para la cuarta y última fase de la investigación, se estructuraron los lineamientos basados en el contexto de la Fundación Universitaria Los Libertadores, sus documentos institucionales y los resultados obtenidos de la investigación. Se usó de nuevo la matriz de planificación integrada para gestionar los elementos que debía componer el espacio y las estrategias que se emplearían para llevarlos a cabo, junto con un organigrama que explicaría la relación entre el espacio académico propuesto desde la Facultad de Comunicación Social, con el semillero de investigación Cultura Digital y Videojuegos y el área de Bienestar Universitario.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

4.2.4.1 Matriz de Planificación Integrada

Figura 46. Matriz de planificación integrada del espacio Cultura Digital y Videojuegos

Objetivo	Grupo Meta	Propósito de la acción	Actividades	Recursos	Productos	Indicadores
Establecer el espacio electivo para los estudiantes libertadores de diferentes carreras para el desarrollo de investigación en el espacio académico de Cultura Digital y Videojuegos	Estudiantes Libertadores (20 estudiantes inscritos en el primer semestre de la electiva)	Promover la investigación en <i>esports</i> mediante la participación de los estudiantes en espacios académicos	-Planeación y estructuración de los lineamientos (Syllabus y Guía de actividades). - Desarrollo de espacio académico con la utilización de la <i>gamificación</i> .	- Espacio físico (Laboratorio Hitec). -Profesor. -Redes sociales.	- Syllabus -Guía de actividades - Investigaciones	- Número de inscritos al espacio académico. - Asistencia

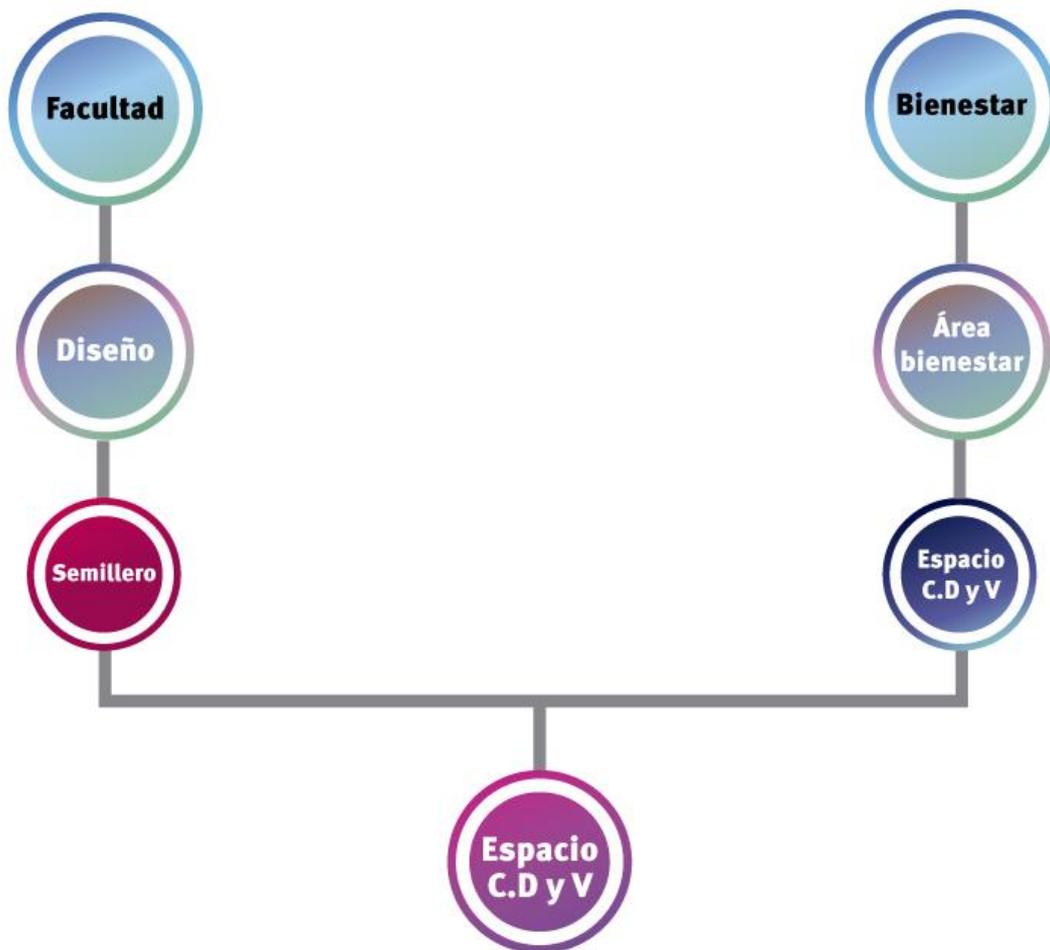
Fuente: Elaboración propia

Dentro de la propuesta dirigida a la facultad se hizo un esquema para mostrar la manera en la cual el espacio académico electivo se articulará con los demás espacios que ya se estaban manejando. El *espacio académico-deportivo* Cultura digital y videojuegos, se propone desde el semillero de del mismo nombre para poder vincular los proyectos con la investigación; este semillero hace parte del programa de Diseño Gráfico, adscrito a la Facultad de Comunicación Social, a su vez, se busca articularlo con Bienestar Institucional desde el espacio similar que

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

existía en el área de Bienestar y que dejó de funcionar. El objetivo de esto es poder generar un espacio académico que pueda tener mucho alcance multidisciplinar al interior de la institución.

Figura 47. Organigrama del Espacio académico Cultura Digital y Videojuegos



Fuente: Elaboración propia

Para lograr que este espacio sea posible se trabajó en un Syllabus el cual contiene de los lineamientos necesarios para desarrollar el *espacio académico-deportivo*, abordando los aspectos más relevantes a tener en cuenta en un desarrollo investigativo de *esports*, juntamente con una guía de actividades que le permite al profesor guiar el proceso académico en pro de darle continuidad al proceso y que más estudiantes se unan al espacio.

4.2.4.2 Gamificación aplicada en el espacio electivo

Al entender el *espacio académico-deportivo* Cultura Digital y Videojuegos como un lugar interdisciplinario donde se utilizan herramientas de desarrollo cognitivo para construir el conocimiento mediante proyectos colaborativos que se pueden medir competitivamente a través un sistema académico, es posible hacer uso de la *gamificación* como una técnica para desarrollar procesos estratégicos que permitan aumentar la efectividad en los resultados de este espacio. Al utilizar la motivación del estudiante como el eje central de aprendizaje, es posible desarrollar procesos académicos de una forma más productiva.

Esta estructura basada en competencias, recompensas y líderes busca aumentar la motivación de los estudiantes a participar en el espacio, y por lo tanto, aumentar considerablemente el flujo de participación, para no sólo tener un constante intercambio de conocimiento entre las diferentes disciplinas sino lograr constancia en el proceso formativo.

De esta forma, el estudiante aprenderá sobre conceptos básicos como: *esports*, cultura digital, *cultura gamer*, profesionalización de los videojuegos, entre otros, y también sobre las oportunidades de investigación que ofrece esta industria emergente y así obtener un bagaje teórico que le permitirá relacionar sus conocimientos con los obtenidos desde su carrera, y podrá tomar decisiones para adaptarse a los retos profesionales que supondrá la incursión o no-incursión, dentro de la industria de los *esports*.

Para estimular parte competitiva similar al deporte como actividad, se diseñó un sistema de gamificado con puntos, recompensas y rangos llevado a cabo durante el semestre académico. Está dividido según el calendario académico institucional donde las actividades realizadas durante todos los cortes equivalen al 50% de la nota final a través del sistema de puntos medido por clase para un total de 16 actividades con valor de 62,5 puntos cada una, donde 1000 es

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

equivalente a la nota máxima en el sistema evaluativo institucional. La retroalimentación será llevada a cabo por el docente. El 50% restante se dará por el resultado obtenido de la evaluación del proyecto de aula, para obtener la nota final del espacio académico (Ver anexos 25 y 26).

Concepto:

Mediante los desafíos diarios se busca que el estudiante vaya obteniendo experiencia en el proceso y esto se ve reflejado en unos rangos establecidos. Basado en estos rangos podrán tener acceso a recompensas. El objetivo mínimo de puntos de experiencia es 600.

El proceso se llevará a cabo en grupos de estudiantes conformados por diferentes disciplinas que trabajarán juntos cooperativa y competitivamente en la consecución de los objetivos de la clase.

Sistema de Rangos- Comunidad

- 1) (0 - 200) - Debutante
- 2) (201 - 400) - Rookie
- 3) (401 - 600) - Intermedio
- 4) (601 - 800) - Avanzado
- 5) (801 - 1000) - Pro

Sistema de recompensas

Como requisito se necesitará que los estudiantes brinden sus perfiles de usuario para poder entrar dentro del sistema gamificado y del espacio académico al grupo de Facebook que se creará para el espacio académico.

-Premios de Acceso: Son premios que se dan como recompensa por la posibilidad de ingresar a un lugar o hacer algo antes que otros.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

El equipo con mayor cantidad de puntos podrá elegir el momento en que desean presentar su proyecto en las fechas estipuladas de sustentación y de acuerdo con la cantidad de grupos que haya.

-Premio - Power: Premio que representa un poder de moderación o administración a los usuarios más comprometidos.

Los estudiantes con la mayor cantidad de puntos al final del primer corte tendrán la posibilidad de conformar y elegir sus equipos hasta el final del semestre.

Concepto de comunicación

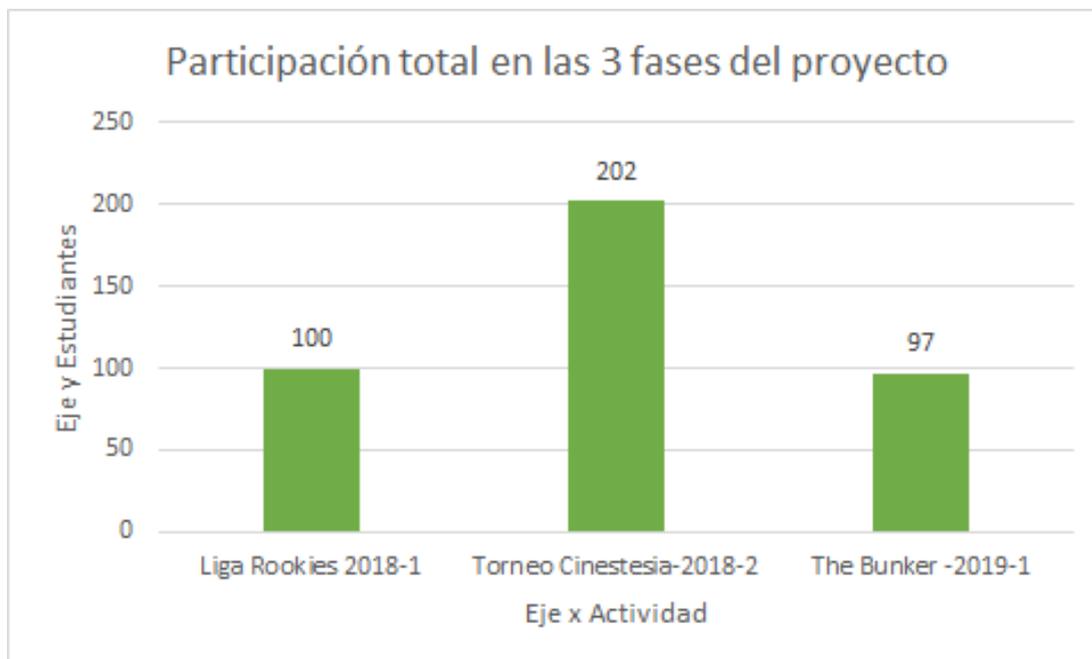
Como estrategia de comunicación se seguirá utilizando The Bunker, utilizando la misma identidad gráfica ya establecida y redes sociales (Facebook e Instagram). Todos los logros de los estudiantes como los rangos y las insignias serán publicadas también allí. Además, se utilizarán estas redes como medio informativo del espacio.

Capítulo V Análisis de resultados

5.1 Resultados totales cuantitativos

La sumatoria total de los datos obtenidos en el proyecto comprende las 3 fases medibles: Liga Rookies Colombiana (RCO), Torneo de videojuegos retro en Cinestesia y The Bunker Gaming Club.

Figura 48. Participación total en las 3 fases del proyecto



Liga Rookies 2018-1	Torneo Cinestesia-2018-2	The Bunker -2019-1
100	202	97

Fuente: Elaboración propia

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

De las 399 personas que participaron en total en las 3 fases, es decir, los dos eventos de videojuegos y el club de *esports*, se alcanzaron un total de 16 carreras de pregrado de las 20 que ofrece la Fundación Universitaria Los Libertadores, donde diseño gráfico y comunicación social fueron las que tuvieron mayor participación. En total, se obtuvo el apoyo de 7 marcas que apoyaron tanto con recursos físicos, como monetarios y de colaboración intelectual. Como las redes sociales fueron nuestro principal medio de comunicación en todas las fases del proyecto, se calculó un total de 30.245 personas.

5.1.1 Resultados totales cualitativos:

Para estos resultados se tomó en cuenta el material de las 3 fases medibles del proyecto: Liga Rookies Colombiana (RCO), Torneo de videojuegos retro en Cinestesia y The Bunker Gaming Club. Se obtuvieron primero algunas de las citas más relevantes de las personas entrevistadas en cada fase.

Se descubrió que en cada una de las fases las personas sentían el deseo de mejorar sus habilidades de sus videojuegos favoritos, presentaban espíritu de competencia y les encantaba la idea de encontrar personas que tenían gustos parecidos, sintiendo un sentido de pertenencia con los *esports*, no obstante en espacios como el académico los estudiantes expresan un deseo de que se apoyen más estas iniciativas porque no se ve la visibilidad esperada para algo importante para ellos.

Por otro lado a lo largo de la investigación se vio un fuerte choque generacional y un claro ejemplo de ello fue en el momento de presentar el *espacio académico-deportivo de esports* Cultura Digital y Videojuegos al Decano de la Facultad de Comunicación, Alejandro Pachajoa y al Director de Diseño Gráfico, Edward Zambrano, los cuales expresaron resistencia por el concepto de *esports* por la noción que tienen sobre los videojuegos de que son solo actividades de ocio y con dificultad visualizan ver esta actividad como un deporte, sin embargo desde un

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

enfoque profesional reconocieron que estos espacios pueden permitir el desarrollo de estudiantes, siempre y cuando se dé un buen manejo de las actividades que se guíen en el proceso y además es una tendencia global que no puede ser ignorada por la universidad.

5.2 Fase 1. Resultados cuantitativos: Liga Rookies Colombiana (RCO)

En Facebook en toda la actividad se logró llegar a un alcance en las publicaciones de 27.077 personas en total, con un total de interacciones de 444, se inscribieron un total de 20 equipos al desafío de los cuales dos se presentaron en la final presencial en Funza, en el local de *Gamer Zone*. El indicador de participación de inscritos fue de 62.5% $((20/32) * 100)$ donde 20 fueron los equipos inscritos y 32 era el objetivo, superó el 50% porcentaje deseado; el indicador de asistencia fue de 20.6% $((31/150) * 100)$ donde 31 fueron el total de asistentes presenciales en la final y 150 los puestos estimados.

5.2.1 Resultados cualitativos

En la Liga RCO obtuvimos un resultado positivo debido a que las personas demostraron interés por participar, por el gusto que tienen hacia los videojuegos y la competencia; en el torneo tanto de manera presencial como virtual, se obtuvo participación de personas de la ciudad de Medellín y Bogotá, las personas comúnmente expresaban que desearían poder participar en una mayor cantidad espacios donde puedan acercarse al mundo profesional de los esports, demostrado según los comentarios más relevantes de los participantes:

- Nicolás participante de Torneo Liga Rookies *“Me intereso inscribirme a liga porque se me hace muy interesante participar en torneos y quisiera llegar a ser profesional en esto”*.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

- Jonathan participante de Torneo Liga Rookies *“Me gustó mucho la idea de entrar a la liga porque tener una mejor experiencia en cuanto al competitivo... me gusta mucho participar y elevar mi nivel”*.

Por otro lado, la logística del evento se vio afectada ya que contábamos con recursos propios para la ejecución del evento, la universidad facilito un proyector y telón. Sin embargo, la movilidad hacia Funza que fue donde se desarrolló el evento hizo dispendioso el transporte de los equipos, nos afectó que la universidad en un comienzo no nos brindara del espacio para generar el torneo.

5.3 Fase 2. Resultados cuantitativos: Torneo de videojuegos retro en Cinestesia

El evento de Cinestesia género una participación positiva de los estudiantes para un total de 876 asistentes, de los cuales 202 fueron estudiantes de diferentes áreas de la universidad (43 de Comunicación Social, 29 de Diseño Gráfico y 21 de Pedagogía Infantil, entre las disciplinas con mayor participación) y profesores que participaron en el torneo de videojuegos retro. Se utilizaron los videojuegos de Super Street Fighters II, Super Mario World, Top Gear, HiPlay *Videojuego* creado por estudiantes de la Fundación Universitaria Los Libertadores, de todos los videojuegos el principal fue Super Street Fighters II el cual se le brindo la mejor premiación del evento y la final contó con narración de un estudiante de Los Libertadores.

El torneo de videojuegos retro dentro del evento de Cinestesia se pudo haber considerado un éxito por los impresionantes resultados que arrojó. Dentro de nuestros indicadores destacó la cantidad de inscritos a los torneos, con una cifra de 252.5% de inscritos $((202/80) * 100)$ donde 202 fueron el total de inscritos y 80 era el objetivo planteado. El segundo indicador también se cumplió completamente al obtener un 100% $((6/6) * 100)$ donde 6 fueron las marcas alcanzadas y 6 era el objetivo para apoyar el evento. De esta forma descubrimos que el interés de los

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

estudiantes, y en general de la comunidad libertadora por los *esports* es relevante en la universidad.

5.3.1 Fase 2. Resultados cualitativos

En el torneo de videojuegos retro en Cinestesia logramos obtener opiniones importantes sobre el evento. Los estudiantes recalcaron la importancia de espacios competitivos relacionados con sus intereses, debido a que no conocen propuestas o espacios en temas de videojuegos. En la entrevista realizada a una de las participantes del torneo, ella habló sobre la emoción que le produjo poder participar y que fuera una experiencia que se pudiera repetir.

- Ganadora del torneo de Super Street Fighter II, Brenda Beltrán estudiante de Comunicación Social-Periodismo *“Para mí fue increíble, la volvería a hacer y la volvería a jugar si se me diera la oportunidad”* .

Mediante el apoyo de la universidad, Cinestesia y las marcas patrocinadoras, fue posible desarrollar un evento que gustó mucho a los estudiantes, los motivó a participar y dejó ver el gran interés de la comunidad libertadora por espacios de esports y el deseo de seguir participando en ellos.

5.4 Fase 3. Resultados cuantitativos: The Bunker Gaming Club

Los resultados cuantitativos de la tercera fase de la investigación fueron analizados en varios factores y representados gráficamente. Se obtuvo que el total de inscritos a The Bunker Gaming Club fueron 97 estudiantes, 323.33% $((97/30) * 100)$ de los 30 inscritos que se tuvo como objetivo. De los inscritos se graficó la participación durante todas las sesiones de entrenamiento presenciales (se manejó un horario presencial y uno virtual de prácticas) que tuvo como resultado 285 participaciones de estudiantes de diferentes carreras a lo largo de las 12 sesiones de entrenamiento presenciales, durante el periodo de actividad del club. De este total, destacaron

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

diseño gráfico con 119 participaciones, ingeniería aeronáutica con 36 participaciones y derecho con 28 participaciones por estudiante.

Figura 49. Gráfico estudiantes inscritos al club The Bunker



Fuente: Elaboración propia

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Figura 50. Gráfica asistencia total de estudiantes por carrera The Bunker



Fuente: Elaboración propia

Figura 51. Gráfico porcentaje por género The Bunker



Fuente: Elaboración propia

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

En la participación por género podemos evidenciar que hay un gran número de hombres al ser el equivalente al 79% de los registrados, no obstante, hay 21% de participación por parte de las mujeres, en una muestra de participación de 97 estudiantes inscritos, este análisis nos indica que a pesar de que estos espacios son tomados en su mayoría por hombres, hay interés de las mujeres por participar en estas iniciativas.

5.4.1 Resultados cualitativos:

Después de un largo recorrido entendiendo la manera en que los estudiantes se relacionan con los esports en la universidad, decidimos que lo mejor fue generar un espacio participativo en donde los estudiantes pudieran integrarse de una mejor manera en el mundo de los esports desde espacios extracurriculares. Sin embargo, el desarrollo se generó por y para los estudiantes lo que dificultó en gran medida el desarrollo del club ya que sin un apoyo directo por un profesor por parte de la universidad era más difícil implementarlo de la mejor manera. Entendiendo al club como organización, en su jerarquía el estudiante líder no era tomado en cuenta del todo como autoridad para guiar el proceso, ya que desde este punto de vista se encontraría al mismo nivel de otro estudiante.

- Sally Pardo Estudiante de los Libertadores *“Me gustaría que muchas más personas conocieran el espacio, no se le brinda la atención que debería, en este momento estamos creciendo a nivel de equipo”*.

- Iván Díaz Estudiante de Comunicación Social *“Me parece que la universidad debería implementar este tipo de espacios para que conozcamos más este mundo de los videojuegos... no conocemos a fondo todo lo que lo que un Videojuego tiene”*.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Por parte de la universidad hubo apoyo en el préstamo de espacios, sin embargo, en muchas de las clases brindadas los computadores tenían fallas o en algunos casos no se podían desarrollar los espacios ya que estos eran bloqueados para el acceso a los videojuegos.

Todo lo anteriormente mencionado para indicar que la estrategia es fundamental para el desarrollo y continuidad de los espacios ya que dependiendo de la situación se logro llevar acabo las diferentes clases y temas, no obstante es de suma importancia integrar y contar con un apoyo mucho mas fuerte por parte de bienestar, que si bien brindo la opción de que los estudiantes pudieran seguir con los beneficios de caja de compensación sobre la factura una articulación mucho más robusta generaría un mayor alcance e impacto de los estudiantes a estos espacios de acuerdo a sus gustos y desarrollar nuevas habilidades.

- Diego Jiménez estudiante de Comunicación Social-Periodismo *“Una electiva en cuanto a videojuegos y tecnología me parece muy interesante, seria espectacular de ver en vez de otra electivas que no tienen trasfondo... a la universidad le hace falta espacios más dinámicos”*.

Capítulo VI Discusión del proyecto

Desde el inicio de la investigación partimos con la premisa de que los videojuegos tienen muchos prejuicios y hay mucha resistencia de las personas por aceptarlos como un deporte además de que hay poca organización en el país. Pero precisamente por estos grados de dificultad y por la pasión que sentimos por el proyecto, decidimos que era adecuado indagar sobre estos temas. Este bagaje teórico nos permitió entender de dónde surgió este fenómeno, como impacta en la actualidad y cuál podría ser su futuro.

Las fuentes investigadas afirman que los *esports* van a seguir creciendo exponencialmente en los siguientes años, lo que le da una buena perspectiva para el futuro económicamente hablando. Además, desde la experiencia de la investigación que tuvimos identificamos la enorme pasión y dedicación que muchas personas tienen por los videojuegos competitivos. Esta pasión la encontramos tanto en la Fundación Universitaria Los Libertadores como fuera de ella, por lo cual creemos que en cada una de nuestras fases se hubiera podido tener un mejor resultado si se tuviese una mayor experiencia.

Tanto en la primera como a la segunda fase se hizo muy evidente la inexperiencia que teníamos en cuanto a organización de torneos de videojuegos, por ser procesos que demandan mucha planeación logística previa. Por lo tanto, una planificación, gestión y control más adecuado de los procesos para realizar un evento de este tipo asegurarían un éxito y mayor continuidad.

En cuanto al club de *esports* universitario, no sólo es importante una adecuada gestión del espacio, sino, el apoyo incondicional de la institución que lo soporta. Aunque llevamos un buen control de datos cuantitativos y cualitativos, al utilizarlos para conseguir un apoyo más amplio de la universidad, no fueron relevantes para los objetivos de la institución y además la falta de una persona de la institución que pudiera encargarse del espacio, ya que este fue guiado por estudiantes.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

La parte más importante de este proyecto de investigación fue el diseño de los lineamientos para estructurar el *espacio académico-deportivo* de *esports* Cultura Digital y Videojuegos en la Fundación Universitaria Los Libertadores. El trabajo extenso y dedicado que hicimos en esta investigación se vio reflejado en una propuesta sólida que agradó mucho a los directivos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, los cuales elogiaron su visión, su base teórica y su estructura. Si bien dieron su aval para aprobar el espacio, hicieron la aclaración que dependía de procesos administrativos de la universidad poder llevar a cabo la implementación pronta del mismo.

De ser implementado este espacio de Cultura Digital y Videojuegos propuesto desde esta investigación, consideramos que su potencial y alcance podrían ser muy grandes para la institución, debido a que los *esports* son tendencia actualmente y seguirán siéndolo por varios años más. Las oportunidades que ofrece son muchísimas, una de ellas es que por la naturaleza mismas de los videojuegos muchos estudiantes se interesarían en generar nuevos proyectos de investigación; si la universidad aprovechara todo el potencial que ofrece este tipo de espacios diferentes que tanto les gusta a los estudiantes, podría no sólo atraer muchos aspirantes más jóvenes que buscan estudios superiores, sino que destacar mucho por encima de otras instituciones similares por su innovación y visión respecto a fenómenos emergentes como los *esports*.

Capítulo VII Conclusiones

Estructurar las bases de un proyecto no es una tarea sencilla, más si se trata de un tema tan nuevo como los *esports*. Abordar un tema que de por sí es multidisciplinario, resulta ser una tarea compleja cuando se tienen dos posturas disciplinares diferentes. En este caso se desarrolló el proyecto de investigación desde el diseño gráfico y la comunicación social, dos disciplinas que si bien parten del mismo principio, comunicar, son de hecho muy diferentes. La primera se enfoca en la creación de artefactos de diseño para resolver problemas de comunicación visual y la segunda le da más importancia a la información como objeto de transformación y presencia todos los actos comunicativos.

Sin embargo, se logró encontrar un punto intermedio entre las dos disciplinas: planeación estratégica. La *gestión del diseño* y la *comunicación organizacional* hablan de cómo una organización (en este caso un proyecto) necesitan no sólo de una base ideológica sólida, donde se definan claramente los objetivos y metas, sino de una adecuada interpretación e implementación de estos ideales. Para ello se hizo uso de años de investigación desde cada disciplina condensados en metodologías que permitieron desarrollar estrategias efectivas, las cuales tuvieron como fin alcanzar los objetivos planteados de la forma más eficiente posible. Desde el trabajo de campo descubrimos que el establecimiento de un *espacio académico-deportivo* es una tarea ardua que tiene varios requisitos organizativos como una estructura académica y precedentes que demuestran la participación de los estudiantes en estos espacios en la universidad. Ambos elementos fueron necesarios para justificar ante la Facultad de Ciencias de la Comunicación la propuesta que buscaba tener un apoyo formalizado por parte de la universidad, debido a que un espacio extracurricular necesita de un constante seguimiento para su ejecución, proyección y continuidad. Generando así un mayor empoderamiento por parte de los estudiantes como una mejor apropiación de la institución.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Entender de qué manera los *esports* eran percibidos por los estudiantes fue una tarea crucial porque esta nos permitió comprender de qué manera relacionarnos con los públicos objetivos elegidos, por lo que vimos la necesidad de trabajar en tácticas que nos permitiera explorar la unión de los actores con lo *esports*, esto nos permitió aportar desde nuestras disciplinas en cada una de las fases del proyecto y generar resultados cada vez más organizados y de mayor impacto. Con base en los resultados obtenidos, se pudo evidenciar el gran impacto que tuvo la investigación donde hubo un total de 399 participantes, apoyo de 7 marcas diferentes, 16 carreras académicas y 30.245 alcanzadas en redes sociales; nos permitió concluir que la mejor forma de enfocar este tema era la propuesta para la Fundación Universitaria Los Libertadores de un *espacio académico-deportivo* donde se abordara el tema desde una perspectiva académica. Este espacio no fue sólo el resultado de una investigación donde se comprobó el gusto que tienen los jóvenes universitarios por los videojuegos competitivos, sino un proceso de co-creación entre estudiantes, profesores y personas externas con experiencia en los *esports*, en donde se planteó la necesidad de incluir un espacio diferente que atrajera realmente a los estudiantes, y que enseñara la importancia que tiene la investigación para fortalecer y desarrollar una industria de potente crecimiento, pero débil sustento académico.

Para la estructuración del *espacio académico-deportivo* de *esports* Cultura Digital y Videojuegos en la universidad, se consideró muy importante incluir elementos de los propios videojuegos dentro de su funcionamiento. Es aquí donde se hizo uso de la *gamificación* como una técnica de aprendizaje que retoma los principios del diseño de videojuegos para aplicarlo al contexto académico mediante un sistema de desafíos, puntos, rangos y recompensas, los cuales se alinearon con los procesos evaluativos institucionales ya existentes y dieron como resultado una propuesta fresca, dinámica y diferente, que buscara motivar realmente a los estudiantes a aprender sobre temas que les interesen.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Los *esports* han logrado en muy pocos años un impacto económico y cultural mucho más grande que casi cualquier otra forma de entretenimiento conocida, sin embargo, considerar si son un deporte o no es una cuestión que no se puede concluir en esta investigación. Lo que sí fue posible argumentar fue la importancia que tuvo para los resultados de este proyecto de grado, el estudiar las posibilidades que ofrecieron las dos disciplinas involucradas para crear una propuesta que se saliera de los límites ordinarios de la educación y pasará a convertirse de una herramienta de aprendizaje a una experiencia motivante.

Referencias

- AMD Red League - Torneo CS: GO. (2019). Disponible en: <https://www.amdredleague.com/cs-go-2/>
- Andrade, H. (2005). Comunicación organizacional Interna: Proceso, Disciplina y Técnica (2nd ed., pp. 16-17). España: Cristina Seco.
- Angulo, B. and Realpe, V. (2017). Correlación con las relaciones interpersonales en adultos jóvenes que son definidos como “Gamers”. Pontificia Universidad Católica de Ecuador. Disponible en: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/13104>
- Berlo, D. (1984). El Proceso de la Comunicación (14th ed., p. 1). Buenos Aires: El Ateneo.
- Case Studies - The Octalysis Group: Leaders in Gamification Consulting. Disponible en: <https://octalysisgroup.com/case-studies/>
- Carbone, G. (2006). Entrevista con Joan Costa: Reflexiones sobre la comunicación corporativa. *Contratexto*, 0(014), 225-229. doi:<http://dx.doi.org/10.26439/contratexto2006.n014.861>
- Carlos González Angulo | Conecta, c. (2019). ¡La primera en Latinoamérica! Tec crea arena universitaria de Esports. Fecha de consulta: 26 septiembre, 2019, Recuperado de: <https://tec.mx/es/noticias/guadalajara/deportes/la-primera-en-latinoamerica-tec-crea-arena-universitaria-de-esports>
- Chiva-Bartoll, O., Pallarès-Piquer, M., & Isidori, E. (2019). esports and conventional sports: ethical and pedagogical issues derived from corporal participation.
- Corrales, G. (2018). Oportunidades para esports en universidades de EE.UU. - AGM - Becas y estudios en Estados Unidos. [online] AGM - Becas y estudios en Estados Unidos. Disponible en: <https://www.agmeducation.com/blog/esports-estados-unidos/> [Acceso 8 Oct. 2019].

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

- Contreras, R. and Eguía, J. (2016). Gamificación en aulas universitarias. Barcelona: Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/319629646_Gamificacion_en_aulas_universitarias
- Consejo Europeo. (1992). Carta Europea del Deporte. Rodas: Consejo Europeo. Recuperado de:
<http://femp.femp.es/files/566-69-archivo/CARTA%20EUROPEA%20DEL%20DEPORTE.pdf>
- Comité Olímpico Internacional. Carta Olímpica (2004). Lausana, Suiza. Recuperado de:
<https://www.um.es/documents/933331/0/CartaOlimpica.pdf/8c3b36b2-11a2-4a77-876a-41ae33c4a02b>
- Cooper, Rachel & Junginger, Sabine & Lockwood, Thomas. (2009). Design Thinking and Design Management: A Research and Practice Perspective. Design Management Review. DOI. 20. 46 - 55. 10.1111/j.1948-7169.2009.00007.x.
- Daft, R. (2011). Teoría y Diseño Organizacional (10th ed., pp. 58-65). Mexico: Cengage Learning Editores S.A. de C.V.
- Definition of esports | Dictionary.com. (2019). Disponible en:
<https://www.dictionary.com/browse/esports?s=t>
- Fernández, J., López, V., & Fernández Morán, J. (2010). Diseño estratégico. Gijón, Asturias: Fundación Prodintec. Edición Centro Tecnológico para el Diseño y la Producción Industrial de Asturias
- Federación de Asociaciones de Gestores del Deporte de España. (2017). Los juegos digitales deben regularse en un marco propio, diferente al ámbito del deporte.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

- Cultura_Ciencia_Deporte, 14(40), 71-79. doi: 10.12800/ccd.v14i40.1227. Recuperado de: <https://www.fagde.org/archivos/JUEGOS-DIGITALES.pdf>
- FIFA. (2018). Global broadcast and audience summary. Recuperado de: <https://resources.fifa.com/image/upload/2018-fifa-world-cup-russia-global-broadcast-and-audience-executive-summary.pdf?cloudid=njqsntrvdvqv8ho1dag5>
- Formanchuk, A. (2010). Comunicación Interna 2.0. Argentina: Formanchuk & Asociados, p18
- Fundación Telefónica. (2019). esports, de la pantalla a los estadios [Ebook] (1st ed.). España. Disponible en: https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/610/
- Google. (2017). Gamers en Colombia. Colombia.
- González, E., & Talavera, J. (2016). E-sports como modalidad de deporte. In XII Congreso Español de Sociología. Madrid: Rocio Moldes. Recuperado de <http://www.fes-sociologia.com/e-sports-como-modalidad-de-deporte/congress-papers/2825/>
- Huizinga, J. (2010). Homo ludens. Madrid: Alianza.
- International Mind Sports Association (2016). IMSA - A prospectus. [online] Recuperado de: <http://www.imsaworld.com/wp/wp-content/uploads/2016/05/IMSA-prospectus-final.pdf>
- International Olympic Committee. Olympic Charter (2019). Lausanne, Switzerland. Recuperado de: <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/General/EN-Olympic-Charter.pdf>
- Ie-sf.org. (2019). Documents. [online] Disponible en: <https://www.ie-sf.org/documents/> [Fecha de acceso: 7 Oct. 2019].
- Itnews. (2010). Employers: Look to gaming to motivate staff. Recuperado de: <http://www.itnews.com.au/news/employers-look-to-gaming-to-m%20otivate-staff-16986>

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

- Jenny, Seth & Manning, R. & Keiper, Margaret & Olrich, Tracy. (2016). Virtual(ly) Athletes: Where esports Fit Within the Definition of “Sport”. *Quest*. 69. DOI. 1-18.
10.1080/00336297.2016.1144517. Recuperado de:https://www.researchgate.net/publication/297891315_Virtually_Athletes_Where_esports_Fit_Within_the_Definition_of_Sport
- Karam, J., Buitrago, A., Fagua, A. & Romero, Y. (2013). Estrategias de gamificación aplicadas al diagnóstico de la incorporación pedagógica de las TIC en una comunidad académica. *Cultura, Educación y Sociedad* 4(1), 55-74.
- Liga Universitaria Wucg Latam Lol | ArenaGG. (2019). Disponible en:
<https://www.arenagg.com/es/landing/liga-universitaria-wucg-latam-lol>
- Lévy, P., Medina, M., Campillo, B. and Chacón, I. (2007). *Cibercultura*. 1st ed. Rubí, Barcelona: Anthropos Editorial.
- Łukasz Kroenke Portfolio - Masters of the Endless Sea. (2019). Recuperado de:
<http://lukaszcroenke.net/projects/moes.html>
- Marín, M. (2009). El diseño estratégico y la importancia de la investigación del usuario. *Grafías*, 8. Retrieved from <https://biblioteca.ucp.edu.co/ojs/index.php/grafias/article/view/1247>
- Martín-Barbero, J. (1987). Televisión, melodrama y vida cotidiana. *Signo Y Pensamiento*, 6(11), 59 - 72. Recuperado a partir de
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5741>
- Massoni, S. (2016). Modelo de *Comunicación estratégica* 1 (Tres movimientos y Siete Pasos para comunicar estratégicamente).

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

- Massoni, S. (2016). Metodologías, técnicas y herramientas de la investigación enactiva en comunicación: análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional. *Civilizar Ciencias De La Comunicación*, 3(3). Recuperado de:
<https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/Civilizarcomunicacion/article/view/595>
- Ministerio de Cultura y Deporte Gobierno de España. (2005). Instalaciones y Espacios Deportivos (pp. 1-2). Madrid: MCUD / DEPORTED ata. Recuperado de:
<https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:b0859a8f-c502-4c59-8bb0-1f27a3dec18d/instalaciones-y-espacios-deportivos-metodologia.pdf>
- McCutcheon C., Hitchens M., Drachen A. (2018) eSport vs irlSport. In: Cheok A., Inami M., Romão T. (eds) *Advances in Computer Entertainment Technology. ACE 2017. Lecture Notes in Computer Science*, vol 10714. Springer, Cham. Recuperado de:
https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-76270-8_36
- Nallar, Durgan. A. (2015). *Diseño de juegos en América latina, Teoría y práctica. Estructura lúdica. Escuela de Game Design en América Latina.* © Durgan A. Nallar. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- Naranjo, M. (1). Communicative interaction and organizational culture. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 2(4), 77-86. Recuperado de:
[:https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/1254](https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/1254)
- Newzoo. (2019a). *Newzoo Global Games Market Report 2019 | Light Version | Newzoo.* [online] Disponible en: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2019-light-version/>
- Newzoo. (2019b). *Newzoo Global Games Market Report 2019 | Light Version | Newzoo.* [online] Recuperado de:
https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/2019_Free_Global_Esports_Market_Report.pdf

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Núria Puig, Núria; Heinemann, Klaus. «El deporte en la perspectiva del año 2000». Papers : revista de sociología, N. 38 (1991) p. 123-141. DOI 10.5565/rev/papers/v38n0.1613 <<https://ddd.uab.cat/record/51333>>

Olympic Channel. (2019). IOC President Thomas Bach meets professional Esports [Video]. Recuperado de: <https://www.olympicchannel.com/en/video/detail/ioc-president-thomas-bach-meets-professional-esports/>

OP.GG LAN. (2019). LoL Stats, Record Replay, Database, Guide - OP.GG. [online] Available at: <https://www.op.gg/>

Orbico Poland - Member of Orbico Group. (2019). Recuperado de: <https://www.orbico.pl/en/about>

Oxfordlearnersdictionaries.com. (2019). rookie noun - Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com. [online] Disponible en: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/rookie>

Paredes, M. (2018). La gestión del diseño en las empresas manufactureras de indumentaria en denim. Magíster. Universidad Técnica de Ambato. Disponible: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28638/1/Paredes%20Cristina.pdf>

Peñaloza Caicedo, A., & Curvelo Magdaniel, F. (2011). La experiencia del espacio académico flexible BK-City, Universidad Técnica de Delft, laboratorio espacial de una facultad de arquitectura. Dearq, (9), 114-131. doi: 10.18389/dearq9.2011.11

Pereira, F. and Alonzo, T. (2017). Hacia una conceptualización de los videojuegos como discursos multimodales electrónicos. En: Anagramas. Medellín: Universidad de Medellín, pp.51-64. Recuperado de:

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/3601/Anagramas_281.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Pérez, R. (2014). La estrategia como campo de estudio. ¿Tenemos ya un nuevo paradigma?.

Revista de Mediterránea de Comunicación, [en línea] 5(2), pp.18-19. Disponible en:

https://www.researchgate.net/publication/286174892_La_estrategia_como_campo_de_estudio_Tenemos_ya_un_nuevo_paradigma

Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.2 en línea].

<<https://dle.rae.es>> [5 de sept. de 19]).

Red Bull. (2019). Javier Muñoz. [online] Disponible en:: <https://www.redbull.com/colombia/athlete/javier-munoz-atleta-red-bull>

<https://www.redbull.com/colombia/athlete/javier-munoz-atleta-red-bull>

Rodríguez, S. (2018). Modelo de negocio a través de los torneos online de esports en Colombia.

Pontificia Universidad Javeriana. Disponible en:

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/44183/Tesis%20-%20Modelo%20de%20negocio%20a%20trav%20s%20de%20los%20esports%20en%20Colombia%20-%20STIVEN%20RODRIGUEZ%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/44183/Tesis%20-%20Modelo%20de%20negocio%20a%20trav%20s%20de%20los%20esports%20en%20Colombia%20-%20STIVEN%20RODRIGUEZ%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodríguez-González, Iraidia Justina, González-González, Aleida, Noy-Viamontes, Patricia, &

Pérez-Sotolongo, Sibelys. (2012). Metodología de Diseño Organizacional integrando

enfoque a procesos y competencias. *Ingeniería Industrial*, 33(2), 188-199. Recuperado en

08 de octubre de 2019, disponible en:

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362012000200010&lng=es&tlng=es)

[59362012000200010&lng=es&tlng=es.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362012000200010&lng=es&tlng=es)

Rodríguez, D. (2019). Nuestra Institución | Fundación Universitaria Los Libertadores. [online]

Fundación Universitaria Los Libertadores. Recuperado de:

<https://www.ulibertadores.edu.co/institucion/>

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Rodriguez, D. (2019). Nuestra Institución | Fundación Universitaria Los Libertadores. [online]

Fundación Universitaria Los Libertadores. Recuperado de:

<https://www.ulibertadores.edu.co/institucion/>

Rengifo Carpintero, John Alexis, Pinillo, Elena Maritza, & Díaz Caicedo, Carmen Helena.

(2016). La paradoja del espacio académico: disciplinar sin disciplina. Revista

Colombiana de Educación, (70), 341-359. Recuperado de:

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-39162016000100016&lng=en&tlng=es)

[39162016000100016&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-39162016000100016&lng=en&tlng=es)

Santos, García. D. (2012). Fundamentos de la comunicación (1st ed., p. 11). Estado de México:

Red Tercer Milenio S.C. Viveros.

Serna Gómez, H. (2017). Gerencia Estratégica (11th ed., p. 20). Bogotá: Panamericana Editorial

Ltda.

Silva-Cañaveral, Sandra. (2016). La investigación-creación en el contexto de la formación

doctoral en diseño y creación en Colombia. Revista de Investigación, Desarrollo e

Innovación. 7. 49. 10.19053/20278306.v7.n1.2016.5601.

Top Countries for 2019 - History: Esports Earnings. (2019). Recuperado de:

<https://www.esportsearnings.com/history/2019/countries>

Tecnológico de Monterrey. (2019). Edu Trends | Gamificación [Ebook] (1st ed., pp. 22-24).

Monterrey. Recuperado de: <https://observatorio.tec.mx/edutrendsgamificacion>

The National Association of Collegiate Esports. (s.f.). Recuperado 26 septiembre, 2019, de

<https://nacesports.org/about>

UCI. About. (2019). Disponible en: <https://esports.uci.edu/about/>

UCI Esports Research Lab, 2019. Disponible en: <https://esports.uci.edu/about/>

Wagner, M. (2006). “On the Scientific Relevance of esports”, en Proceedings del 2006

International Conference on Internet Computing & Conference on Computer Games

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Development, ICOMP 2006, Las Vegas, Nevada, USA, June 26-29, pp. 437-442.

Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/220968200_On_the_Scientific_Relevance_of_e_sports

World Health Organization. (2019). Sharpening the focus on gaming disorder (pp. 382-383).

Gary Humphreys. Retrieved from <https://www.who.int/bulletin/volumes/97/6/19-020619.pdf>

Lista de Anexos

Anexo 1. Cotización para consolas	138
Anexo 2. Referencia para pieza gráfica RCO	139
Anexo 3. Formato de inscripción Desafío Invitacional	140
Anexo 4. Promo para explicar la liga RCO	141
Anexo 5. Pieza para anunciar enfrentamientos Desafío Invitacional	141
Anexo 6. Modelo del registro de equipos para Desafío Invitacional.....	142
Anexo 7. Tarjeta de regalo para la Final Desafío Invitacional	143
Anexo 8. Reglamento RCO	144
Anexo 9. Carpeta Videos y entrevistas Desafío Invitacional (ver carpeta)	160
Anexo 10. Carpeta Estadísticas Facebook (ver carpeta).....	160
Anexo 11. Documento organización torneos de videojuegos Cinestesia	160
Anexo 12. Promoción evento Cinestesia en Facebook.....	163
Anexo 13. Carpeta Material audiovisual Cinestesia (ver carpeta).....	165
Anexo 14. Fragmentos Informe Cinestesia (para informe completo ver carpeta).....	165
Anexo 15. Listados de asistencia (ver carpeta).....	167
Anexo 16. Plan de entrenamiento The Bunker	171
Anexo 17. Listado equipo titular para torneo virtual Akihabara 2018	172
Anexo 18. Videos participación en Akihabara Festival 2018 (ver carpeta)	173
Anexo 19. Cronograma de entrenamiento The Bunker	173
Anexo 20. Línea Team Chicas The Bunker.....	174
Anexo 21. Material audiovisual clases presenciales League of Legends The Bunker (ver carpeta)	177
Anexo 22. Videos ejercicios sobre The Bunker por estudiantes de Transmedia (ver carpeta) ..	177
Anexo 23. Publicaciones página de Facebook The Bunker (ver carpeta)	178
Anexo 24. Publicaciones Instagram The Bunker (ver carpeta)	180
Anexo 25. Syllabus Espacio académico-deportivo de esports Cultura Digital y videojuegos ...	182
Anexo 26. Guía de actividades Espacio académico-deportivo de esports Cultura digital y Videojuegos	189
Anexo 27. Propuesta a Proyección Social (ver carpeta)	193
Anexo 28. Videos evento Los Gamers se toman el CRAI (ver carpeta)	197
Anexo 29. Tabla de autores.....	199

Anexos
Anexo 1. Cotización para consolas



ALQUILER PARA EVENTOS

<http://championsgame27.wix.com/champions-game>

champions_game@hotmail.com

Móvil: 3204861288

FECHA: Sábado 2 de Diciembre de 2017.

CLIENTE: Hutman Ramírez

DIRECCIÓN: Bogotá D.C.

Estimado cliente, por medio de la presente, le hago entrega de la cotización que ha solicitado. Cualquier duda por favor contactarnos, con gusto se la resolveremos.

Se alquilarán los siguientes equipos y servicios:

- Consolas:** 15 Xbox 360.
- Accesorios:** 30 controles con carga y juega.
- Juegos:** 45 Juegos.
- Transporte:** Entrega, Instalación y Recogida de equipos alquilados.

Horario Evento: 3 días continuos.

Costo: El costo total del evento es de dos millones quinientos mil pesos m/cte. (\$2.500.000).

1. Champions Game no reconoce convenios verbales. (Sólo Escrito).
2. El cliente hará el pago en contra entrega del servicio.
3. Esta cotización está sujeta a cambios, dependiendo de tiempo adicional o servicios adicionales que el cliente solicite.

Cordialmente,

Jhon Alexander Hernández
Supervisor Área de Alquiler
Champions Game



CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Anexo 2. Referencia para pieza gráfica RCO



Anexo 4. Promo para explicar la liga RCO

LIGA ROOKIES COLOMBIANA

Somos la primera liga de League of Legends colombiana en realizar torneos profesionales enfocados a los bajos
Esta es tu oportunidad para demostrar tus habilidades
Inscripciones gratuitas y premios para finalistas

Para más información visita www.facebook.com/RCOEsports/

PARTICIPA EN NUESTRO DESAFÍO INVITACIONAL

Anexo 5. Pieza para anunciar enfrentamientos Desafío Invitacional

HORARIOS

VIERNES
11 de Mayo

VS
8:00 PM

Pyros Gaming vs Exile Gaming

VS
8:00 PM

Soul Reapers vs Inglorius Gaming

DESAFIO INVITACIONAL LEAGUES LEGENDS

IMS PROVEES, GOMER ZONE, LOS LIBERTADORES

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Anexo 6. Modelo del registro de equipos para Desafío Invitacional

EQUIPO	Scalia Gaming			EQUIPO	Scalia Gaming		
JUGADOR	SCG Luisca			JUGADOR	Tata06		
NOMBRE REAL	Luis Carlos Pacheco Vergara			NOMBRE REAL	Bryan Tabares Velasquez		
ROL	JG			ROL	ADC		
KDA	2.49			KDA	3.2		
Campeones	Kayn	Lee Sin	Viktor	Campeones	Kha'Zix	Tristana	Kai'Sa
CSX MIN	6			CSX MIN	8		
OPGG	http://lan.op.gg/summoner/username=SCG+Luisca			OPGG	http://lan.op.gg/summoner/username=Tata06		
w/r	51%			w/r	57%		
EQUIPO	Scalia Gaming			EQUIPO	Scalia Gaming		
JUGADOR	SCG Sago			JUGADOR	SCG Usuga		
NOMBRE REAL	Andrés Santiago Muñoz Viana			NOMBRE REAL	Edwin Andrés Usuga Parra		
ROL	Supp			ROL	JG	MIDDLE	
KDA	3.74			KDA	4.74		
Campeones	Nami	Braum	Ali	Campeones	Senjuani	Braum	Skarner
CSX MIN	1.5			CSX MIN	5		
OPGG	http://lan.op.gg/summoner/username=SCG+Sago			OPGG	http://lan.op.gg/summoner/username=SCG+Usuga		
w/r	44%			w/r	49%		
EQUIPO	Scalia Gaming			EQUIPO	Scalia Gaming		
JUGADOR	SCG Ju4nse			JUGADOR	SCG Scrat		
NOMBRE REAL	Juan Sebastián Zapata Munera			NOMBRE REAL	Romario Andrés Jimenez Sanabria		
ROL	TOP			ROL	middle		
KDA	03.07			KDA	7.0		
Campeones	SHEN	ORNN	MAZHAR	Campeones	Kai'Sa	Lucian	Akali
CSX MIN	5.4			CSX MIN	7.1		
OPGG	http://lan.op.gg/summoner/username=SCG%20Ju4nse			OPGG	http://lan.op.gg/summoner/username=SCG+Scra		
w/r	49%			w/r	65%		

Anexo 7. Tarjeta de regalo para la Final Desafío Invitacional



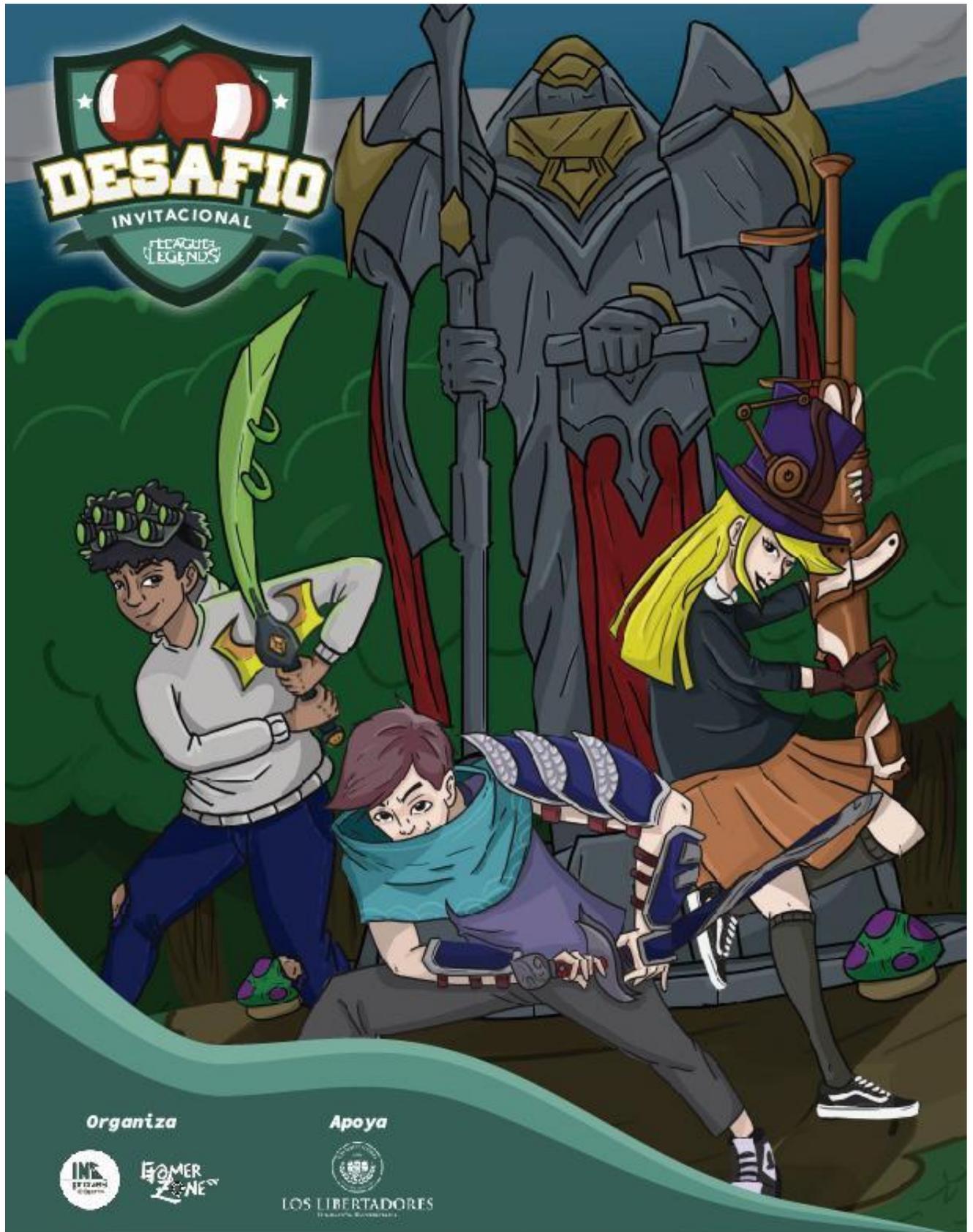
¿COMO CANJEAR TU CÓDIGO?

1. Haz clic en el botón de la Tienda del cliente
2. Haz clic en botón superior derecho de Cuenta
3. Haz clic en la categoría Canjear Códigos ubicado del lado izquierdo de la pantalla
4. Escribe el código en la ventana exactamente como aparece en la tarjeta
7. Haz clic en el botón Enviar



www.facebook.com/RCOEsports/

Anexo 8. Reglamento RCO





ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

¿QUÉ ES LA LIGA ROOKIES COLOMBIANA?

La Liga Rookies Colombiana Etapa 1 -2018 es el primer evento competitivo para jugadores divisiones bajas (Bronce V-Oro I) en Colombia que busca desarrollar el primer esquema competitivo OFICIAL para este tipo de participantes. Para esta entrega se tendrán modelos de competición para el desarrollo de este evento. Esta organizado por **IMProves E-Sports**, **GAMER ZONE™** y apoyado por La Fundación Universitaria Los Libertadores.

IMProves E-Sports y **GAMER ZONE™**, son dos empresas colombianas aliadas creadas por las necesidad existente en el surgimiento de los Deportes Electrónicos de nuestro país, se enfocan totalmente en el crecimiento de este mercado mediante la capacitación de jugadores semi-profesionales , creación de espacios competitivos de E-Sports en el país y desarrollo de eventos para la región.

1. EL DESAFÍO INVITACIONAL APERTURA-2018:

La Competición que tendrá un cupo limitado de 32 equipos donde los cuatro (4) mejores tendrán un pase directo a la fase de grupos de la **Liga Rookies Colombiana**.

2. CONTIENDA DE APERTURA- 2018:

La competición sin límite de cupos, donde se enfrentan todas las escuadras en una fase eliminatoria para llegar a estar entre los mejores dieciséis (16) equipos que tendrán un pase a la fase de grupos de la **Liga Rookies Colombiana**.

*Desafío Invitacional
Saludo Invocadores,
tenemos el Gusto de
invitarlos a participar
en la primera Liga
Rookies Profesional
en Colombia, enfoca-
da en llevar a un nivel
profesional a los
jugadores que perte-
necen a las Divisiones
entre Bronce V hasta
Oro I; Todo esto con el
fin de crear la primera
escena competitiva
oficial de Rookies en
League Of Legends
para nuestro país.*



ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

INDICE DEL REGLAMENTO

1. REQUISITOS DE JUEGO DEL EQUIPO: _ _ _ _ _	1
2. INSCRIPCIÓN _ _ _ _ _	1
3. FORMA DE PAGO _ _ _ _ _	3
4. CRONOGRAMA DEL DESAFÍO APERTURA - 2018 _ _ _ _ _	3
5. REGLAS BÁSICAS GENERALES _ _ _ _ _	6
6. MODERADORES _ _ _ _ _	6
7. SITUACIONES NO PREVISTAS _ _ _ _ _	9
8. CONFIGURACIÓN DE JUEGO _ _ _ _ _	9
9. PREMIOS _ _ _ _ _	9
10. CONDUCTA DE LOS JUGADORES _ _ _ _ _	10
11. LLAMADAS DE ATENCIÓN Y AMONESTACIONES _ _ _ _ _	12



ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

1. REQUISITOS DE JUEGO DEL EQUIPO:

Los requisitos para inscribir a los participantes son los siguientes:

- Nombre y logo del Equipo.
- Nombre de los Invocadores participantes (Summoner's Name).
- Todos los participantes deben ser nivel 30 (o superior) y hacer parte de una División en liga Clasificatoria que se encuentren entre las divisiones de Bronce V y Oro I al momento de finalizar las inscripciones. Adicionalmente, los jugadores no pueden haber superado la División Oro I en ninguna cola clasificatoria (Flexible 3v3, Solo q 5v5, Flexible 5v5) en las temporadas 2016 y 2017.

Cada equipo está obligado a mantener durante la duración del evento 5 jugadores titulares del cual sólo uno debe ser el Capitán del equipo, y hasta máximo de 2 jugadores de reserva para suplir cualquier necesidad de la escuadra inscrita (tenga en cuenta que el primer suplente es obligatorio y el segundo es opcional).

- Los jugadores deben cumplir como mínimo con 14 años y ser residentes en el país.

Recuerde que el Desafío Invitacional Apertura-2018 tendrá dos fases, una virtual clasificatoria hasta semifinales, y una fase presencial en las instalaciones de GAMER ZONE™, donde se jugará las finales. Por ello, queremos recalcar que la escuadra tiene cumplir con la disponibilidad total y los requisitos mencionados en este documento, en el caso de no poder cumplir por favor desistir en participar.

2. INSCRIPCIÓN

- **Preinscripción:** El capitán del equipo debe diligenciar de forma óptima y con datos verídicos el formulario de inscripción Desafío Invitacional Apertura 2018 en el siguiente link: <https://goo.gl/forms/C7zTBWNMLNZCR1S33>

INICIA: 19 de abril 2018.

TERMINA: 02 de mayo 2018.



ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

- **Verificación de datos por vía telefónica:** Se confirmará los datos de cada uno de los miembros de cada equipo a través de vía telefónica para corroborar que el implicado corresponde a el competidor que se inscribió (NOTA: **Es necesario y obligatorio** que TODOS los integrantes de la escuadra respondan esta llamada, si no lo hacen no podrán seguir en la fase de inscripción), al final de la llamada se le otorgara a cada jugador un código de verificación único (CÓDIGO CONFORMADO POR 2 LETRAS Y 4 NÚMEROS , EJEMPLO: **AB-1234**) que el competidor debe conocerlo durante todo el evento, ya que será UNA DE LAS GARANTÍAS OBLIGATORIAS que demuestran que el jugador no está siendo suplantado, si durante el evento un moderador solicita el código y el jugador lo desconoce puede generar la **expulsión directa** de su equipo. Adicionalmente si durante el Desafío Invitacional Apertura -2018 se reporta un comportamiento extraño de cierto jugador por un desempeño que no corresponda a su nivel de liga, se optara por revisar las grabaciones de las llamadas y verificar si corresponde al jugador inscrito. Tenga en cuenta que se realizarán las llamadas únicamente en las FECHAS ESTABLECIDAS, luego de ese periodo si los jugadores no responden , perderán su proceso de inscripción en el Desafío Invitacional Apertura-2018.

INICIA: 24 de abril 2018, 11:55PM GTM-5 -COL

TERMINA: 04 de abril 2018, 11:55PM GTM-5 -COL

- **Inscripción en Battelfly:** Se le enviará un correo electrónico al capitán luego de completar y cumplir con los tres pasos anteriormente mencionados, en el E-mail se brindara el link de Battlefy (Desafío Invitacional Apertura-2018 - **RCO Rookies Liga Colombiana**) junto con la contraseña para inscribir a su equipo en esta plataforma.

INICIA: 28 de abril 2018, 11:55PM GTM-5 -COL

TERMINA: 03 de abril 2018, 11:55PM GTM-5 -COL

- **Inscripción en plataforma de Riot Games:** Por último, al completar todos los puntos previamente mencionados se enviará por correo electrónico a cada integrante una invitación oficial junto con el link de la plataforma de Riot Games (Desafío Invitacional Apertura-2018 - **RCO Rookies Liga Colombiana**) para que inscribirse junto a su equipo en esta plataforma. **TENGA EN CUENTA QUE SI NO LO HACE DE FORMA CORRECTA, PUEDE ARRIESGAR A SU EQUIPO DE QUE NO RECIBA LA PREMIACIÓN BRINDADA POR RIOT GAMES**, por favor tome el tiempo necesario para no errar ni olvidar este paso.

INICIA: 25 de abril 2018, 11:55PM GTM-5 -COL

TERMINA: 05 de abril 2018, 11:55PM GTM-5 -COL



ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

3. FORMA DE PAGO

Este Torneo no tendrá un costo de inscripción.

4. CRONOGRAMA DEL DESAFÍO APERTURA - 2018

4.1. Aspectos Generales

Las primeras tres (3) rondas del Desafío Invitacional Apertura 2018 definirán a los cuatro (4) equipos que tendrán el pase directo a la fase de grupos de **LIGA ROOKIES COLOMBIANA** Etapa 1-2018. Recuerde que desde la primer ronda (1) hasta la cuarta (4) serán de enfrentamientos a eliminación directa con formato Bo3 y la gran Final se jugará en formato Bo5. Dependiendo de las rondas se brindará una serie de beneficios a los jugadores de la liga, como son las transmisiones en vivo (Streams) y los análisis individual de los jugadores en cuanto su desempeño de liga (AIJ).

Todos los miembros del equipo deberán entrar quince (15) minutos antes del inicio de los enfrentamientos a la Sala de Discord de su respectiva partida la cual tendrá el nombre del Equipo y el número del enfrentamiento según Battlefy; **Es Obligatorio que todos los cinco (5) miembros del equipo estén durante todas la partidas en la sala de chat de voz de Discord**, no se permitira ningun otro medio de comunicación para los equipos, de no estar los cinco (5) miembros en la sala de chat con su respectivo moderador al momento de desarrollarse los enfrentamientos el equipo perderá la partida por W hasta que su equipo esté en su totalidad en la sala de chat de Voz para el siguiente enfrentamiento.

Servidor de Discord Liga Rookies Colombiana: <https://discord.gg/2rr6V>

4.2 Información de Rondas.

RONDA 1 (32 EQUIPOS)

Enfrentamientos del 1 al 4

Modalidad: Virtual.

Stream: No aplica.

Análisis individual de jugadores: Básico.



ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

HORARIO:

PRIMER JUEGO - 07 de mayo 2018, 08:00 PM GTM-5 -COL

SEGUNDO JUEGO- 07 de mayo 2018, 09:00 PM GTM-5 -COL

TERCER JUEGO - 07 de mayo 2018, 10:00 PM GTM-5 -COL (ÚNICAMENTE SI APLICA)

Enfrentamientos del 5 al 8

Modalidad: Virtual.

Stream: No aplica.

Análisis individual de jugadores: Básico.

HORARIO:

PRIMER JUEGO - 08 de mayo 2018, 08:00 PM GTM-5 -COL

SEGUNDO JUEGO- 08 de mayo 2018, 09:00 PM GTM-5 -COL

TERCER JUEGO - 08 de mayo 2018, 10:00 PM GTM-5 -COL (ÚNICAMENTE SI APLICA)

Enfrentamientos del 9 al 12

Modalidad: Virtual.

Stream: No aplica.

Análisis individual de jugadores: Básico.

HORARIO:

PRIMER JUEGO - 09 de mayo 2018, 08:00 PM GTM-5 -COL

SEGUNDO JUEGO- 09 de mayo 2018, 09:00 PM GTM-5 -COL

TERCER JUEGO - 09 de mayo 2018, 10:00 PM GTM-5 -COL (ÚNICAMENTE SI APLICA)

Enfrentamientos del 13 al 16

Modalidad: Virtual.

Stream: No aplica.

Análisis individual de jugadores: Básico.

HORARIO:

PRIMER JUEGO - 10 de mayo 2018, 08:00 PM GTM-5 -COL

SEGUNDO JUEGO- 10 de mayo 2018, 09:00 PM GTM-5 -COL

TERCER JUEGO - 10 de abril 2018, 10:00 PM GTM-5 -COL (ÚNICAMENTE SI APLICA)

RONDA 2 (16 EQUIPOS) OCTAVOS DE FINAL:

Modalidad: Virtual.

Stream: No aplica.

Análisis individual de jugadores: Básico y MVP.

HORARIO:

PRIMER JUEGO - 12 de mayo 2018, 08:00 PM GTM-5 -COL

SEGUNDO JUEGO- 12 de mayo 2018, 09:00 PM GTM-5 -COL

TERCER JUEGO - 12 de mayo 2018, 10:00 PM GTM-5 -COL (ÚNICAMENTE SI APLICA)



ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

RONDA 3 (8 EQUIPOS) CUARTOS DE FINAL:

Modalidad: Virtual.

Stream: No aplica.

Análisis individual de jugadores: Básico, MvP y Entrevistas.

HORARIO:

PRIMER JUEGO - 14 de mayo 2018, 08:00 PM GTM-5 -COL

SEGUNDO JUEGO- 14 de mayo 2018, 09:00 PM GTM-5 -COL

TERCER JUEGO - 14 de mayo 2018, 10:00 PM GTM-5 -COL (ÚNICAMENTE SI APLICA)

RONDA 4 (4 EQUIPOS) SEMIFINAL:

Modalidad: Virtual.

Stream: Aplica (Rk Casters)

Link Stream: <https://www.twitch.tv/ligarookiescolombiana>

Análisis individual de jugadores: Básico, MvP , Entrevistas, Jugadas memorables de la partida.

HORARIO:

PRIMERA SEMIFINAL

PRIMER JUEGO - 19 de mayo 2018, 07:00 PM GTM-5 -COL

SEGUNDO JUEGO - 19 de mayo 2018, 08:30 PM GTM-5 -COL

TERCER JUEGO - 19 de mayo 2018, 10:00 PM GTM-5 -COL (ÚNICAMENTE SI APLICA)

SEGUNDA SEMIFINAL

PRIMER JUEGO - 20 de mayo 2018, 07:00 PM GTM-5 -COL

SEGUNDO JUEGO - 20 de mayo 2018, 08:30 PM GTM-5 -COL

TERCER JUEGO - 20 de mayo 2018, 10:00 PM GTM-5 -COL (ÚNICAMENTE SI APLICA)

RONDA 5 (2 EQUIPOS) GRAN FINAL:

Modalidad: Presencial.

Transmisión en Vivo presencial: Instalaciones de **GamerZone™** Ubicados en la Calle 13 # 2 - 42 Salón de Eventos - Funza Cundinamarca

Stream: Aplica (Rk Casters y Analistas)

Link Stream: <https://www.twitch.tv/ligarookiescolombiana>

Análisis individual de jugadores: Macro juego equipo, MvP , Entrevistas, Jugadas memorables de la partida.

HORARIO: Comunicado por **IMProves E-Sports** y **GAMER ZONE™** vía correo electrónico a competidores y anunciado al público general por nuestra página oficial en facebook.



ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

5. REGLAS BÁSICAS GENERALES

El equipo debe estar presente por lo menos quince (15) minutos antes de la hora estipulada en la sala de chat de la partida, cuyo código lo proveerá la plataforma de Battlefy. Si un jugador encuentra problemas con su configuración durante el tiempo de preparación, deberá alertar a los moderadores inmediatamente. Está contemplado que: cualquier problema con la configuración será resuelto durante el tiempo de preparación, y que el enfrentamiento se realizará en el horario asignado. Pueden existir retrasos debido a problemas durante el tiempo de preparación. **IMProves E-Sports** y **Gamer Zone™** se reserva el derecho de otorgar penalizaciones por retraso en estas situaciones a su discreción, de conformidad con el punto diez (10).

6. MODERADORES

6.1 Responsabilidades

Los moderadores son los representantes oficiales de la organización, quienes son responsables de ejercer un juicio sobre cualquier problema que sucediera durante el juego.

Sus responsabilidades incluyen, pero no se limitan a:

- *Verificar la asistencia de cada equipo al inicio de la competición*
- *Anunciar el inicio de cada ronda durante el evento*
- *Pausar y/o resumir una partida.*
- *Penalizar cualquier violación al reglamento acorde a las amonestaciones oficiales.*
- *Confirmar el final de una partida y sus resultados.*

6.1.2 Comportamiento

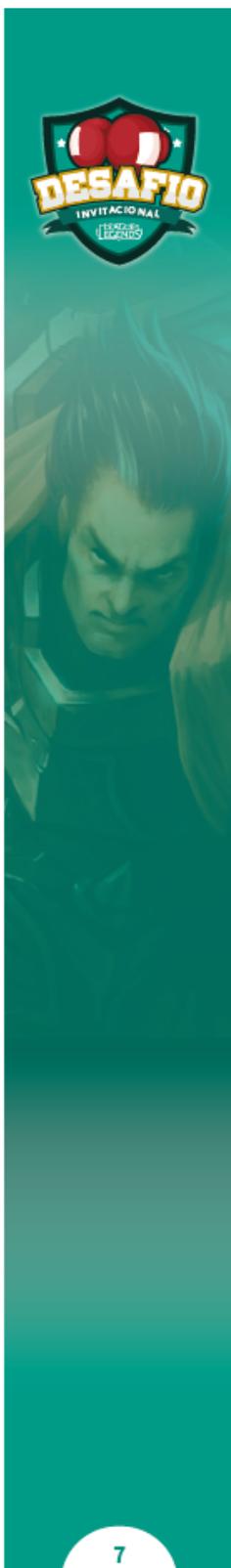
En todo momento, los moderadores deben de actuar de una forma profesional, y deberán de dar veredicto de manera imparcial, sin alguna preferencia o prejuicio hacia algún jugador, equipo o individuo.

6.1.3 Veredictos

Una vez que un moderador haya emitido veredicto con respecto a alguna resolución, dicho veredicto es inapelable e irreversible.

6.1.4 Reconocimiento del tiempo de preparación

Los moderadores deberán asegurarse por lo menos 10 minutos antes del inicio de cada enfrentamiento que no existe problema alguno con la configuración.



ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

6.2 Confirmación

En cuanto los 10 jugadores en un enfrentamiento confirmen haber terminado su tiempo de preparación, los jugadores no podrán crear algún juego de calentamiento.

6.3 Fase de bloqueo (ban) y selección de lado

Una vez que todos los jugadores se encuentren dentro de la sala del juego y empiece la fase de bloqueos (bans), si por algún error la partida tuviese que ser recreada, se respetarán los bloqueos y selecciones realizadas hasta el momento del error. Los jugadores deberán ejecutar su rol de acuerdo al orden de selección; primera selección TOP, segunda selección JUNGLA, tercera selección MID, cuarta selección ADC, quinta selección SOPORTE. Claramente podrán intercambiar campeones luego de finalizar la fase, todo esto para mantener el nivel estratégico del juego. Si por algún motivo los miembros del equipo no se posicionan de esta manera en la selección de campeones perderán un Baneo, en tal caso si el equipo realiza los 3 Baneos y no acate esta penalización (la cual no será avisada por el moderador y organizador sino que deberá ser acatada por el capitán del equipo sin previo aviso al tener informe de esta por el Reglamento), perderá automáticamente la partida, NO SE PERMITIRÁ EL USO DE PLACEHOLDER O ALGÚN TIPO DE CAMBIO DE SELECCIÓN.

6.4 Registro de juego

Un juego se considerará registrado una vez que todos los jugadores estén conectados a la partida y la misma haya avanzado a un punto de interacción significativo entre ambos equipos. Una vez que el juego se considere registrado, los resultados serán considerados oficiales a partir de ese punto. Algunos ejemplos de interacción significativa entre equipos, que habilita el estado de "registrado" en una partida, incluyen pero no se limitan a:

Cualquier ataque o habilidad ha golpeado a un súbdito, criatura neutral, estructura o campeón enemigo.

Se ha establecido línea de visión entre jugadores de equipos contrarios (se considera una excepción cuando esto sucede como resultado del uso del hechizo "Clarividencia" dentro de los límites de la base rival).

El contador del juego alcanza la marca de los dos (2) minutos (00:02:00).



ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

6.5 Interrupciones del juego

Si un jugador intencionalmente se desconecta sin notificar a los Organizadores, no es requerida la interrupción del juego. Si en caso contrario un jugador es desconectado de la partida de forma no intencional, se pausará el juego.
ver punto 5.5.2

6.5.1 Pausa dirigida

IMProves E-Sports y Gamer Zone™ puede ordenar la pausa de un enfrentamiento bajo su propia discreción, en cualquier momento.

6.5.2 Pausa Jugadores

En el caso de algún problema dentro del juego (Lag, desconexiones, etc) se permite el uso del comando “/pausa”, teniendo en cuenta lo siguiente:

- *No hay límite de pausas por equipo.*
- *Cada pausa tiene una duración máxima de cinco (5) minutos; por tanto será consideración del capitán del equipo que requiera la pausa conjuntamente con el moderador, el sumar las pausas requeridas según la necesidad de tiempo de espera del caso.*
- *En caso de que el equipo no resuelva su problema de conectividad utilizando el máximo de tiempo de las pausas (diez (10) minutos) el moderador podrá proceder a finalizar la partida anunciando la derrota del mismo.*

6.5.3 Comunicación durante pausas

No es permitido ningún tipo de conversación sobre estrategias o modos de juego entre los jugadores durante el tiempo de pausa, tampoco entre los equipos hacer comentarios sobre los problemas de conexión, o de más problemas existentes en el momento, si algún equipo hace comentarios que puedan ser ofensivos en algún tipo esto acarreará la eliminación del equipo, por más mínimo que sea el comentario.

6.5.4 Continuar el juego

Un juego pausado no podrá continuar hasta que un moderador lo indique y todos los jugadores estén notificados y listos para eso.

6.6. Resultados

El capitán del equipo ganador deberá tomar capturas de la partida ganada y enviarla al Organizador en curso para confirmar el resultado en caso de que Battlefy no lo reporte de forma automática.



ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

7. SITUACIONES NO PREVISTAS

Todo acontecimiento o situación podrá ser resuelta por los moderadores de **IMProves E-Sports** y **Gamer Zone™**. En caso que alguna eventualidad sea de fuerza mayor, los moderadores podrán avocarse directamente con el organizador para decidir sobre algún asunto en particular para tomar una decisión final correspondiente.

8. CONFIGURACIÓN DE JUEGO

8.1 Creación de partida

Las partidas se jugaran a través de los códigos de torneo generados por la página de Batlefy.com.

8.2 Cómo ganar una partida

Las bases para acreditar una partida son las siguientes:

- *Destrucción del nexo,*
- *La rendición del equipo,*
- *El abandono de una partida,*
- *Una victoria asignada por definición de un juez.*

9. PREMIOS

Los premios serán entregados de la siguiente manera:

En la Clausura del Evento se entregaran los premios físicos del Desafío Invitacional, los cuales dependen de los Colaboradores del mismo y podrán variar en el transcurso del evento.

La premiación será la siguiente:

Primer Lugar

Dinero en Efectivo por parte de los Organizadores y Marcas Patrocinadoras (Por Definir)+ Cinco (5) Becas para **Exilium Academy II -S2018** por parte de **Exilium Gaming** + Trofeo y Premio sorpresa por parte de **Gamer Zone™** + 6000 RP,



ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

Triumphant Ryze, aspecto misterioso, cofre misterioso, centinela misterioso, icono misterioso por parte de Riot Games + Premios Sorpresa de Marcas patrocinadoras + Cupo directo para Fase de Grupos [Liga Rookies Colombiana](#) de League Of Legends.

Segundo Lugar

Dinero en Efectivo por parte de los Organizadores y Marcas Patrocinadoras (Por Definir) + una Beca para [Exilium Academy II -S2018](#) al Jugador más valioso del Equipo por parte de [Exilium Gaming](#) + Premio sorpresa por parte de [Gamer Zone™](#) + 4500 RP, aspecto misterioso, icono misterioso por parte de Riot Games + Premios Sorpresa de Marcas patrocinadoras + Cupo directo para Fase de Grupos [Liga Rookies Colombiana](#) de League Of Legends.

Tercer Lugar

3500 RP, aspecto misterioso, icono misterioso por parte de Riot Games + Cupo directo para Fase de Grupos [Liga Rookies Colombiana](#) de League Of Legends.

Cuarto Lugar

2000 RP, aspecto misterioso, icono misterioso por parte de Riot Games + Cupo directo para Fase de Grupos [Liga Rookies Colombiana](#) de League Of Legends. Si los Premios tienen dependencia de Riot en cuanto a RP (Riot Points), se entregarán en un plazo máximo de 15 días después de la clausura del Evento.

10. CONDUCTA DE LOS JUGADORES

10.1. Actitud antideportiva

Las siguientes acciones serán consideradas como actitud antideportiva y serán sujetas a amonestaciones decididas por [Gamer Zone™](#).

10.2 Lenguaje vulgar

Ningún jugador podrá usar lenguaje ofensivo, vulgar, obsceno, insultante, amenazante o difamatorio con tal de promover odio o discriminación, contra su propio equipo o equipo contrario, cerca o dentro del "Área de juegos", en cualquier momento. El mismo comportamiento tampoco será aceptado bajo ninguna excusa en contra de los moderadores ni de [Gamer Zone™](#). Ningún jugador deberá usar las facilidades de la locación o equipo provisto por [Gamer Zone™](#) o sus colaboradores para transmitir, diseminar o hacer disponible cualquier tipo de comunicación prohibida. Ver Amonestaciones (Punto 10).



ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

10.3 Desconexiones intencionales

Cualquier desconexión sin justificación válida. Ver Amonestaciones (*Punto 10*).

10.4 Hacking

Se considerará hacking a cualquier modificación del cliente de juego de League of Legends realizado por cualquier jugador, equipo o persona actuando en nombre de algún jugador o equipo. En caso de que esto pueda ser comprobado se procederá con su respectiva amonestación.

10.5 Acoso

Cualquier tipo de acoso está prohibido, tanto para los jugadores como los organizadores.

Acoso se define como la agresión hostil, sistemática y repetida, con la intención de excluir o afectar la dignidad de una persona.

10.6 Discriminación

Ningún jugador deberá ofender la dignidad o integridad de un país, persona o grupo de personas a través de palabras y/o acciones discriminatorias o despectivas hacia su raza, color de piel, grupo étnico, nacionalidad, sexo, religión, opinión política, estado financiero u orientación sexual. En resumen no se permitirá ningún tipo de segregación, que de acontecer será penalizado con expulsión de por vida de cualquiera de los torneos o eventos de **Gamer Zone™**.

10.7 Corrupción

Ningún jugador deberá ofrecer, aceptar, conspirar o intentar influenciar el resultado de un enfrentamiento.

10.8 Registro de Suplentes

Los jugadores registrados como suplentes, podrán suplir cualquier Rol siempre y cuando se notifique a los Organizadores que Rol suplirá antes del enfrentamiento, de no notificar el uso de su reserva o jugador suplente, el capitán tendrá una amonestación, si las partidas a jugar son en formato BO1, la amonestación resultara la pérdida automática de la partida.



ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

11. LLAMADAS DE ATENCIÓN Y AMONESTACIONES

11.1 Llamadas de atención

Las llamadas de atención serán generadas según consideración del moderador tomando en cuenta las siguientes acciones:

- *Actitud antideportiva / Lenguaje vulgar*
- *1 llamada de atención tres (3) máximas.*

11.2. Amonestaciones

Las amonestaciones serán consideradas por el moderador según las siguientes acciones:

- *Desconexiones intencionales / Hacking / Acoso / Discriminación / Corrupción*

1 amonestación (pérdida de la partida y baneo oficial del miembro infractor)

11.2.1 Amonestación por retraso o inasistencia:

En caso que alguno de los participantes no se presenten con puntualidad o bien no asistan a los encuentros recibirán 1 amonestación, que consiste en la pérdida automática de la partida en curso. Si se acumulan más de 2 amonestación por retraso o inasistencia se procederá a la descalificación del equipo, sin reembolso de la inscripción o devolución de cualquier tipo.

11.2.2 Amonestación para capitán:

Si la amonestación es llamada para el capitán del equipo, dicho miembro ocasionará la derrota de la contienda y anulación de la participación de su equipo durante todo el desarrollo restante del evento. Así mismo será vetada la participación de dicho capitán en futuros eventos de **Gamer Zone™**.

11.2.3 Amonestación para miembro no capitán:

Si la amonestación es llamada para un miembro del equipo (no el capitán), dicho miembro ocasionará la derrota de la contienda para su equipo y se le negará a este, el permiso a participar en la próxima partida, acumulando un máximo de 3 amonestaciones, donde al llegar a la tercera, ya no le será permitida su participación en torneo final y así mismo se le negará completamente la participación en cualquier evento de **Gamer Zone™**.



ROOKIES LIGA COLOMBIANA DE LEAGUE OF LEGENDS

11.3 Control de Smurf

Es necesario mantener una serie de controles robustos para los jugadores smurf de nuestra liga, por ende, realizaremos varios análisis de desempeño individual de cada uno de los jugadores durante todas las fases del evento. Desde la inscripción de jugadores los participantes pasarán por filtros para indicar la veracidad del jugador y corroborar que es el mismo dueño y portador de la cuenta. Se revisarán pool de campeones, los ultimas cincuenta (50) partidas jugadas en clasificatoria flexible e individual , verificación constante de información para cada jugador, entre otros indicadores que conocerán con el paso del tiempo los competidores en nuestra liga. Por ende, si usted es un jugador que no corresponde con el nivel de división que se estipula en este documento por favor absténgase de inscribirse en la [Liga Rookies Colombiana](#) a razón de que no solo será descubierto y expulsado de la liga sino que también se aplicarán sanciones y enviarán reportes directos a Riot Games para investigaciones de las cuentas implicadas. Es un proyecto novedoso para la escena competitiva y nuestra labor será poner en descubierto a aquellos jugadores fraudulentos, por ello si integrantes del staff de RCO consideran que algún jugador es sospechoso y evidencia índices de realizar suplantación o jugar bajo una cuenta “smurf” , nosotros como organizadores de la liga tendremos toda la libertad de expulsar al jugador junto a su equipo sin reproche alguno de los participantes.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Anexo 9. Carpeta Videos y entrevistas Desafío Invitacional (ver carpeta)

Anexo 10. Carpeta Estadísticas Facebook (ver carpeta)

Anexo 11. Documento organización torneos de videojuegos Cinestesia

HiPlay

Pantalla táctil.

Máximo 16 participantes. Organización en Challonge con llaves de torneo. Sujeto a asistencia.

El mejor de 3.

Inscripciones entre 9 am a 1 pm. (Nombre, cédula, celular)

Premiación 1er y 2do lugar con Bonos de Netflix y Entradas a SOFA 1 día.

Top Gear I

Consola: Super Nintendo

Máximo 16 participantes. Sujeto a asistencia.

Ganador por carrera de 3 vueltas.

Inscripciones entre 9 am a 3 pm. (Nombre, cédula, celular)

Premiación para primer puesto con Bonos de Netflix y entradas a SOFA 1 día.

Los videojuegos que participarán en los torneos serán de Super Nintendo. Sin embargo, también habrán consolas Nintendo Wii y Playstation 3 para diversión de los asistentes.

Reglamento de conducta:

El Torneo de maquinitas libertadoras tiene una política cero hacia la violencia, amenazas, intimidación, hostigamiento, o cualquier otro tipo de conducta indebida. Los asistentes al Torneo de maquinitas libertadoras aceptan regirse por las decisiones del torneo.

El Torneo de maquinitas libertadoras se reserva el derecho, a su entera discreción, de descalificar o remover a cualquier persona que descubra que esté manipulando el tipo, proceso u operación del evento, o que actúe en violación de las reglas del evento o del código de conducta.

Algunos ejemplos de este tipo de conductas son: Agredir física o verbalmente a los participantes, interferir de forma directa o indirecta con el desempeño de los participantes, alterar las consolas, controles u otros equipos dispuestos para el torneo, no respetar la decisión de los moderadores de cada partida o del reglamento.

“Los participantes que hayan clasificado a cualquier fase de eliminación y no se presenten en las horas estipuladas para las partidas serán descalificados automáticamente.”

Concurso cosplay:

El concurso de cosplay se dará en la tarde, por medio de una preselección que se realizarán tanto por jurados nacionales como internacionales. En esta primera muestra se seleccionarán por 8 jurados expertos los trajes de los cosplayer, junto con su caracterización del personaje que representan. Luego los seleccionados pasarán a la ronda final de selección donde se elegirán los mejores trajes y se premiarán a sí mismo con una Nintendo Switch, credenciales para entrar a SOFA, celulares, entre otros premios.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Espacios y cobertura:

Fundación Universitaria Los Libertadores

- Plazoleta Bolívar: cap. 500 personas.
- Auditorio: cap. 180 personas.

-Fecha: viernes 12 de octubre de 2018

-Horarios:

HORA	PLAZOLETA BOLIVAR	AUDITORIO
9 - 10	Inscripciones	
10 - 11	Torneos/ Dieciseisavos	
11 - 12	Torneos/Dieciseisavos	Conversatorio Radios
12 - 13	Torneos/ Dieciseisavos	Conversatorio Radios
13 - 14	Torneos/ Octavos	
14 - 15	Torneos/ Octavos	
15 - 16	Torneos/ Cuartos/Semifinales	Preselección Cosplay
16 - 17	Torneos/Cuartos/Semifinales	Preselección Cosplay
17 - 18	3er lugar /Final Street Fighter	
18 - 19	Final Cosplay	
19 - 20		Conferencia Thor
20 - 21	Premiación Videojuegos	Premiación Cosplay

- Torneos de videojuegos retro: 10 am a 6 pm.
- Concurso Cosplay: 3 pm a 5 pm y 6 pm a 7 pm.
- Conferencia Andrés Gutiérrez (Voz de Thor): 7 pm a 8 pm.
- Premiación videojuegos y cosplay: 8 pm a 9 pm

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Actividades:

- Conversatorio radial con Blue Radio.
- Torneos cortos de videojuegos retro de luchas, carreras y plataformas.
- Concurso de Cosplay con temática de superhéroes de películas, series, comics, videojuegos.
- Videojuegos de entretenimiento en PS3, Wii, entre otras para los asistentes.
- Conferencia Andrés Gutiérrez (voz latina de Thor).
- Show de Body Paint.
- Actividades Tecno

Apoya y organiza:

- Fundación Universitaria Los Libertadores.
- Semillero de Cultura digital y videojuegos (organización).
- Semillero Nautilus (organización).
- La Mega (cobertura).
- Masterminds (logística).
- Hitech lab de los Libertadores (organización).
- SonicPizza (logística).
- SOFA (Patrocinio)
- GTO Medios (Promoción)
- Tecno Mobile (Patrocinio)
- Glamour (Luces, sonido)

Hutman David Ramirez Ospina
Diseñador Gráfico
hdramirezo@libertadores.edu.co
3505371120

Nicolas Nieto Rey
Comunicador Social y Periodista
nnietor@libertadores.edu.co
3194951679

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Anexo 12. Promoción evento Cinestesia en Facebook

The screenshot shows the Facebook profile of 'Cinestesia - Festival De Cortos Universitarios'. The main post is a red graphic with a white cloud containing an eye icon. The text on the graphic reads: '- CONCURSO DE COSPLAYS', '- VIDEO JUEGOS', '- INVITADOS', '- PREMIOS', and '¡TE ESPERAMOS!'. Below this, it specifies the date: 'FECHA: 12 de Octubre', the location: 'LUGAR: Fundación Universitaria Los Libertadores - Edificio Bolívar', and the time: 'HORA: Desde las 9:00 A.M.'. The graphic also features a character resembling Thor and the text 'CINESTESIA HÉROES Y VILLANOS'. The Facebook interface includes a search bar, navigation icons, and a sidebar with menu options like 'Inicio', 'Fotos', 'Opiniones', 'Eventos', 'Información', 'Videos', 'Publicaciones', 'Comunidad', 'Notas', and 'Información y anuncios'. There is a 'Crear una página' button in the sidebar.

This screenshot shows a post on the Facebook page. The post is from 'Cinestesia - Festival De Cortos Universitarios' and is dated '22 de septiembre a las 08:03'. The text of the post says: 'No te pierdas el #Workshop certificado de Actuación, Locución y Doblaje de Voz para cine y Televisión. Con Andrés Gutiérrez, actor de doblaje con más de 30 años de experiencia y voz oficial de Chris Hemsworth para Latinoamérica (THOR). INSCRIBETE AQUI: http://bit.ly/TallerDeActuacionLocucionyDoblaje Inicio... Ver más'. Below the text is a red graphic for a 'WORKSHOP ACTUACIÓN, LOCUCIÓN y DOBLAJE para Cine y Televisión con ANDRÉS GUTIÉRREZ Voz del conocido Superhéroe THOR para Latinoamérica, entre otros muchos personajes. CUPOS LIMITADOS!'. The graphic also includes photos of Andrés Gutiérrez and Thor. The Facebook interface shows the post's engagement with 3 likes and 45 shares, and a 'Registrarte' button. The sidebar on the left is identical to the previous screenshot. The right sidebar shows 'Membros Del Equipo' with names Mario Hdez, Jorge Gutiérrez, and Eduardo Franco P., and 'Páginas relacionadas' including Proimágenes Col..., Fundación Patrim..., and Festival Equinoxio.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Te gusta | Siguiendo | Compartir

GTO Medios compartió un evento.
17 de septiembre a las 19:18

Invitados a este encuentro universitario, donde tendrán oportunidad de ganar varias sorpresas y boletas para SOFA!!!!

CONCURSO DE COSPLAYS - VIDEO JUEGOS - INVITADOS - PREMIOS ¡TE ESPERAMOS!

CINESTESIA HÉROES Y VILLANOS

FECHA: 12 de Octubre
LUGAR: Fundación Universitaria Los Libertadores - Edificio Bolívar
HORA: Desde las 9:00 A.M

VIE. 12 DE OCT A LAS 09:00
Cinestesia Héroes y Villanos
Cinestesia - Festival De Cortos Universitarios - Bogotá
Asistiré

Tú y 19 personas más | 1 comentario

Me gusta | Comentar | Compartir

Más antiguos

David D. Anaya Sampayo Lina Anaya Jorge Andres Ayala Oviedo Andres Castro
Me gusta · Responder · 1 sem

Publicaciones de visitantes

Candelaria AnimeXpress
23 de septiembre a las 19:37
AVISO PARA TODOS LOS AMANTES DEL COSPLAY, ES IMPORTANTE. En el marc...
Ver más
Me gusta · Comentar

Yuyi Aos
13 de junio a las 23:07
Ver foto
Me gusta · Comentar

Rodrigo Bastidas
15 de marzo a las 10:56
anime y conciencia social!!! viva HUNTER X HUNTER y la amistad 😊
Me gusta · Comentar

Español · English (US) · Português (Brasil) · Français (France) · Deutsch

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Opciones de anuncios · Cookies · Más · Facebook © 2018

Lorena Sánchez | Biografía | Reciente

Lorena Sánchez compartió una publicación.
9 min

Holi 🤩

El 12 de Octubre se realizará un concurso Cosplay en la universidad Los Libertadores, y el premio esta buenísimo:

- Una Nintendo Switch
- Un celular Tecno
- Credencial para SOFA
- Fan Bag de Manchester

Para inscribirse solo se deben llevar libros para donar a la construcción de dos Ludotecas para niños necesitados en Boyacá ❤️

Además también van a estar regalando entradas normales para SOFA.
La temática del Cosplay puede ser cualquiera 😊

INSORPCIONES: <https://goo.gl/forms/ZuhCh2VfWGWLzAdN2>

CONCURSO COSPLAY Héroes y Villanos

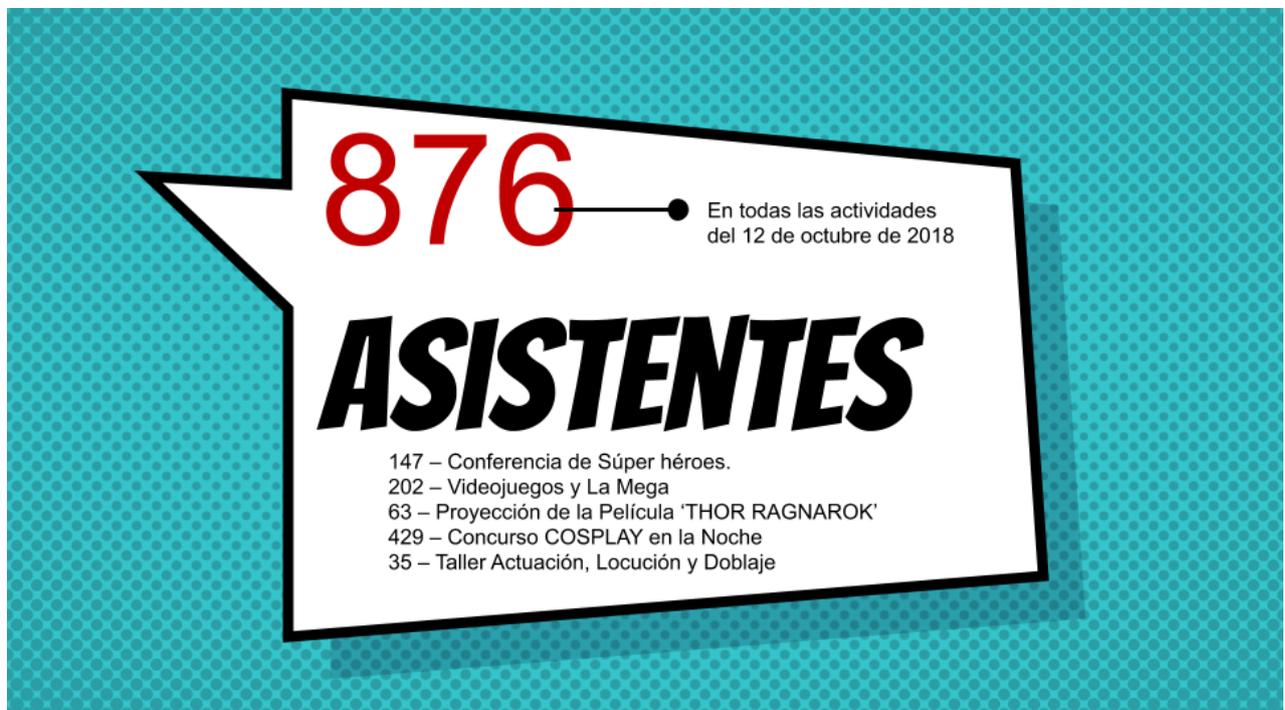
FECHA: 12 de Octubre
LUGAR: Fundación Universitaria Los Libertadores - Edificio Bolívar
HORA: Desde las 3:00 P.M

Inscríbete en el Link de la descripción y gánate una NINTENDO SWITCH
¡TE ESPERAMOS!

Amigos: 2 amigos en común

Anexo 13. Carpeta Material audiovisual Cinestesia (ver carpeta)

Anexo 14. Fragmentos Informe Cinestesia (para informe completo ver carpeta)



ASISTENTES PLAZOLETA EDIFICIO BOLÍVAR:

Esa mañana del evento hasta el medio día se presentaron: torneo de VIDEOJUEGOS y la presentación de la Emisora LA MEGA.

202 Asistentes

190 de Los Libertadores y 12 de la emisora LA MEGA (Cantantes y organizadores).



5

Asistentes de LOS LIBERTADORES 190



1	Secretaría General Administrativa	1
2	Ingeniería de Aeronáutica	16
3	Diseño Gráfico	29
4	Psicología	16
5	Administración Turística & Hotelera	13
6	Comunicación Social & Periodismo	43
7	Pedagogía infantil	21
8	Ingeniería Industrial	8
9	Ingeniería de Sistemas	2
10	Contaduría Pública	9
11	Gestión Turística	2
12	Ingeniería Mecánica	1
13	Educación Especial	3
14	TPSA	2
15	Centro de Idiomas	3
16	Bienestar Institucional	1
17	Economía	1
18	Contaduría Pública	9
19	Derecho	2

6

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Anexo 15. Listados de asistencia (ver carpeta)

DD MM AA

06/11/2018

Nombre	Código	Carrera	Semestre	Firma
Jean Pierre Fonseca	201610085100	Diseño Gráfico	Sexto	
Cristina David Gonzalez	201619208100	Diseño Gráfico	Octavo	
Brandon Lara Espitia	201920030100	Diseño Gráfico	Octavo	
Cristian A. Tibate M.	201710012600	Ing. Electronica	Cuarto	Cristian
Daniel Hernandez	201620011600	Ing. Electronica	Quinto	
Diego Fernando Ortiz	201610014600	Ing. electronica	Quinto	
Juan David Tolosa	201610012600	Ing. Electronica	Sexto	Juan David B.
Nicolaj Bernal Hernan	201610015600	Ing. Electronica	Sexto	Nicolaj B.
Caura Camila Castellanos	201810004600	Ing. Electronica	Segundo	
Juan Sebastian Sanchez	T.I 100474555	Derecho	Segundo	
Juan Sebastian Alvarez	201610014600	Derecho	Segundo	
Hutman Ramirez	201613001200	D. Grafico	Séptimo	

Nombre	Cédula	Código	Carrera	Semestre	Correo FULL	Teléfono correo personal
Daniel Hernandez Ramirez	1039646652	201620011600	Ing. electronica	Cuarto	dahernandez7807@liber...	3219103137
Nicolaj Bernal Hernandez	1233507123	201610015600	Ing. Electronica	Sexto	nbernalh@libertadores...	2058714123
Diego Fernando Ortiz	1016087209	201610014600	Ing. electronica	Quinta	dortiz@liber...	3197637401
Angie Tatiana Vincke Hernandez	1022446314	201110038604	Ing. Aeronautica	Cuarto	AVinckeH@libertadores...	3133433252
Camila Salamanca Guerra	1020783830	201421008100	Diseño Gráfico	Octavo	csalammeng@libertador...	3213106392
Juan Sebastian Sanchez G	T.I 100474555		Derecho	segundo	jsanchez903@liber...	3108083007
Sebastian Camacho Pachón	1000000470	201810005100	Diseño Grafico	segunda	scamacho9@libertadores	3213859900
Juan Francisco Rodriguez	1022385377	201722372102	Publicidad y m.	Séptimo	frrodriguez@libertadores.edu.co	3102658913

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS



CONTROL DE ASISTENCIA DE ESTUDIANTES A TALLERES FORMATIVOS

CÓDIGO: BU-FE-02
VERSIÓN: 02

NOMBRE DEL TALLER		FECHA DE INICIO		FECHA DE FINALIZACIÓN		DÍA DE LA SEMANA EN QUE SE DICTA EL TALLER		ASISTENCIA GENERAL POR CLASE														
NOMBRE DEL PROFESOR																						
N°	APELLIDOS	NOMBRES	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	PROGRAMA ACADÉMICO	TELÉFONO DE CONTACTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	Ariz Ariz	Nicole Viviana	106108769	Recreo	388147389	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
2	Salcedo Hilarich	Laura Daniela	1000931039	Diseño Gráfico	3388125458	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
3	Silva Ortega	Angela Patricia	1003965293	Diseño Gráfico	3124334707	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
4	Molina Chavez	Paula Vanessa	1022446575	D. Gráfico	320220484	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
5	Romero Martinez	Jorge Romero	1014302624	D. Gráfico	310893936	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
6	Marquet Pedroso	Viktor Leonardo	1014299572	ADM. EMPRESAS	3204662181	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
7	Cuamalba Garcia	Daniel Esteban	1000454357	DISEÑO GRÁFICO	rotado :)	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
8	Quile Rubio	Juan Esteban	1010066957	Diseño Gráfico	348203632	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
9	Juan Alvarez	Juan Sebastian	1014123862	Derecho	3207630861	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
10	Rivera Lozano	Elneth Valera	101851019	Ing. Aeronautica	3057531612	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]

FIRMA Y NOMBRE DEL PROFESOR



CONTROL DE ASISTENCIA DE ESTUDIANTES A TALLERES FORMATIVOS

CÓDIGO: BU-FE-02
VERSIÓN: 02

NOMBRE DEL TALLER		FECHA DE INICIO		FECHA DE FINALIZACIÓN		DÍA DE LA SEMANA EN QUE SE DICTA EL TALLER		ASISTENCIA GENERAL POR CLASE														
NOMBRE DEL PROFESOR																						
N°	APELLIDOS	NOMBRES	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	PROGRAMA ACADÉMICO	TELÉFONO DE CONTACTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	Garcera Rojas	Hozer Sebastian	100254531	Psicología	3273241266	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
2	Barón Velásquez	Jeffrey Steven	1018508943	Diseño Gráfico	3023010644	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
3	Silva Silva	Osvaldo Enrique	1000590492	Diseño Gráfico	2117864268	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
4	Serrato Gonzalez	Donat Alejandro	1019125270	Adm. Empresas	379394655	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
5	Pardo Buitrago	Sally Lex	1007778386	Diseño Gráfico	3797730891	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
6	Quinche Moreno	David Alejandro	1022441495	Diseño Gráfico	3154660939	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
7	Flórez Jurado	Cristian Camilo	1013679989	Ing. Systems	3014613654	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
8	Molina Chavez	Paula Medina	1022446575	D. Gráfico	320220484	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
9	García Múñiz	Ricardo Andrés	1030894930	D. Gráfico	3118983769	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]
10	Duque Bahgen	Johan Camilo	1026291773	D. Gráfico	3214489567	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]

FIRMA Y NOMBRE DEL PROFESOR

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS



CONTROL DE ASISTENCIA DE ESTUDIANTES A TALLERES FORMATIVOS

CÓDIGO: RL-17-020

VERSION: 02

NOMBRE DEL TALLER		FECHA DE INICIO		FECHA DE FINALIZACIÓN		DÍA DE LA SEMANA EN QUE SE DICTA EL TALLER															
Cultura Digital y Videojuegos		05/02/2019																			
NOMBRE DEL PROFESOR						ASISTENCIA GENERAL POR CLASE															
N°	APELLIDOS	NOMBRES	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	PROGRAMA ACADÉMICO	TELÉFONO DE CONTACTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Beltrán Velandía	Evelyn	1000156248	Comunicación Social y Periodismo	3117733131	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA
2	Santozze Esquivel	Nicolás Santozze	1006866441	Diseño Gráfico	3195650695	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA
3																					
4																					
5																					
6																					
7																					
8																					
9																					
10																					

FIRMA Y NOMBRE DEL PROFESOR

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

1	Apellidos	Nombres	Carrera	Cedula	Celular	Juego	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8						
2	Baron Velasquez	Jeffry Steven	Diseño Grafico	1018508945	3023613664	League of legends														
3	Beltran Hernan	Brenda	Comunicacion Social	1022437201	3008284297	League of legends														
4	Bruce Rojas	Andres Felipe	Ingenieria Aeronautica	1019101808	3203345309	League of legends														
5	Cucunuba	Daniel	Diseño Grafico	1000454357	3124297560	League of legends														
6	Duque Balaguera	Julian Camilo	Diseño Grafico	1026291773	3214489567	League of legends														
7	Florez Jurado	Cristian Camilo	Ingenieria de Sistemas	1013671988	3014628684	League of legends														
8	Garcia Rojas	Hoover Sebastian	Psicologia	1000254531	3213241266	League of legends														
9	Lex Pardo	Sally	Diseño Grafico	1007718386	3197150671	League of legends														
10	Lopez Vera	Paula Ximena	Diseño Grafico	1018504436	3193981803	League of legends														
11	Neme Jaimez	Leidy Nataly	Diseño Grafico	1019133059	3168223184	League of legends														
12	Orjuela Neme	Andres Esteban	Comunicacion Social	1016075640	3143544114	Smite														
13	Ricardo Gamba	Andres Muñoz	Diseño Grafico	1030699130	3118993709	League of legends														
14	Ripoll	Javier	Publicidad y Mercadeo	1032482073	3124395488	League of legends														
15	Rivera Lozano	Gineth Valeria	Ingenieria Aeronautica	1018511019	3057531612	League of legends														
16	Romero	Jorge David	Diseño Grafico	1014302689	3108737369	League of legends														
17	Sastoque Esptia	Nicolas	Diseño Grafico	1006868441	3195650695	League of legends														
18	Serrato Camacho	Daniel alejandro		1019125270	3193496655	League of legends														
19	Silva Silva	Osvaldo	Diseño Grafico	1000590473	3112264268	League of legends														
20	Peñalosa Rodriguez	Jhon Nicolas	Ingenieria Aeronautica	1233695105	3165099101	League of legends														
21	Rodriguez Molina	Zuly Dayanna	Derecho	1000514957	3184009453	League of legends														
22	paula chavez	COMPETAR INFO	COMPETAR INFO	COMPETAR INFO	COMPETAR INFO	League of legends														
23	timido	COMPETAR INFO	COMPETAR INFO	COMPETAR INFO	COMPETAR INFO	League of legends														
24	kuroyomi	COMPETAR INFO	COMPETAR INFO	COMPETAR INFO	COMPETAR INFO	League of legends														
25	angela	COMPETAR INFO	COMPETAR INFO	COMPETAR INFO	COMPETAR INFO	League of legends														
26	Ortiz Caycedo	Wilmer Sebastian	Psicologia	1018504387	3052332093	League of legends														
27	Ovalle	Joan Gustabo	Diseño Grafico	1010056957	3118203632	League of legends														
28	Leal	Luisa Fernanda	Contaduria		3222098334	League of legends														
29	Rodriguez	Laura Nathali	Contaduria		3155546864	League of legends														
30	Estevez	Sergio Eduardo	Ingenieria Aeronautica	1026590830	3192075116	League of legends														
31	Caro Ortiz	Andres Camilo	Publicidad y Mercadeo	1000155769	3126092686	League of legends														
32	Barraez	Julian David	Diseño Grafico		3057095098	League of legends														
33	Cortez	Daniel	Practicante C medios	1014273788	3134720086	League of legends														
34	Pantoja Ramirez	David Javier	Diseño Grafico	1019082185	3106956427	League of legends														
35	Pardo Orjuela	Ana Maria	Diseño Grafico	1014298033	3107959949	League of legends														
36	Pino Vaca	Diego Alejandro	Publicidad y Mercadeo	1073171091	3138799650	League of legends														

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Anexo 16. Plan de entrenamiento The Bunker

PLAN ENTRENAMIENTO INTEGRAL	-COMPROMISO DE LOS JUGADORES
Obtener el máximo potencial de los jugadores brindándoles principios éticos y confianza en sí mismos para un mayor desempeño.	-ASEGURAR EL AMBIENTE DE TRABAJO IDEAL
	-ESTABLECER LA FORMA EN QUE SE RESUELVEN PROBLEMAS
	-ESTABLECER ROLES EN EQUIPO
	-DESARROLLO INTERPERSONAL
	-ANALISIS ESPECIALES PARA THE BUNKER
	-ANALISIS DE REPLAYS
PLAN DE TRABAJO TECNICO	
Este plan de trabajo se dedica al estudio de las características y estrategias empleadas dentro del juego para así conseguir mayor eficiencia técnica.	VISIÓN
	TEAMFIGHTS
	ROTACIONES
	ITEMIZACIÓN
INTERRELACIÓN	
Lograr brindar al jugador soluciones bajo presión, además lograr reconocer que afecta al deportista para así fortalecer su proceso y que esto no afecte a su equipo.	CAMBIOS DE ACTITUD
	MANEJO DE EMOCIONES
	RELACIONES SOCIALES
	VALORES DEL DEPORTISTA

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Anexo 17. Listado equipo titular para torneo virtual Akihabara 2018

EQUIPO TITULAR NUCLEAR GAMING TEAM PARA FESTIVAL AKIHABARA 2018

TOP:

- Gustavo Andrés Ramírez López
- Kybalion

MID:

- Juan Sebastián Sánchez Gonzales
- Tyranny

JUNGLA:

- Luis Felipe Suarez Hernández
- Gz Tracto mula

SUPPORT:

- Juan Sebastián Álvarez Ardila
- Ulqorial

ADC:

- Juan Camilo Pulido Vargas
- Ainz Ooal Gōwn

SUPLENTES

- Jesús David Russy Robayo
- Blackdrak98

- Diego Fernando Ortiz
- Blade Liger Az

COACH:

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

- Juan Sebastián Álvarez Ardila
-

Anexo 18. Videos participación en Akihabara Festival 2018 (ver carpeta)

Anexo 19. Cronograma de entrenamiento The Bunker

Cronograma Entrenamientos LOL							
Semana del: marzo 18							
	18/03 LUNES	19/03 MARTES	20/03 MIÉRCOLES	21/03 JUEVES	22/03 VIERNES	23/03 SÁBADO	24/03 DOMINGO
15:00		Entrenamiento funcional				Torneos	Torneos
16:00		Entrenamiento funcional				Torneos	Torneos
17:00		Entrenamiento funcional				Torneos	Torneos
						Torneos	Torneos
16:30	Entrenamiento Presencial		Entrenamiento Presencial	Entrenamiento Presencial	Entrenamiento Presencial	Torneos	Torneos
17:00	Entrenamiento Presencial		Entrenamiento Presencial	Entrenamiento Presencial	Entrenamiento Presencial	Torneos	Torneos
17:30	Entrenamiento Presencial		Entrenamiento Presencial	Entrenamiento Presencial	Entrenamiento Presencial	Torneos	Torneos
18:00	Entrenamiento Presencial		Entrenamiento Presencial	Entrenamiento Presencial	Entrenamiento Presencial	Torneos	Torneos
						Torneos	Torneos
21:00	Entrenamiento Virtual	Entrenamiento Virtual	Entrenamiento Virtual	Entrenamiento Virtual		Torneos	Torneos
22:00	Entrenamiento Virtual	Entrenamiento Virtual	Entrenamiento Virtual	Entrenamiento Virtual		Torneos	Torneos
23:00	Entrenamiento Virtual	Entrenamiento Virtual	Entrenamiento Virtual	Entrenamiento Virtual		Torneos	Torneos

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Anexo 20. Línea Team Chicas The Bunker

Team de Chicas

Nombres: Valeria Rivera

Línea primaria: Adc

Campeones: Miss fortune, Jinx y Kai'sa

Línea secundaria: Support

Campeones: Pyke, Lux y Nami

Fortalezas: Wardear

Debilidades: Farmeo

Horario de juego fuera de la universidad: La mayoría de días de 8 pm a 12 am

Liga más alta y tiempo de juego: Liga más alta plata III y llevo jugando un poco más de un año.

Horario disponible entrenamiento U: algunos lunes, los miércoles y los jueves fijo.

Nombres: Sally Lex Pardo

Línea primaria: Top

Campeones: Garen, Darius, Camille y Heimerdinger

Línea secundaria: Jungla

Campeones: Warwick

Fortalezas: Wardear y Rotación

Debilidades: Farmeo

Horario de juego fuera de la universidad: La mayoría de 8 pm a 12 am

Nombres: Brenda Beltrán

Línea primaria: Supp

Campeones: Soraka, Taric, Morgana.

Línea secundaria: Top

Campeones: Dr. Mundo, Chogath, Maokai.

Fortalezas: Buena posicionando, mirando mapa y wardendo.

Debilidades: Farm y kiteo.

Horario de juego fuera de la universidad: Sábados y Domingos entre la tarde y noche.

Liga más alta y tiempo de juego: Liga más alta oro y llevo jugando un poco más de un año.

Horario disponible entrenamiento U: Lunes, miércoles, jueves y viernes, después de las 3 pm hasta las 6 pm.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Nombres : Ximena López

Línea primaria: Mid

Campeones : Zed, Fizz, Veigar, Lux, Brand, Corki.

Línea Secundaria: ADC

Campeones: Varus, Caitlyn, Tristana, Jinx, Twitch.

Fortalezas: Wardeo, comunicación y rotación.

Debilidades: Farm y loteo.

Horarios de juego fuera de la universidad: Sábados y domingo tarde noche.

Nombres: Ana María Pardo

Línea primaria: Adc

Campeones: Xayah, Miss Fortune, Tristana

Línea secundaria: Jungla

Campeones: Maestro Yi, Warwick

Fortalezas: Wardeo, posicionamiento

Debilidades: Farm y kiteo.

Horario de juego fuera de la universidad: Sábados y Domingos, tarde y noche.

Tiempo de juego: Poco más de un año.

Nombres: Angela Paola Silva Ortegon

Línea primaria: Mid

Campeones: Ahri, Lux, Veigar

Línea secundaria: Por definir

Campeones:

Fortalezas: Comenzando

Debilidades: Comenzando

Horario de juego fuera de la universidad: Comenzando

Tiempo de juego: Comenzando

Nombres: Paula Molina

Línea primaria: Adc

Campeones: Kai'sa, Caitlyn y Xayah

Línea secundaria: Mid

Campeones: Ahri, Oriana y Syndra

Fortalezas: Farm y posicionamiento.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Debilidades: Ver el minimapa.

Horario de juego fuera de la universidad: Sábados y algunos domingos.

Liga más alta y tiempo de juego: Plata 4, hace 8 meses.

Horario disponible entrenamiento U: Lunes y Miércoles de 4 a 6 pm.

Líneas del equipo de chicas

Chicas que juegan ADC del Team:

1. Valeria Rivera
2. Ximena López
3. Ana María Pardo
4. Paula Molina

Chicas que juegan Mid del Team:

1. Ximena López
2. Angela Paola Silva Ortegon
3. Paula Molina

Chicas que juegan Top del Team:

1. Sally Lex Pardo
2. Brenda Beltrán

Chicas que juegan Support del Team:

1. Valeria Rivera
2. Brenda Beltrán

Chicas que juegan Jg del Team:

1. Sally Lex Pardo
2. Ana María Pardo

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Horario

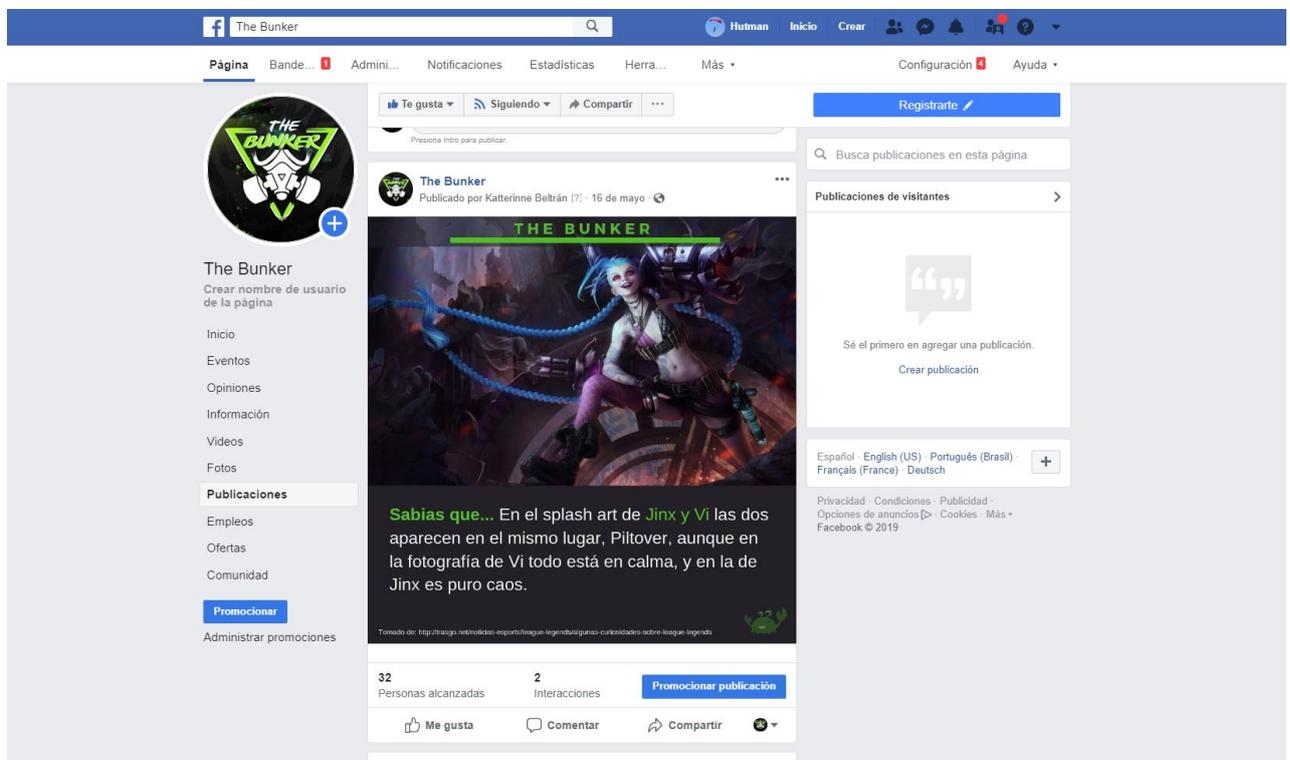
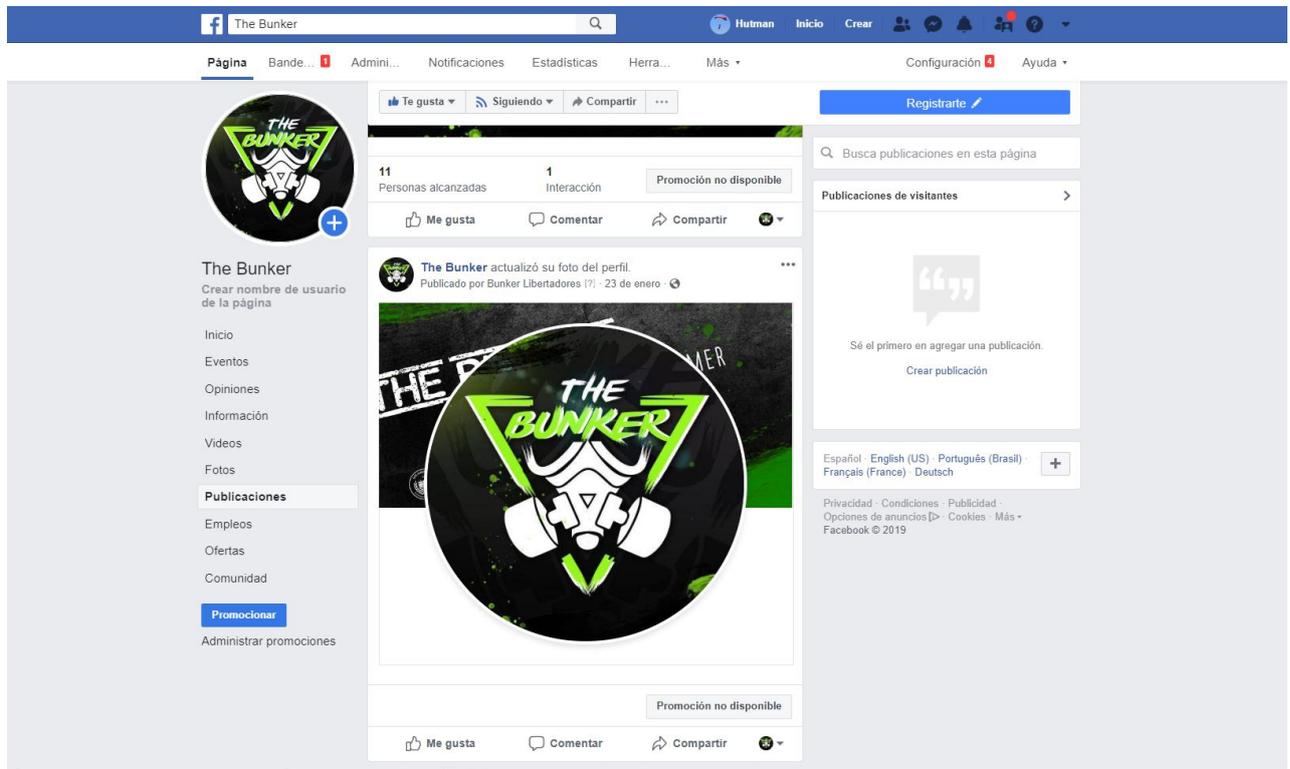
ENTRENAMIENTO UNIVERSIDAD					
Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
3:00 pm					
3:30 pm					
4:00 pm					
4:30 pm					
5:00 pm					
5:30 pm					
6:00 pm					

Anexo 21. Material audiovisual clases presenciales League of Legends The Bunker (ver carpeta)

Anexo 22. Videos ejercicios sobre The Bunker por estudiantes de Transmedia (ver carpeta)

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Anexo 23. Publicaciones página de Facebook The Bunker (ver carpeta)

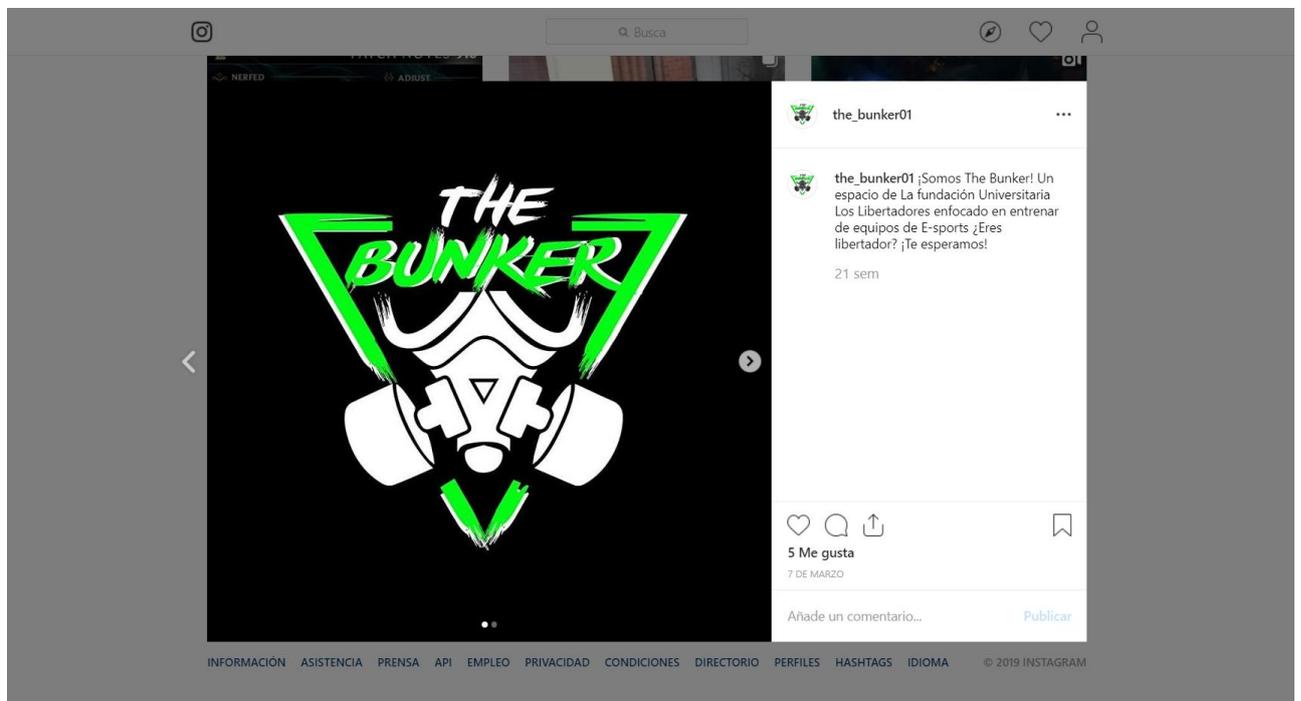
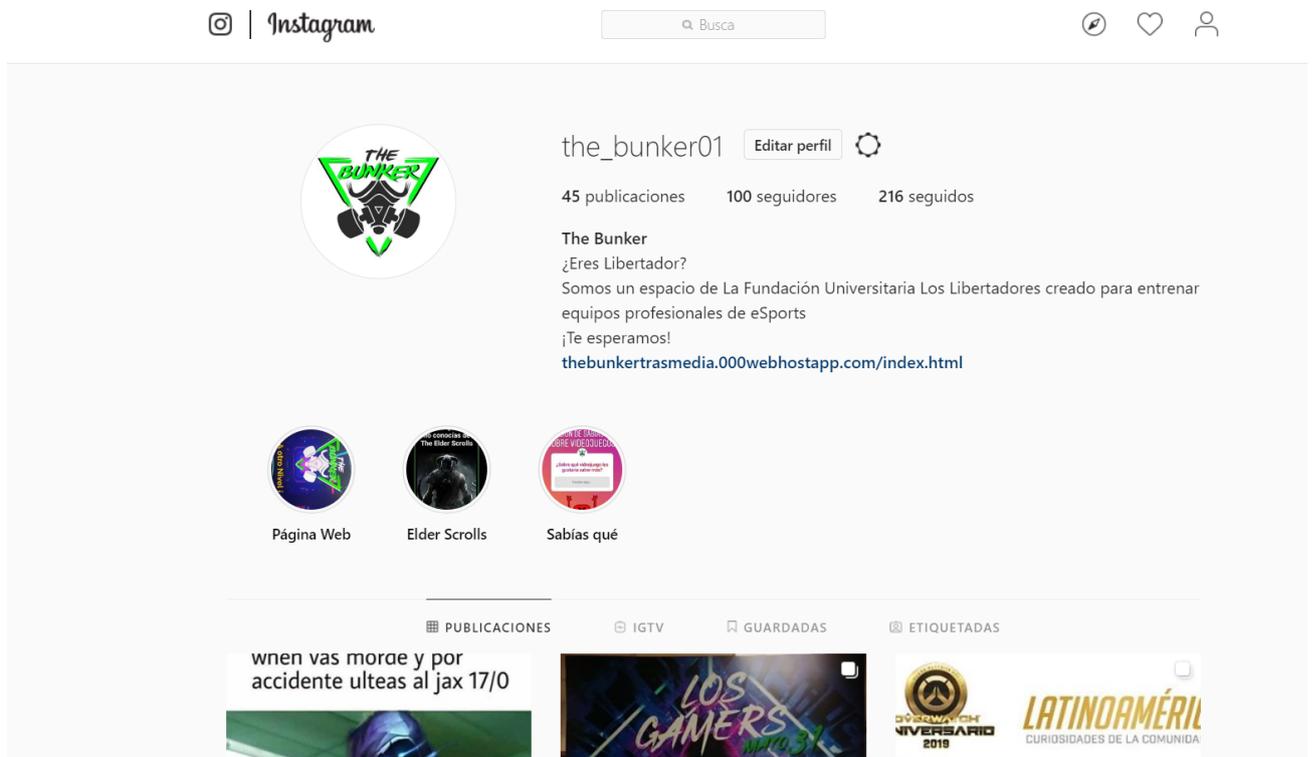


CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

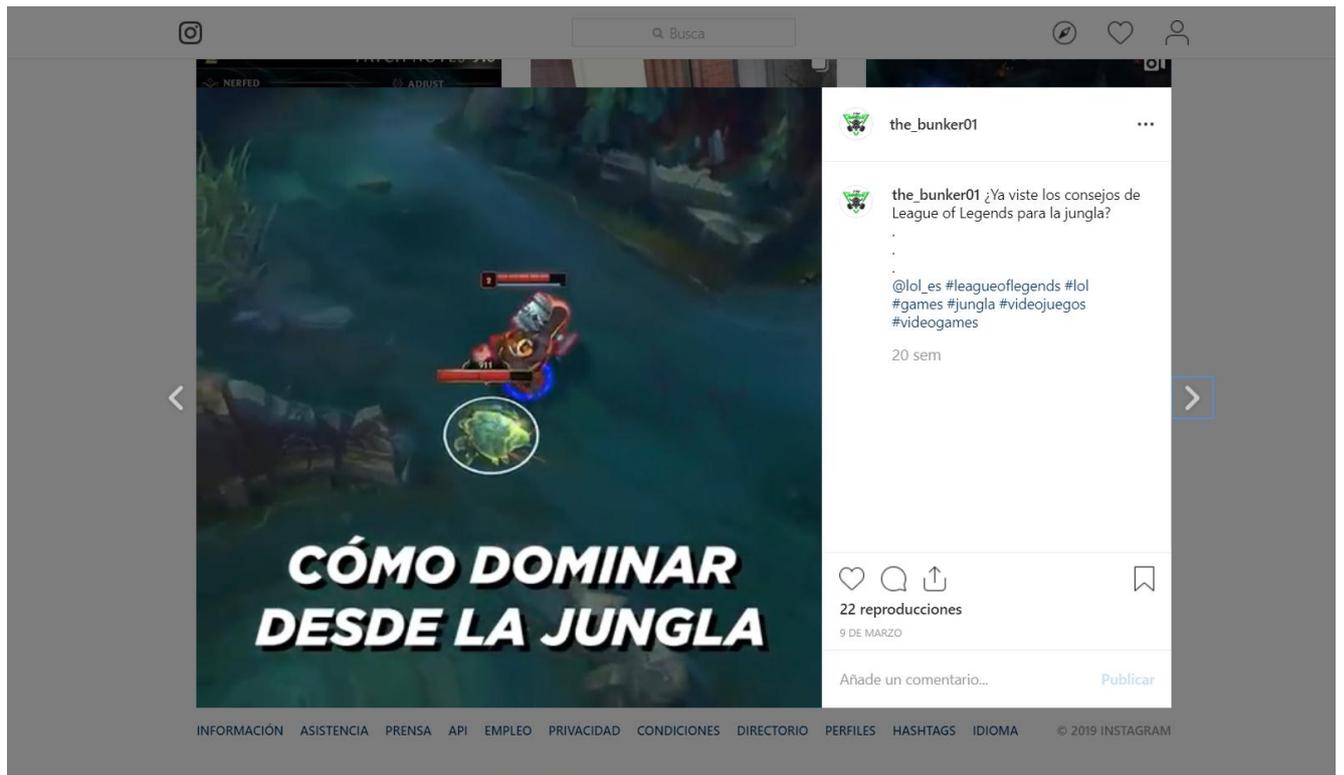
The screenshot shows the Facebook profile page for 'The Bunker'. The page header includes the search bar with 'The Bunker' entered, navigation links like 'Inicio', 'Crear', and 'Configuración', and a notification bell. The left sidebar contains navigation options: 'Inicio', 'Eventos', 'Opiniones', 'Información', 'Videos', 'Fotos', 'Publicaciones', 'Empleos', 'Ofertas', 'Comunidad', and 'Promocionar'. The main content area features a post by 'The Bunker' dated May 26, 2019. The post text reads: '¡Los Gamers se toman Los Libertadores, te esperamos este próximo 31 de Mayo para que conozcas más de esta experiencia de los Videojuegos! #gamers #universidad #videojuegos #comunidad #thebunker #evento #bogota'. Below the text are two promotional images for 'LOS GAMERS mayo 31' at 'SETOMAN LA BIBLIOTECA 2 PISO'. The post shows 80 people reached and 9 interactions. Below the post is a comment section with the prompt 'Escribe un comentario...'. The right sidebar contains a search bar, a 'Publicaciones de visitantes' section with a 'Crear publicación' button, and a language selection menu.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Anexo 24. Publicaciones Instagram The Bunker (ver carpeta)



CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS



CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Anexo 25. Syllabus Espacio académico-deportivo de esports Cultura Digital y videojuegos

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	SYLLABUS	Código: FO-FT-003
		Versión: 02 cxcv

I. INFORMACIÓN GENERAL		
Nombre del espacio académico	Código del espacio académico	
CULTURA DIGITAL Y VIDEOJUEGOS		
Facultad	Programa o Departamento	
Comunicación de Ciencias de la Comunicación	Diseño Gráfico	
Número de plan de estudios	Versión	Número de créditos
	20192	0
Nivel		
Técnico <input checked="" type="checkbox"/> Tecnológico <input type="checkbox"/> Profesional <input type="checkbox"/>		Posgrado
		Especialización <input type="checkbox"/> Maestría <input type="checkbox"/>
Tipo de espacio académico		Modalidad
Disciplinar <input type="checkbox"/> Transversal <input type="checkbox"/> Electivo Disciplinar <input type="checkbox"/> Electivo Complementario <input checked="" type="checkbox"/>		Presencial <input checked="" type="checkbox"/> Virtual <input type="checkbox"/> Distancia <input type="checkbox"/> Educación Combinada <input type="checkbox"/>
Nombre del Profesor quien elabora el Syllabus		
Profesor: Camilo Fabián Rojas Zapata, Estudiantes: Hutman David Ramírez Ospina, Nicolás Nieto Rey		

II. JUSTIFICACIÓN DEL ESPACIO ACADÉMICO (Máximo 500 palabras)
<p>El espacio de Cultura Digital y Videojuegos, propuesto desde el semillero de investigación con el mismo nombre, está pensado como un espacio diferente que busca acercar el gusto por los videojuegos con la academia, abordándolos desde su parte competitiva (esports) para implementarlos de forma integral mediante la técnica de aprendizaje de la gamificación.</p> <p>Al poner la tecnología al servicio de los videojuegos, inevitablemente se crea un nuevo tipo de mundo virtual, denominado ciberespacio, donde convergen millones de videojugadores o gamers, estableciendo sus propias reglas, costumbres, lenguajes, valores y, en definitiva, sistemas complejos que en conjunto conforman la cibercultura. Este tipo de cultura digital moderna es audiovisual e interactiva y cuando está construida entorno a los videojuegos, es denominada cultura gamer.</p> <p>'Esports' (competencias de videojuegos) es un área de actividades deportivas que se han convertido en eventos culturales masivos con millones de adeptos globalmente, donde las personas desarrollan y entrenan habilidades mentales o físicas en el uso de tecnologías de información y comunicación, en el que las personas voluntariamente se comprometen con otras para compararse en estas destrezas, de acuerdo con reglas generalmente aceptadas y sin dañar deliberadamente a nadie.</p>

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

 LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA	SYLLABUS	Código: FO-FT-003
		Versión: 02 cxcv

Para el desarrollo cognitivo de los estudiantes, se crean modelos educativos basados en espacios académicos, donde cada disciplina construye y desarrolla la forma en que se imparten los conocimientos teórico-prácticos. Desde su base, el propio juego ya habla de la necesidad de generar grupos o asociaciones donde los individuos puedan comparar sus habilidades físicas y mentales con sus pares de forma competitiva, este es el mismo concepto en el que están basados los clubes deportivos de esports, y es un modelo que se puede utilizar en aulas de clase universitarias.

Conducir a los usuarios de forma rápida, concisa y eficiente, es una de las cosas que mejor hacen los videojuegos. La gamificación busca aplicar estos principios del diseño del mundo de los videojuegos a un entorno no lúdico, mediante la adopción de un concepto y transformarlo en una actividad que pueda tener elementos de competición, cooperación, exploración y narración para buscar la consecución de objetivos, aprovechándose de la gran retención que genera para estimular una alta motivación en los estudiantes.

III. SÍNTESIS DEL ESPACIO ACADÉMICO (Máximo 500 palabras)

Este espacio hará uso de la gamificación como método que sirva para enseñar a los estudiantes sobre el sector específico de los videojuegos denominado como esports y generar también una discusión académica para ampliar su conocimiento. Es importante que los participantes entiendan la importancia y el impacto cultural que está teniendo actualmente esta industria para que analicen las repercusiones sociales que implica y puedan reaccionar a ellas desde su profesión.

Teniendo en cuenta el nivel de rotación que tienen los espacios complementarios dentro la universidad, se busca generar un sistema de líderes orientado por un docente, que permita el fortalecimiento del trabajo colaborativo mediante equipos de trabajo y que no dependa de una única autoridad académica para su funcionamiento. El factor de la competición es vital para que los objetivos de aprendizaje se cumplan, esto busca asegurar un proceso eficiente para adquirir el conocimiento a través del concepto de retro-recompensa, el cual hace parte de la estructura misma del espacio.

Mediante estos desafíos, los estudiantes no buscarán una calificación numérica, sino un puntaje objetivo. Mediante esta estructura de puntajes se valida el aprendizaje que hayan obtenido, y se compara con sus pares, midiéndose para determinar quién es el mejor dentro de cada equipo. Como resultado la recompensa meritosa será ser el nuevo líder del equipo el cual rotará en cada corte según su puntaje.

Esta estructura basada en competencias, recompensas y líderes, busca aumentar la motivación de los estudiantes a participar en el espacio, y por lo tanto, aumentar considerablemente el flujo de participación, para no sólo tener un constante intercambio de conocimiento entre las diferentes disciplinas sino lograr constancia en el proceso formativo.

El estudiante aprenderá sobre conceptos básicos como: esports, cultura digital, cultura gamer, profesionalización de los videojuegos, entre otros, y también sobre las oportunidades de investigación que ofrece esta industria emergente.

De esta forma el estudiante obtendrá un bagaje teórico que le permitirá relacionar sus conocimientos con los obtenidos desde su carrera, y podrá tomar decisiones para adaptarse a los retos profesionales que supondrá la incursión o no-incursión, dentro de la industria de los videojuegos competitivos (esports).

IV. PROPÓSITOS DE FORMACIÓN

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

 LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA	SYLLABUS	Código: FO-FT-003
		Versión: 02 cxcv

GENERALES

Comprender y desarrollar el pensamiento crítico e investigativo respecto a las tendencias actuales de los videojuegos con el fin de generar propuestas desde cada disciplina en el contexto profesional.

ESPECÍFICOS

- Apropiar de forma eficiente los conceptos de la gamificación y su aplicación en la práctica.
- Reconocer el contexto en que se enmarcan los esports, para entender cuál es su procedencia, su evolución y cómo han logrado impactar en la cultura moderna.
- Estimular en el estudiante la participación, constancia y exigencia dentro del espacio académico mediante el sistema de puntos para alcanzar los objetivos de aprendizaje a través de actividades de clase.
- Generar, transformar, crear e implementar su conocimiento teórico-práctico en el contexto de los videojuegos competitivos mediante el uso de las nuevas tecnologías.
- Desarrollar un pensamiento simbólico y abstracto para entender los videojuegos y su funcionamiento.
- Ampliar en el estudiante lenguajes específicos para el tema de cultura digital y videojuegos.
- Crear líderes que conformen equipos los cuales resuelvan desafíos eficientemente y trabajen en conjunto de forma colaborativa, tomando como base la competencia como herramienta de motivación.
- El estudiante deberá proponer soluciones adecuadas a problemáticas de los videojuegos y su parte competitiva, donde tendrá que hacer uso de los conocimientos adquiridos en el espacio y desde su disciplina.
- Estimular la vinculación del estudiante a los proyectos realizados en el espacio con el semillero de Cultura Digital y Videojuegos.

V. CONTENIDOS BÁSICOS DEL ESPACIO

MÓDULO I - CONTEXTUALIZACIÓN (Individual)

Clase 1 • Presentación del curso. Presentación de la gamificación como método de aprendizaje.

Clase 2 • Conceptos básicos de juego, videojuego, esports y gamificación.

Clase 3 • Historia de los videojuegos competitivos.

Clase 4 • Análisis de las nuevas tecnologías como factores que influyen la sociedad moderna.

Clase 5 • Buenos hábitos para abordar los videojuegos.

Clase 6 • Los videojuegos hacia el entorno deportivo. Debate desde la investigación interdisciplinaria sobre los esports.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

 LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA	SYLLABUS	Código: FO-FT-003
		Versión: 02 cxcv

MÓDULO II - INVESTIGACIÓN EN ESPORTS (Grupal)

Clase 7 • La estrategia comunicativa como herramienta para fortalecer el compromiso académico del club universitario The Bunker mediante trabajo en equipo y el desarrollo socio-emocional por medio de los esports.

Clase 8 • Comprensión de la identidad de marca como un elemento indispensable de reconocimiento y cohesión interna en una organización de esports.

Clase 9 • El impacto social de los gamers competitivos.

Clase 10 • Esports en la opinión pública.

Clase 11 • Comunicación digital como un factor determinante para el éxito de un equipo de esports competitivo.

Clase 12 • Aplicación del uso de los nuevos métodos de publicidad para obtener mejores resultados comunicativos en un equipo competitivo.

MÓDULO III - PROYECTOS DE ESPORTS (Grupal)

Clase 13 • Diseño y planeación del proyecto de esports (pre entrega)

Clase 14 • Método para la elaboración de pitch, como medio de presentación para las estrategias comunicativas para la incursión en los esports.

Clase 15 • Presentación de alcances e impactos generados por medio de los proyectos desde la comunicación aplicados a la industria de los esports.

Clase 16 • Presentación de alcances e impactos generados por medio de los proyectos desde la comunicación aplicados a la industria de los esports.

VI. COMPETENCIAS A DESARROLLAR

TRANSVERSALES

- Utilizar el conocimiento científico mediante el pensamiento creativo, lógico y racional que permitan el desarrollo de la capacidad, la destreza, la disposición, la comprensión para la interpretación y análisis de fenómenos culturales y de esta forma puedan proponer soluciones sustentadas en ese conocimiento.

- Reflexionar racional e intencionalmente sobre los conceptos, teorías, procedimientos y resultados involucrados en el cuerpo de conocimientos que fundamentan la disciplina o la profesión, para argumentar, de manera razonable e informada, los propios puntos de vista y explicar las decisiones por las que se opta en la solución de problemas o en el curso dado a la acción.

COGNITIVAS

- Comprender los conceptos, procesos y antecedentes que denotan el entorno actual de los videojuegos hacia un enfoque competitivo y sus implicaciones para el entorno laboral.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

 LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA	SYLLABUS	Código: FO-FT-003
		Versión: 02 cxcv

PROCEDIMENTALES

- Proponer un proyecto de esports desde su disciplina donde demuestre la apropiación de los conceptos teórico-prácticos aprendidos en el espacio.

PROPOSITIVAS

- Conceptualizar, diseñar y poner en circulación un proyecto de esports con el objetivo de medir su impacto y viabilidad en contexto.

VII. RUTA PEDAGÓGICA DIDÁCTICA

- Presentar visualmente en la primera clase el syllabus y guía de aprendizaje del espacio situando y justificando la pertinencia y la importancia del espacio académico en relación con la ideología institucional.
- Emplear el modelo de la gamificación como técnica de aprendizaje a través de actividades constituidas como retos, mediante un sistema de puntos que se valgan de la competitividad como estimulante para el estudiante.
- Presentación del proyecto de aula como excusa para la investigación y abordaje de una problemática a resolver desde la comunicación.
- Fortalecer las habilidades desde cada disciplina del estudiante por medio de una elección libre de una organización de esports colombiana o del espacio existente The Bunker, donde puedan aportar sus conocimientos para enriquecerla.
- Hacer uso del aula virtual como medio complementario del espacio académico.
- Estructurar la práctica de enseñanza mínimo con dos enfoques didácticos distintos.
- Diseñar sesiones con elementos visuales, más allá del tablero y las ayudas didácticas tradicionales, para que haya más interacción e interrelación entre los actores del hecho pedagógico.
- Exponer visualmente a los estudiantes resultados anteriores. Exaltar los ejercicios significativos, los cuales pueden ser utilizados para reflexionar sobre las dimensiones que lo ubican en esa categoría.
- Realizar por lo menos una intervención en segunda lengua, que permita a los estudiantes evidenciar de la importancia de la adaptación del lenguaje según su contexto.
- Utilizar la experiencia profesional y la obra particular del profesor como modelo didáctico.
- Asumir responsablemente las modalidades de evaluación para complementar la cultura evaluativa: autoevaluación, para estimular el pensamiento reflexivo y crítico; coevaluación para entender la diferencia y aceptar el pensamiento del par, del compañero. Y finalmente, la heteroevaluación como comprensión de distintos puntos de vista de los especialistas.

VIII. RUTA EVALUATIVA

La evaluación en el espacio académico, Cultura Digital y Videojuegos, es ejercicio constante de todas las actividades propuestas en la ruta académica pedagógica y didáctica. Es una relación entre la propuesta de gamificación planteada y las bases teóricas que permiten explicarlo. Las actividades serán evaluadas teniendo en cuenta el proceso de comunicación a priori, es decir, lo teórico, histórico y conceptual, y lo posteriori, la concreción de la propuesta de comunicación que transita en la presentación del objeto a entregar.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

 LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA	SYLLABUS	Código: FO-FT-003
		Versión: 02 cxcv

La mitad del curso se evaluará según el sistema de puntos establecido y la otra mitad corresponderá a la calificación obtenida del proyecto de aula. Para recompensar cada reto por clase de las 16 semanas se implementará la figura de “insignias” como forma de recompensa y reconocimiento.

MÓDULO I - CONTEXTUALIZACIÓN (Individual)

- Clase 1 • Gamificado
- Clase 2 • Conocedor
- Clase 3 • Historiador
- Clase 4 • Robotizado
- Clase 5 • Antigamer
- Clase 6 • Choque de gigantes

MÓDULO II - INVESTIGACIÓN EN ESPORTS (Grupal)

- Clase 7 • Uno para todos y todos para uno
- Clase 8 • El nacimiento de una leyenda
- Clase 9 • ¡Esto es Esparta!
- Clase 10 • Las encuestas dicen...
- Clase 11 • El táctico
- Clase 12 • A toda máquina

MÓDULO III - PROYECTOS DE ESPORTS (Grupal)

- Clase 13 • Me dijiste que...
- Clase 14 • Gurú de los esports
- Clase 15 • Los primeros serán los últimos
- Clase 16 • Los últimos serán los primeros

Premio de acceso: Después de todo... Yo elijo
Premio - Power: Lo llevas en la sangre

Este espacio académico privilegiará la participación activa del estudiante en las sesiones de clase, así como la producción realizada en el tiempo autónomo, el proceso es el siguiente:

- Indagación previa
- Presentación escrita del proyecto de esports
- Correcciones de la propuesta de proyecto
- Preentrega de los productos.
- Entrega final
- Socialización
- Evaluación, concepto creatividad y técnica

Para ello se desarrollarán procesos evaluativos de autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación, que permitirá al estudiante y profesor reflexionar en torno a las debilidades y fortalezas de su proceso académico, de manera eficaz y objetiva.

La entrega final de los productos se realizará de manera colegiada, donde docentes y estudiantes de otros espacios académicos puedan ver y reconocer los alcances obtenidos al interior de este espacio académico.

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	SYLLABUS	Código: FO-FT-003
		Versión: 02 cxcv

IX. BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA

- Contreras Espinosa, Ruth & Gomez, Jose (2016). *Gamificación en aulas universitarias*. Institut de la Comunicació (InCom-UAB) Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, España. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/319629646_Gamificacion_en_aulas_universitarias

- Nallar, Durgan. A. (2015). *Diseño de juegos en América latina, Teoría y práctica. Estructura lúdica*. Escuela de Game Design en América Latina. © Durgan A. Nallar. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

COMPLEMENTARIA

- Wagner, Michael. (2006). On the Scientific Relevance of eSports.. 437-442. *Conference Paper: Proceedings of the 2006 International Conference on Internet Computing & Conference on Computer Games Development, ICOMP 2006*. Las Vegas, Nevada, USA. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/220968200_On_the_Scientific_Relevance_of_eSports

- Lévy, Pierre. (2007) *Ciencia, Tecnología y Sociedad. Cibercultura: La cultura de la sociedad digital*. Center for Research in e-society (CER-s) y Anthropol Editorial. Universidad Autónoma Metropolitana. Iztapalapa, México. Recuperado de: <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/levy-p-1997-cibercultura.pdf>

X. CIBERGRAFÍA

REVISTA ELECTRÓNICAS

- <https://observatorio.tec.mx/redutrends>

PÁGINAS WEB

- <https://www.gamedesignla.com/>
- <https://www.researchgate.net/>
- <https://www.ie-sf.org/>

BASES DE DATOS ESPECIALIZADAS

- <http://www.bibliotechnia.com>
- <http://www.proquest.com/index>

XI. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Razón de la Actualización
20192	18/09/2019	Actualización del formato FO-F003 SYLLABUS. Actualización de intervenciones en segunda lengua, uso de las aulas virtuales, entregas colegiadas y proyectos de aula.

Firma:	Firma:
Nombre: Camilo Fabián Rojas Zapata	Nombre:
DOCENTE ELABORÓ	DIRECTOR DE DEPARTAMENTO REVISÓ Y APROBÓ

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Anexo 26. Guía de actividades Espacio académico-deportivo de esports Cultura digital y Videojuegos

 Los Libertadores	GUÍA IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE PARA EL DESARROLLO DEL PERIODO ACADÉMICO	Código: FO-GU-001 Versión: 01 Página 1 de 4
--	---	--

ESPACIO CULTURA DIGITAL Y VIDEOJUEGOS

PRESENTACIÓN	
<p>Esta guía refleja la planeación microcurricular en donde los actores del proceso de aprendizaje, identifican y conciertan las actividades y las responsabilidades que se desarrollarán durante el periodo académico integrando el trabajo de acompañamiento directo y las actividades a realizar durante el tiempo de trabajo independiente del estudiante.</p> <p>Se realiza a partir de los contenidos y propuestas del Syllabus del espacio académico y corresponde a la planeación de actividades en las cuales se integran: contenidos temáticos, propósitos de formación, competencias a desarrollar, material didáctico de apoyo, estrategias de seguimiento y evaluación y cronograma para la presentación de evidencias. Esta guía deberá ser socializada, junto con el Syllabus por el profesor con los estudiantes en la primera sesión de trabajo del espacio académico y es de estricto y total cumplimiento para el profesor encargado de orientar el curso. Este es el espacio introductorio y de presentación formal del objeto de transformación del espacio académico.</p>	
NÚCLEO TEMÁTICO:	
Objetivos competenciales	<ul style="list-style-type: none"> • Proponer un proyecto de aula donde se enseñe a los estudiantes sobre los esports mediante la gamificación, para generar discusiones académicas que les permitan ampliar sus conocimientos del tema y abordarlos de forma eficiente desde su disciplina.
TIPO DE ACTIVIDAD	
Creación de la Dinámica	Individual y grupal
Fecha de Inicio: 01 de febrero de 2020	Fecha de cierre: 07 de junio de 2020
Descripción Actividad	<p>MÓDULO I - CONTEXTUALIZACIÓN (Individual)</p> <p>Clase 1 • Presentación del curso. Presentación de la gamificación como método de aprendizaje.</p> <p>Clase 2 • Conceptos básicos de juego, videojuego, esports y gamificación.</p> <p>Clase 3 • Historia de los videojuegos competitivos.</p> <p>Clase 4 • Análisis de las nuevas tecnologías como factores que influyen la sociedad moderna.</p> <p>Clase 5 • Buenos hábitos para abordar los videojuegos.</p> <p>Clase 6 • Los videojuegos hacia el entorno deportivo. Debate desde la investigación interdisciplinaria sobre los esports.</p> <p>MÓDULO II - INVESTIGACIÓN EN ESPORTS (Grupal)</p> <p>Clase 7 • La estrategia comunicativa como herramienta para fortalecer el compromiso académico del club universitario The Bunker mediante trabajo en equipo y el desarrollo socio-emocional por medio de los esports.</p>

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

 <p>Los Libertadores</p>	<p>GUÍA IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE PARA EL DESARROLLO DEL PERIODO ACADÉMICO</p>	<p>Código: FO-GU-001 Versión: 01 Página 2 de 4</p>
	<p>Clase 8 • Compresión de la identidad de marca como un elemento indispensable de reconocimiento y cohesión interna en una organización de esports.</p> <p>Clase 9 • El impacto social de los gamers competitivos.</p> <p>Clase 10 • Esports en la opinión pública.</p> <p>Clase 11 • Comunicación digital como un factor determinante para el éxito de un equipo de esports competitivo.</p> <p>Clase 12 • Aplicación del uso de los nuevos métodos de publicidad para obtener mejores resultados comunicativos en un equipo competitivo.</p> <p>MÓDULO III - PROYECTOS DE ESPORTS (Grupal)</p> <p>Clase 13 • Diseño y planeación del proyecto de esports (preentrega)</p> <p>Clase 14 • Método para la elaboración de pitch, como medio de presentación para las estrategias comunicativas para la incursión en los esports.</p> <p>Clase 15 • Presentación de alcances e impactos generados por medio de los proyectos desde la comunicación aplicados a la industria de los esports.</p> <p>Clase 16 • Presentación de alcances e impactos generados por medio de los proyectos desde la comunicación aplicados a la industria de los esports.</p>	
<p>Materiales y Recursos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aula con salas de cómputo. • Material bibliográfico y bases de datos para la consulta de información y referentes. • Material audiovisual como referente. 	
<p>Evaluación</p>	<p>La evaluación en el espacio académico, Cultura Digital y Videojuegos, es un ejercicio constante de todas las actividades propuestas en la ruta académica pedagógica y didáctica. Es una relación entre la propuesta de gamificación planteada y las bases teóricas que permiten explicarlo. Las actividades serán evaluadas teniendo en cuenta el proceso de comunicación a priori, es decir, lo teórico, histórico y conceptual, y lo posteriori, la concreción de la propuesta de comunicación que transita en la presentación del objeto a entregar.</p> <p>La mitad del curso se evaluará según el sistema de puntos establecido y la otra mitad corresponderá a la calificación obtenida del proyecto de aula. Para recompensar cada reto por clase de las 16 semanas se implementará la figura de “insignias” como forma de recompensa y reconocimiento.</p>	

 <p>Los Libertadores</p>	<p>GUÍA IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE PARA EL DESARROLLO DEL PERIODO ACADÉMICO</p>	<p>Código: FO-GU-001 Versión: 01 Página 3 de 4</p>
	<p>MÓDULO I - CONTEXTUALIZACIÓN (Individual)</p> <p>Clase 1 • Gamificado Clase 2 • Conocedor Clase 3 • Historiador Clase 4 • Robotizado Clase 5 • Antigamer Clase 6 • Choque de gigantes</p> <p>MÓDULO II - INVESTIGACIÓN EN ESPORTS (Grupal)</p> <p>Clase 7 • Uno para todos y todos para uno Clase 8 • El nacimiento de una leyenda Clase 9 • ¡Esto es Esparta! Clase 10 • Las encuestas dicen... Clase 11 • El táctico Clase 12 • A toda máquina</p> <p>MÓDULO III - PROYECTOS DE ESPORTS (Grupal)</p> <p>Clase 13 • Me dijiste que... Clase 14 • Gurú de los esports Clase 15 • Los primeros serán los últimos Clase 16 • Los últimos serán los primeros</p> <p>Premio de acceso: Después de todo... Yo elijo Premio - Power: Lo llevas en la sangre</p> <p>Este espacio académico privilegiará la participación activa del estudiante en las sesiones de clase, así como la producción realizada en el tiempo autónomo, el proceso es el siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indagación previa • Presentación escrita del proyecto de esports • Correcciones de la propuesta de proyecto • Preentrega de los productos. • Entrega final • Socialización • Evaluación, concepto creatividad y técnica <p>Para ello se desarrollarán procesos evaluativos de autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación, que permitirá al estudiante y profesor reflexionar en torno a las debilidades y fortalezas de su proceso académico, de manera eficaz y objetiva.</p> <p>La entrega final de los productos se realizará de manera colegiada, donde docentes y estudiantes de otros espacios académicos puedan ver y reconocer los alcances obtenidos al interior de este espacio académico.</p>	
<p>Criterios de Evaluación</p>	<p>Se desarrollarán procesos evaluativos de autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación, que permitirá al estudiante y</p>	

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

 Los Libertadores	GUÍA IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE PARA EL DESARROLLO DEL PERIODO ACADÉMICO	Código: FO-GU-001 Versión: 01 Página 4 de 4
---	---	--

	<p>profesor reflexionar en torno a las debilidades y fortalezas de su proceso académico, de manera eficaz y objetiva.</p> <p>El semestre estará dividido según el calendario académico institucional donde las actividades realizadas durante todos los cortes equivalen al 50% de la nota final a través de un sistema gamificado de puntos medido por clase, con un total de 16 actividades con valor de 62,5 puntos cada una, donde 1000 es equivalente a la nota máxima en el sistema evaluativo institucional. La retroalimentación será llevada a cabo por el docente.</p> <p>El 50% restante se dará por el resultado obtenido de la evaluación del proyecto de aula, para obtener la nota final del espacio académico.</p>
Bibliografía	<ul style="list-style-type: none"> • Nallar, Durgan. A. (2015). <i>Diseño de juegos en América latina, Teoría y práctica. Estructura lúdica</i>. Escuela de Game Design en América Latina. © Durgan A. Nallar. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. •Chou, Y. (2016). <i>Actionable Gamification Beyond, Badges and Leaderboards</i>. China.© 2014 - 2016 Yu-kai Chou.
Observaciones	<i>Recomendaciones para la actividad y orientacionejhs.</i>

FIRMAS Y NOMBRE	
Camilo Fabián Rojas Zapata	
Profesor	Representante de curso

Nota: no modificar la estructura del formato ya que es un documento controlado

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Anexo 27. Propuesta a Proyección Social (ver carpeta)



RESULTADOS PROCESO DE EVALUACIÓN CONVOCATORIA PROYECTOS DE PROYECCIÓN SOCIAL 2019

28 de enero de 2019

- 1) Todos los proyectos deberán entregar ajustes solicitados en un tiempo de cuatro (4) días hábiles después de la recepción del presente concepto. Aplica solo para proyectos aprobados con ajustes.
- 2) Todos los proyectos deberán presentar presupuesto detallado en el formato adjunto al presente concepto y deberá ser presentado en un tiempo de cuatro (4) días hábiles después de la recepción del presente concepto.
- 3) Las horas asignadas para el desarrollo del proyecto solo podrán ser modificadas por los decanos, estas deberán ser comunicadas y justificadas (sobre el alcance e impacto de los proyectos) ante la Vicerrectoría Académica y la Dirección de Proyección Social con copia a la Vicerrectoría de Proyección Social y Relaciones Interinstitucionales.
- 4) No se firmaran planes de trabajo de profesores con horas de proyección social diferentes a las aprobadas por la comisión de evaluación, sin autorización por escrito de la decanatura, la Vicerrectoría Académica y la Vicerrectoría de Proyección Social y Relaciones Interinstitucionales.
- 5) Luego de la entrega de los ajustes y presupuestos, se realizará estudio de viabilidad presupuestal para asignar los recursos requeridos y se notificará mediante acta de inicio; el presupuesto aprobado, los compromisos adquiridos y observaciones a las que haya lugar para dar inicio al desarrollo de los proyectos. El proceso está sujeto a los tiempos de respuesta del direccionamiento institucional.
- 6) Todos los proyectos deberán presentar cronograma detallado de actividades en el formato adjunto.
- 7) Todos los proyectos deberán presentar una propuesta de retorno de la inversión en algún porcentaje mediante educación continua, articulación, alianzas u otras estrategias.
- 8) Todos los proyectos quedan aprobados por una vigencia de 1 año, por tanto su presupuesto, productos, impactos y resultados deben ajustarse a un (1) año, si en sus ajustes no refiere casos diferentes.

LILY JOHANA TIBAVIJA
Directora de Proyección Social

Dirección de Proyección Social- Lily Johana Tibavija, lily.tibavija@libertadores.edu.co 254 4750 Ext: 3009-3004 - Calle 63 A No. 15-94 Piso 4 Sede Policarpa



CONCEPTO DE EVALUACIÓN

CODIGO DE PROYECTO	PROYECTO	No.	Metodología de calificación	Puntaje	Puntos Evaluador	Observaciones Evaluador
CC-CULTURA DIGITAL VIDEO JUEGOS	Cultura digital y videojuegos: Espacio académico deportivo de E-sports dentro de la Fundación Universitaria Los Libertadores.	1	Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente mayor coherencia entre la problemáticas social identificada, los ejes de responsabilidad social y la propuesta de solución.	10	2	
		2	Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente un equipo interdisciplinario integrado por docentes, estudiantes, directivos y actores externos.	10	5	
		3	Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente indicadores que mejor atiendan a los impactos institucionales de responsabilidad social universitaria.	10	2	
		4	Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente la conformación de comunidades de aprendizaje mutuo encaminadas al fomento de un Desarrollo humano y sostenible	20	2	
		5	Se otorga el máximo puntaje al proyecto de corte institucional y de carácter interdisciplinar para alinea los diversos procesos académicos y no académicos con un enfoque de gestión ética responsable.	20	2	
		6		20	8	

Dirección de Proyección Social- Lily Johana Tibavija, lily.tibavija@libertadores.edu.co 254 4750 Ext: 3009-3004 - Calle 63 A No. 15-94 Piso 4 Sede Policarpa

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS



		Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente mayor coherencia en la consolidación de una propuesta educativa de manera conjunta con las facultades que permita orientar el perfil del egresado al desarrollo de competencias ciudadanas de Responsabilidad Social para el desarrollo sostenible de su sociedad.		
7		Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente la mejor ruta para orientar la producción de conocimiento individual y colectivo, los procesos de difusión para permitir su "apropiación social" y atender las carencias cognitivas que afectan a la sociedad.	20	8
8		Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente aliados estratégicos que aporten al cumplimiento de su objetivo.	10	0
9		Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente convenio con otra institución o empresa cofinanciadora.	30	0
PUNTAJE ACUMULABLE			150	29
Valoración cualitativa del impacto del proyecto				
EVALUADOR 1:				
En la propuesta aparecen 2 objetivos generales, uno es realizar una estrategia de comunicación organizacional y otra es diseño de un espacio académico, se debe aclarar en su redacción.				
La propuesta es atractiva en tanto se incursiona en espacios de formación para la formación integral de los				

Dirección de Proyección Social- Lily Johana Tibavija, lilytibavija@libertadores.edu.co 254 4750 Ext: 3009-3004 - Calle 63 A Nro. 15-94 Piso 4 Sede Policarpa



	<p>estudiantes con tendencia actuales, por tanto, se recomienda que se oriente el proyecto a la creación de una línea de formación interna y externa para que el proyecto sea auto-sostenible, asimismo, es importante establecer dentro de la estrategia de comunicación de los espacios de formación las acciones que se presentan en los objetivos específicos como muestras, torneos, entre otros que a la postre fortalecerán las competencias desarrolladas.</p> <p>En la metodología se recomienda, ajustar al alcance de la propuesta, en tanto el propósito central es el desarrollo de un espacio de formación en su primera fase y posterior a ello, la valoración de variables que inciden en su desarrollo.</p> <p>Se requiere presentar productos semestrales del proyecto. Se requiere ajustar los resultados en términos de las competencias que se pretenden desarrollar con el programa de formación.</p> <p>El proyecto no presenta tiempo de dedicación de profesores.</p> <p>Las actividades deben ajustarse al objetivo.</p> <p>EVALUADOR 2:</p> <p>Se requiere estructuración del proyecto para diseño de didácticas y líneas de trabajo Requiere presupuesto detallado</p>
Revisión y valoración financiera	
Cumple con el presupuesto asignado	26.040.000 €
Observaciones	El presupuesto es muy general, por lo que no se logra evidenciar el personal requerido y las actividades asociadas a su contratación.
Aprobación	APROBADO CON AJUSTES

Dirección de Proyección Social- Lily Johana Tibavija, lilytibavija@libertadores.edu.co 254 4750 Ext: 3009-3004 - Calle 63 A Nro. 15-94 Piso 4 Sede Policarpa

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS



CODIGO DE PROYECTO	PROYECTO	No.	Metodología de calificación	Puntaje	Puntos Evaluador	Observaciones Evaluador
CC-GAMES FOR ELDERS	GAMES FOR ELDERS: LOS SERIOUS GAMES COMO HERRAMIENTA ALTERNATIVA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA EN PERSONAS DE LA TERCERA EDAD QUE HABITAN EN HOGARES GERIÁTRICOS	1	Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente mayor coherencia entre la problemáticas social identificada, los ejes de responsabilidad social y la propuesta de solución.	10	10	
		2	Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente un equipo interdisciplinario integrado por docentes, estudiantes, directivos y actores externos.	10	8	
		3	Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente indicadores que mejor atiendan a los impactos institucionales de responsabilidad social universitaria.	10	10	
		4	Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente la conformación de comunidades de aprendizaje mutuo encaminadas al fomento de un Desarrollo humano y sostenible	20	5	
		5	Se otorga el máximo puntaje al proyecto de corte institucional y de carácter interdisciplinar para alinea los diversos procesos académicos y no académicos con un enfoque de gestión ética responsable.	20	20	
		6	Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente mayor coherencia en la consolidación de una propuesta educativa de manera conjunta con las facultades que permita orientar el perfil del egresado al desarrollo de competencias ciudadanas de Responsabilidad Social para el desarrollo sostenible de su sociedad.	20	15	

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS



		7	Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente la mejor ruta para orientar la producción de conocimiento individual y colectivo, los procesos de difusión para permitir su "apropiación social" y atender las carencias cognitivas que afectan a la sociedad.	20	5	
		8	Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente aliados estratégicos que aporten al cumplimiento de su objetivo.	10	0	
		9	Se otorga el máximo puntaje al proyecto que presente convenio con otra institución o empresa cofinanciadora.	30	0	
Puntaje total acumulable				150	73	
Valoración cualitativa del impacto del proyecto						
EVALUADOR 1:						
El proyecto es pertinente frente a la problemática social que ha identificado, sin embargo no es claro el alcance para investigación y para proyección social, se requiere orientar con claridad los objetivos, acciones, indicadores, productos y resultados que se presentan para proyección social y los que se presentan para investigación.						
Por otra parte, se requiere presentar de forma explícita si el proyecto esta o estará en desarrollo con el apoyo de la vicerrectoría de Investigaciones para determinar alcances académicos y financieros.						
Requiere relacionar el número de horas para el docente y el equipo de trabajo con las actividades planeadas.						
EVALUADOR 2:						

Dirección de Proyección Social- Lily Johana Tibarvija, lily.tibarvija@libertadores.edu.co 254 4750 Ext: 3009-3004 - Calle 63 A Nro. 15-94 Piso 4 Sede Policarpa



		Adicionar educación continua u otra estrategia para generar auto-sostenibilidad para el proyecto Articular en un solo proyecto con E-sport y Game for Elders con 2 líneas de trabajo Se requiere presupuesto detallado para las 2 líneas.
Revisión y valoración financiera		
Cumple con el presupuesto asignado		17.040.819
Observaciones	Se requiere presupuesto detallado. No presenta programas o estrategias que permitan la auto-sostenibilidad del proyecto, por lo que se recomienda la formulación de programas de extensión o la entrega de productos patentados.	
Aprobación		NO APROBADO

PROFESORES Y HORAS APROBADAS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO:

NOMBRE DEL PROFESOR	NÚMERO DE HORAS SEMANALES APROBADAS
CAMILO FABIAN ROJAS	8 para desarrollar 1 solo proyecto con las dos líneas (E-sport y Game for Elders)
Cultura digital y videojuegos: Espacio académico deportivo de E-sports dentro	2

Dirección de Proyección Social- Lily Johana Tibarvija, lily.tibarvija@libertadores.edu.co 254 4750 Ext: 3009-3004 - Calle 63 A Nro. 15-94 Piso 4 Sede Policarpa

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS



de la Fundación Universitaria Los Libertadores	
GAMES FOR ELDERS	6

CONCEPTO GENERAL:

APROBADO CON AJUSTES

Se aprueba un solo proyecto con las dos propuestas del profesor Rojas; se requiere crear 2 líneas de trabajo una del E-sport y la otra de Game for Elders en el mismo proyecto.

En ajustes se deberá atender a los ajustes generales de los 8 puntos citados al inicio del presente documento y a las siguientes observaciones:

EVALUADOR 1:

El proyecto es pertinente frente a la problemática social que ha identificado, sin embargo no es claro el alcance para investigación y para proyección social, se requiere orientar con claridad los objetivos, acciones, indicadores, productos y resultados que se presentan para proyección social y los que se presentan para investigación.

Por otra parte, se requiere presentar de forma explícita si el proyecto esta o estará en desarrollo con el apoyo de la vicerrectoría de Investigaciones para determinar alcances académicos y financieros.

Requiere relacionar el número de horas para el docente y el equipo de trabajo con las actividades planeadas.

EVALUADOR 2:

Adicionar educación continua u otra estrategia para generar auto-sostenibilidad para el proyecto

Articular en un solo proyecto con E-sport y Game for Elders con 2 líneas de trabajo

Se requiere presupuesto detallado para las 2 líneas.

Se requiere presupuesto detallado.

No presenta programas o estrategias que permitan la auto-sostenibilidad del proyecto, por lo que se recomienda la formulación de programas de extensión o la entrega de productos patentados.

Anexo 28. Videos evento Los Gamers se toman el CRAI (ver carpeta)

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

Anexo 29. Tabla de autores

TABLA DE AUTORES		
Concepto	Autor	Idea
Comunicación Organizacional	Rae	Se utilizo el concepto de comunicación definido por RAE (Real Academia de Lengua Española).
	Santos	Se tiene en cuenta el concepto teórico brindado por la autora, que a pesar de que se brinden distintos conceptos de lo que significa la comunicación hay un punto en común la comunicación necesita de un emisor o fuente, un medio y un receptor para lograr comunicar.
	Berlo	El concepto de comunicación que aborda el autor sirve para la interpretación que buscamos de la comunicación organizacional, lo define como un proceso social fundamental que promueve una comunicación de diferentes niveles, formas, con diversos motivos,
	Andrade	Define la comunicación organizacional como una disciplina que estudia la forma en que se da la comunicación en las organizaciones facilitando la comunicación, el buen flujo de información y correcta ejecución de mensajes, en pro de los objetivos institucionales.
	Formanchuk	El autor explica que la comunicación y los métodos utilizados se encuentran en una Beta constante, tanto por los cambios que se dan a diario en nuestra sociedad, como por las nuevas tecnologías que van surgiendo y que tienen un impacto significativo en las organizaciones,
	Massoni	Aborda la comunicación en las empresas como comunicación estratégica, buscando que la comunicación sea un proceso mucho más integrador teniendo en cuenta la comunicación interna, comunicación externa y la Inter institucionalidad, buscando la transformación cognitiva en el marco de los objetivos institucionales, teniendo en cuenta todos los contextos.
	Serna	Se toma en cuenta conceptos de la Metodología de Planeación Estratégica, en cuanto al planteamiento de objetivos asignación de recursos para el cumplimiento de objetivos, así mismo se utiliza conceptos de estructuras básicas de la organización como su plataforma filosófica.
	Selznick	Se toma el concepto de cultura como el orden simbólico de formas compartidas de pensar, creer, percibir y evaluar.
	Morin	Concepto de relación Estrategia-Comunicación.
	Costa	Se toma el concepto de que el Dircom de las organizaciones tenga en cuenta 4 aspectos fundamentales al hablar de la

CULTURA GAMER Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO ACADÉMICO-DEPORTIVO DE ESPORTS

		comunicación en una empresa la identidad, cultura, comunicación e imagen.
Gestión del Diseño	Paredes	Es un pilar fundamental para la innovación empresarial que permite mejorar el desempeño competitivo y diferenciador.
	Best	Se concentra en pensar en la estrategia organizativa desde el punto de vista del diseño a fin de lograr mayor productividad.
	Lecuona	Habla de la necesidad de integrar al diseño dentro de la cadena de valor de las estrategias empresariales para lograr las metas corporativas.
	Cooper, Junginger & Lockwood	El uso del <i>design thinking</i> como una metodología de diseño necesaria para la gestión del diseño debido a la rápida conceptualización de los problemas e ideación de estrategias para solucionarlos.
	Rodriguez, Gonzales, Noy & Pérez	Incluir al diseño como parte de una metodología de diseño organizacional para estructurar las fases de un proyecto como: proyección estratégica, diseño de los procesos, diseño del modelo de gestión, diseño de la estructura, automatización e implementación en su contexto.
	Marin & Gomez	Propone el modelo de diseño estratégico aplicado una gestión efectiva de diseño que contribuye al desarrollo de perfiles de clientes y a proposiciones de valor a través de la investigación centrada en el usuario.
	Draft	Diseñar estrategias es vital para interactuar de forma correcta con el entorno competitivo y tener planes de respuesta efectiva para sistematizar las actividades empresariales.
	Raffo	La gestión del diseño necesita de la comunicación para para que exista una sinergia entre los administrativos y sus colaboradores, logrando así que vayan alineados con los mismos objetivos y los cumplan eficientemente.