

Introduzione. Gli eSports nel panorama contemporaneo

Vincenzo Del Gaudio
Università degli Studi di Salerno
vdelgaudio@unisa.it

Paolo Ruffino
University of Liverpool
p.ruffino@liverpool.ac.uk

1. L'orizzonte degli eSports

Il numero di Eracle dedicato agli eSports può sembrare una provocazione, e per certi versi lo è. Inserire un numero sugli eSports per una rivista che si occupa principalmente di studi sullo sport e le scienze sociali non è per nulla scontato. Proprio in un momento storico in cui si dibatte sia sul piano istituzionale che su quello teorico sull'appartenenza o meno degli eSports all'interno del novero degli sport tradizionale chiaramente la nostra è una scelta di campo che si basa su di una doppia matrice: 1) da un lato capire i rapporti che gli eSports intrattengono con la società contemporanea; 2) i modelli e i formati legati agli eSports e la messa a paragone di questi con gli sport tradizionali. Questa scelta non va vista però esclusivamente come una scelta di natura teorica atta a giustificare gli eSports all'interno degli sport studies o in quelli legati a sport e scienze sociali, lo scopo principale è quello di porre un problema rispetto alla messa a punto del rapporto tra mediatizzazione del mondo (Coludry & Hepp, 2018), mediatizzazione dello sport (Tirino, 2020) e videogiochi competitivi (Yong Jin, 2021). Questa scelta è legata al fatto che una grossa parte delle competizioni videoludiche, siano esse simulazioni sportive o meno, si inseriscono all'interno di una dialettica per cui sport e mediatizzazione giocano una partita fondamentale per il riconoscimento di nuovi modelli di fruizione e produzione sportiva oltre che per determinare un nuovo modello di atleta e di audience (Yong Jin, 2021). In questa direzione, gli eSports rappresenterebbero un'evoluzione dello sport tradizionale alla luce degli enormi cambiamenti determinati dai media digitali e dalla loro diffusione di massa. Questo implica anche un rapporto biunivoco che si radica molto prima del boom attuale degli eSports, ad esempio, da molti anni i videogiochi di simulazione sportiva, in particolare quelli motoristici, vengono utilizzati per l'allenamento dei piloti di Formula 1 diventando parte integrante dello sport tradizionale oltre ai tanti tecnici e collaboratori delle squadre di calcio che sempre più spesso si formano sul videogioco di calcio manageriale Football Manager prodotto dalla casa di software Sport Interactive (Beek & Verschueren Derom, 2021). Inoltre, la pandemia da covid-19 e il conseguente lockdown ha determinato un'accelerazione di processi di mediatizzazione profonda che già erano in atto nella società contemporanea portando gli eSports ad assumere alcune funzioni dello sport tradizionale. Infatti, l'impossibilità di praticare lo sport e, in particolare, l'impossibilità dello sport professionistico di proseguire le proprie attività ha determinato anche la sospensione dello spettacolo sportivo che ha causato, da un

lato una espansione del consumo di eSports, che, per un breve periodo, ha lasciato il canale di broadcasting Twitch.tv, e in generale la rete, per approdare a media tradizionali tematici come Skysport che si trovavano senza nessuna gara da trasmettere e, dall'altro, ha permesso al videogiocatore competitivo di entrare a pieno diritto nell'immaginario sportivo tradizionale. In questi termini, ultima questione su cui riflettere è la questione della *liveness* (Del Gaudio, 2020); ovvero la dimensione live dello sport che è decisiva per gli sport tradizionali e che diventa più complessa da definire per gli eSports. Infatti, se è evidente che, in quanto profondamente figli dei media digitali e della mediatizzazione, gli eSports possono vivere anche su dimensioni di *liveness digitale* (Auslander, 2012) per le quali non è più necessaria la presenza fisica del pubblico, allo stesso modo, è altrettanto evidente che tale dimensione rimane radicata al consumo contemporanea di eSports (la presenza dei tifosi diventa un discrimine fondamentale) tanto che, nonostante potesse essere giocato senza problemi anche durante la pandemia, alcune competizioni eSportive sono state rimandate proprio per la mancanza di pubblico (Calgaro, 2020).

2. Esport e universo videoludico

È evidente che la questione dei cosiddetti eSport, cioè di quelle competizioni, spesso agonistiche anche se non ancora codificate e istituzionalizzate da federazioni universalmente riconosciute, sia una questione fondamentale che interroga diversi campi del sapere umano e diverse competenze. Gli eSports sono uno di quei fenomeni, tipici dell'orizzonte dei media digitali e della mediatizzazione della società che essi implicano (Couldry & Hepp, 2017) e si innervano su un rapporto complesso tra uomo e interfaccia (Scolari, 2004, 2008). Tale rapporto è già ben definito dai game studies che mettono al centro delle loro analisi la relazione tra l'uso delle interfacce - siano esse manuali (Meneghelli 2011) o legate ad esperienze di realtà virtuale o aumentata (Arcagni, 2016) - e la percezione umana. D'altro canto, gli eSports, a differenza di altri fenomeni videoludici, trovano nell'agonismo e nella competizione una loro declinazione più propria (come bene comprende Auriemma nel suo saggio) che spinge l'analisi del fenomeno eSportivo a doversi relazionale anche con gli sport cosiddetti tradizionali (Mazza, Ruggiero, & Russo, 2019). Agonismo che è evidentemente caratterizzato da nuove forme di apprensione mediate da algoritmi e sistemi di misurazione della performance che incentivano il perfezionamento di una individualità quantificata, oltre che la competizione con altri eSportivi (Brock & Fraser, 2018). Infine, fondamentale per l'analisi degli eSports è la posizione che questi hanno all'interno dell'industria culturale. Questo perché, l'industria videoludica è oramai la prima industria dell'intrattenimento globale (Zackariasson & Wilson, 2012) e si basa non soltanto su forme di economia diretta: quei guadagni legato alla vendita di console, videogiochi, controller ecc. ma, altresì, anche su quelle forme di economia indiretta rappresentate dalla spettacolarizzazione del fenomeno videoludico in generale e eSportivo in particolare oltre all'economia generata da tornei e manifestazioni di vario genere (Wesley & Barczak, 2016). In questa nuova economia si inseriscono piattaforme digitali come Twitch.tv, divenuto negli anni il canale privilegiato per il consumo di eventi di eSports. Le piattaforme per l'intrattenimento come Twitch.tv si distinguono dalle esperienze precedenti per una forma di broadcasting che

lascia ampio spazio all'interazione degli spettatori, fattore che incentiva la ricerca dell'attenzione e la costruzione di nuove personalità dello spettacolo digitale (Taylor, 2018). Proprio per definire tale complessità economica e allo stesso tempo simbolica e culturale la studiosa americana Mia Consalvo, sulla scorta del concetto di "capitale culturale" coniato da Pierre Bourdieu, propone di utilizzare il concetto di capitale ludico (Game capital):

Credo che il concetto di capitale ludico fornisca un modo chiave per capire come gli individui interagiscono con i giochi, le informazioni sui giochi e l'industria dei giochi, e altri giocatori. Il termine è utile perché suggerisce una valuta che è per forza di cose dinamica, che cambia nel tempo e tra tipi di giocatori o giochi, i giochi non sono progettati, commercializzati o giocati in un vuoto culturale (Consalvo, 2007, p. 3).

Consalvo suggerisce di inserire nel concetto di capitale ludico tutte quelle forme di interazione, e di conseguenza di produzione economica, simbolica e culturale, determinate dalla relazione tra giocatore, gioco e ambiente culturale. Il concetto di capitale ludico, a nostro avviso, riesce a tenere conto di quella complessa rete di significati rappresentate dagli eSports: ogni partita, ogni torneo, in cui si sviluppano forme di agonismo producono a loro volta un capitale ludico spesso complesso da decifrare. Andando a guardare il fenomeno eSportivo con l'occhio lungo e affilato della produzione e consumo di capitale ludico ci si rende conto almeno di due cose fondamentali: 1) il fenomeno degli eSport può essere considerato, di fatto, coevo con la nascita del videogioco, laddove il videogioco ha da sempre incentivato la competizione e l'agonismo come parte fondamentale del videogiocare. Sin dall'inizio possiamo distinguere due modalità diverse dell'agonismo ludico: la prima rappresentata dal giocatore che gioca contro il gioco, il computer, l'algoritmo, in modo da raggiungere il punteggio più alto possibile rispetto agli altri giocatori; la seconda in cui i giocatori giocano uno contro l'altro nell'ambiente creato dal gioco stesso. Chiaramente queste forme proto-eSportive si differenziano dai modelli eSportivi contemporanei sia perché esse avevano sicuramente un grado inferiore di spettacolarizzazione ed erano legate a forme primordiali di agonismo spesso privo di regole precise, sia perché la diffusione dei media digitali di massa, e in particolare della rete, ha prodotto un cambiamento decisivo sia nelle forme di produzione che di consumo del capitale ludico. 2) Gli eSports mettono in discussione il concetto stesso di sport in quanto essi condividono con gli sport tradizionali alcune caratteristiche di base tanto da metterne in questione ontologico, ammesso che uno statuto ontologico possa essere definito una volta e per tutte al di fuori di condizioni storico-sociali ben definite. La questione diventa: gli eSport possono essere considerati veri e proprio sport? a quali condizioni? Questa domanda è ancora più urgente laddove negli ultimi anni la richiesta di riconoscimento degli eSports da parte del CIO e, di conseguenza, l'apertura alla partecipazione degli eSports alle olimpiadi diventa sempre più insistente, tanto che nel settembre 2022 gli eSports debutteranno ai giochi asiatici. Gli eSports, allora mettendo in discussione l'ontologia dello sport tradizionale, aprono a forme sportive che vanno sempre testate sul piano storico, culturale e sociale. Inoltre, al fine del riconoscimento del capitale ludico come considerare le forme di gamification del reale (Viola, 2011; Vesa, 2021; Bittanti & Zilio, 2016). È possibile pensare a quelle forme di agonismo ludico create ai fini di aumentare l'efficacia negli ambiti più disparati (dall'educazione all'aumento della produttività) come

particolari forme esportive? A nostro avviso, la mancanza di pubblico nel secondo caso e la mancanza di istituzionalizzazione delle regole rappresenta una differenza invalicabile che demarca un territorio sì complesso ma allo stesso tempo ben definito. In questi termini, per definire il fenomeno eSportivo lo spazio del gaming si intreccia indissolubilmente con quello delle audience e dei fenomeni ad esse collegabili (cosplaying, fandom ecc. ecc.).

Ad esempio, quando nel 2019 il campione di Fortnite Jarvis Kaye viene espulso dal gioco con l'accusa di aver barato, la sua confessione su Twitch e su Youtube ha rappresentato un momento decisivo per la giovane storia degli eSports. Il giocatore confessava di avere usato un bot per migliorare le sue prestazioni mostrandosi sotto shock a tutta la sua comunità di fan per la decisione della casa di produzione del gioco. Questo evento mette in luce da un lato come il professionismo all'interno degli eSports sia un argomento molto complesso da trattare (al momento i giocatori pro sono veri e propri atleti ma la loro figura non è riconosciuta su di un piano istituzionale né tanto meno da un qualche forma di sindacato di categoria) e dall'altro la questione del doping digitale che diventerà sempre più importante per la crescita del fenomeno esportivo.

3. eSports e orizzonte dello sport

La questione della relazione tra eSports e sport tradizionali può essere impostata a partire da diverse prospettive (Lee & Schoenstedt, 2011). In prima istanza essa può essere impostata su di un piano ontologico, ovvero definire ontologicamente cos'è sport e cosa non lo è per vedere se gli esports soddisfano tale definizione (Olrich, Keiper, Douglas Manning, & Jenny, 2016). Altra possibilità è quella di provare a definire il concetto di sport su di un piano storico-culturale: provare a capire cioè cosa definisce lo sport in una particolare epoca storica per capire se gli eSports si avvicinano a tale formulazione. Una delle possibili strategie è quella di vedere in che misura gli eSporter e, in particolare quelli pro, possano essere considerati degli atleti. È evidente, almeno ad una analisi superficiale, che gli eSporter compiano alcuni sforzi fisici oltre che di coordinazione occhio-mano, e che questi possono essere messi a paragone con quelli degli atleti tradizionali sia sul piano dell'intensità che dello sviluppo delle capacità di reazione agli stimoli e della coordinazione. Inoltre, questi sforzi sono da mettere in relazione con un substrato agonistico legato alla vittoria che è al centro del concetto di sport e che nutre lo sforzo degli eSporter. È chiaro, dunque, che sia per gli eSports che per gli sport tradizionali al centro ci sia il corpo del giocatore che diventa lo spazio e lo strumento grazie a cui produrre performance sportiva. Come hanno dimostrato gli studi di Ingo Fröbose il corpo dell'esporter professionista deve essere allenato in forma olistica, come quello di un atleta tradizionale, e partire da questo è possibile mostrare come il giocatore pro di videogiochi faccia sforzi e si sottopone ad un allenamento ferreo come un atleta tradizionale (Fröbose, 2014). Chiaramente se per la versione professionistica si può mettere a paragone il rapporto tra corpo e agonismo degli esporter e gli atleti tradizionali per quanto riguarda la pratica amatoriale la situazione si complica in quanto spesso giocare molte ore implica fare una vita sedentaria che non produce gli stessi benefici al corpo rispetto agli sport tradizionali (Happonen & Minashkina, 2019).

Proprio seguendo questa direzione Barbara Mazza, partendo da una vasta bibliografia di riferimento, ricorda come gli eSports per essere considerati alla stregua degli sport tradizionali devono soddisfare una serie di criteri (Mazza, 2021):

1. Includere un elemento di competizione
2. Non affidarsi a nessun elemento di fortuna specialmente integrato nello sport
3. Non essere pericoloso per la salute e la sicurezza dei suoi atleti o partecipanti
4. Non essere dannoso in alcun modo per alcuna creatura vivente
5. Non fare affidamento su attrezzature fornite da un unico fornitore (Mazza, 2021, p. 20).

Il terzo e il quarto punto chiaramente sono quelli che creano l'attrito più importante rispetto alla pratica eSportiva. Per quanto riguarda il terzo punto decisiva ancora una volta risulta essere la dialettica tra professionismo e amatorialità in quanto questi due modelli spesso producono due risultati diversi sulla salute dei praticanti e, ancora, anche per il professionismo la carriera degli eSporter ha una durata molto minore nel tempo rispetto alla maggior parte degli sport tradizionali in quanto la media degli eSports è estremamente usurante per il corpo (ancora Fröbose sta lavorando per aumentare la durata degli atleti eSportivi la cui carriera in media finisce intorno ai 25 anni). È chiaro però che alcuni problemi fisici che il videogiochi potrebbe produrre non possono esclusivamente essere messi in relazione con gli eSports in quanto essi rientrano in tutta una serie di pratiche che sono collegabili al videogiochi ma non sono per esso necessarie. Inoltre, molte pratiche sportive tradizionali, a determinate condizioni, possono produrre danni a chi li pratica sia in forma amatoriale che professionistica. Per quanto riguarda il punto quarto, rispetto ai danni prodotti ad altri esseri viventi, questa questione va messa in relazione con i modelli produttivi dei media digitali che spesso sono poco sostenibili e dannosi per l'ambiente (Cubitt, 2016). Chiaramente questo tipo di obiezione è estendibile anche agli sport tradizionali, soprattutto nella loro versione istituzionalizzata e professionistica in cui spesso l'energia per svolgere le gare, per lo spostamento degli atleti, per gli allenamenti ecc. non viene prodotta seguendo processi sostenibili.

Infine, il rapporto può essere posto sul piano delle audience per capire in che modo queste reagiscano agli eventi sportivi ed eSportivi. Chiaramente i due modelli differiscono sia sul piano dell'esperienza (Yong Jin, 2021; Southern, 2017) che su quello della partecipazione. Proprio perché legato ai media digitali il livello di partecipazione delle audience di eSports tiene conto della convergenza digitale e delle modificazioni delle audience che questa implica (Fanchi, 2014; Tirino 2020); proprio di questo si occupa il saggio di Maria Rosaline e Tanja Välisalo che mostra come le audience degli eSports seguano modelli molto vicini a quelli delle audience digitali producendo particolari forme di Fandom. In altri termini, al netto di considerare o meno gli eSport alla stregua degli sport tradizionali, questi pongono un problema di riconoscimento culturale all'interno di un panorama sportivo sempre più mediatizzato (Bifulco & Tirino, 2019) e, anzi, la prospettiva eSportiva, proprio perché prodotta e germinata dalla mediatizzazione crescente dell'esperienza sportiva, può essere un osservatorio privilegiato per comprendere i rapporti tra sport, società e media.

4. Eracle e gli eSports

I contributi pubblicati su questo numero di Eracle variano per temi affrontati, metodologie, e letteratura di riferimento. L'articolo "eSport Fandom in the Age of Transmedia: The construction of meaning in the reception of the Overwatch League", di Maria Ruotsalainen e Tanja Välisalo (della University of Jyväskylä, Finlandia) attinge alla letteratura di studi sociali sulle culture fandom legate allo sport e alle esperienze mediatiche (Jenkins, 2006; Taylor, 2009; 2012; Tosca & Klastrup, 2020). In particolare, lo studio si occupa di capire le dinamiche che portano gli appassionati e appassionate del videogioco Overwatch a costituire delle comunità di riferimento per seguire i tornei eSports del gioco di combattimento e strategia di "Blizzard".

Lo studio si basa sui dati raccolti coinvolgendo 397 partecipanti da 24 nazioni diverse. L'analisi dei dati indica alcune tendenze. Innanzitutto, persiste l'importanza della localizzazione dei club e società di eSports. Le squadre che competono nei tornei di Overwatch sono legate territorialmente a città e nazioni di riferimento (principalmente con sede negli Stati Uniti, Canada, Regno Unito, Francia, Sud Corea e Cina). I gruppi studiati da Ruotsalainen e Välisalo organizzano la propria socialità attraverso internet, e sono legati solo in parte da una comunanza territoriale. Eppure, l'appartenenza territoriale di una certa squadra è ancora un aspetto dominante nelle motivazioni che portano gli appassionati a scegliere il loro club di riferimento. Da questo punto di vista l'industria degli eSports sembra voler ricalcare dei modelli precostituiti di fandom, sebbene la sua natura digitale renda non più necessaria l'affiliazione territoriale. Le studiose inoltre notano come l'affiliazione con un giocatore specifico sia fondamentale per mantenere la motivazione a seguire i tornei di eSports. Gli appassionati legati ad un giocatore o giocatrice di Overwatch tendono a entrare in contatto con l'atleta digitale e a mantenere un'attenzione costante durante la stagione. Infine, lo studio evidenzia come il fandom degli eSports sembri ricalcare le dinamiche, i valori e i significati di chi segue gli sport in generale. Più precisamente, si può concludere che i due mondi si somigliano sempre più nelle loro pratiche di consumo.

Parte da una simile considerazione anche lo studio di Barbara Mazza e Alfredo de Martini (Università di Roma La Sapienza), intitolato Calcio e eSports: un connubio ideale. Partendo da studi su sport, comunicazione e branding (si veda Jenny et al. 2018; Mullin, Hardy, & Sutton, 2014), l'articolo osserva come tra gli appassionati di calcio si stia verificando un vero e proprio gap generazionale: le fasce di età più giovani, solitamente propense a seguire il calcio e gli eventi ad esso affiliati, sembrano essere sempre meno interessate a replicare le abitudini di consumo tradizionali, secondo recenti sondaggi. La ricerca indaga dunque le strategie adottate da alcuni club di calcio italiani per avvicinare le nuove fasce di spettatori e spettatrici. Lo studio adotta due metodologie parallele. Da un lato si basa su interviste condotte nel 2021 con rappresentanti del settore media di 9 club calcistici italiani. Parallelamente e nello stesso periodo gli studiosi hanno analizzato i contenuti pubblicati dalle società sui social media e su Twitch, tenendo traccia dei numeri del fan engagement.

Lo studio di Mazza e de Martini dimostra come l'interesse verso il mondo dei social e verso i canali di eSports sia sempre più centrale nelle strategie di comunicazione delle società di calcio. La generazione millennial e Gen Z è attratta verso il prodotto calcistico attraverso una strategia

di convergenza mediatica che va oltre lo spazio e il tempo dedicati alla partita ufficiale, e arriva ad occupare una varietà di media. Instagram, ad esempio, si rivela essere una piattaforma ideale per creare contenuti che invitano ad una reaction da parte degli utenti, mentre Twitter e Facebook si distinguono come canali per creare *awareness* sulle attività legate al brand. I contenuti digitali contribuiscono ad una affiliazione duratura delle nuove generazioni di spettatori e spettatrici. Gli eSports giocano un ruolo fondamentale. Per alcuni club, diventano parte di una strategia di diversificazione che mira a creare occasioni di affiliazione con fasce di pubblico che non sarebbero altrimenti raggiunte dall'evento calcistico. Per chi è già affiliato ad un club, gli eventi di eSports diventano un ulteriore motivo di affiliazione e di engagement con la società sportiva. Lo studio conclude che gli eSports possono rappresentare per l'industria calcistica italiana un'occasione per recuperare il distacco con i club europei a livello economico, attirando nuovi sponsor e nuove fasce di utenti. Sono anche l'occasione per rispondere ad una mutazione socio culturale nel consumo di eventi sportivi che sta allontanando le nuove generazioni.

Le influenze tra sport tradizionali ed eSports coinvolgono anche aspetti più settoriali della loro mediatizzazione. Uno tra questi è il commento dal vivo dell'evento (e)sportivo. Riccardo Retez (Università IULM di Milano) approfondisce questa dimensione della cultura degli eSports nel suo articolo dal titolo *Giocare a commentare: Il nuovo giornalismo eSportivo tra questioni di genere*. In particolare, Retez si sofferma su un caso di studio che destabilizza la questione di genere all'interno della cultura videoludica, dimostrando come gli eSports possano aprire spiragli per criticare il maschilismo sottostante alle culture sportive. Retez analizza il caso di Indiana "Froskurinn" Black, popolare commentatrice della League of Legends European Championship (LEC), dichiaratamente omosessuale.

Il caso di Froskurinn diventa un oggetto di studio ideale per analizzare il rapporto tra telecronismo sportivo ed eSports, e le questioni di genere legate alla cultura del videogioco e dello sport in generale. Il caso di studio di Retez si inserisce in un contesto mediatico, quello dello streaming di eventi eSports, che presenta delle caratteristiche innovative nel panorama del consumo di eventi sportivi. Retez si rivolge alla letteratura che ha analizzato Twitch.tv e altri canali di diffusione degli eventi esportivi (Taylor, 2018; Woodcock & Johnson, 2019). Discute la differenziazione tra *shoutcaster* (commentatore/trice che descrive l'evento in maniera generale) e *colorcaster* (di solito un o una ex-professionista di eSports, che fornisce commenti più analitici e specifici). Il commento live ha dunque la duplice funzione di introdurre l'evento ad un pubblico meno specializzato e catturare la specificità della performance, all'interno di un sistema di diretta streaming che incentiva a seguire più eventi contemporaneamente, caratterizzato quindi da un'economia dell'attenzione molto dispersiva. In questo ambiente mediatico il caso di Froskurinn apre spiragli verso una politica di inclusività, verso cui la comunità eSport sembra essere ricettiva. Un numero sempre crescente di donne e di giocatori e giocatrici non conformi alle identità dominanti sembra affacciarsi sulla scena degli eSports. La tendenza non risolve ancora del tutto la diversificazione della scena eSports. Persiste, in ogni caso, una predominanza di giocatori maschi, bianchi, ed eterosessuali, e una cultura maschilista e aggressiva che non facilita l'apertura verso una diversità di genere. La scena eSports è dunque ancora in una fase di trasformazione, ma sembra offrire contesti di apertura e critica maggiori della scena sportiva tradizionale.

Infine, il saggio di Paolo Ruffino utilizza le categorie legate ai game studies per leggere i videogiochi di simulazione motosportiva a partire dalle dinamiche legate al pensiero posthuman. In particolare Ruffino ragiona su quella che vengono chiamate mixed reality (Benford & Giannachi, 2017) a partire dalla possibilità di leggere la realtà quotidiana come una realtà già altamente digitalizzata e quindi che produce un'esperienza sempre mista tra vita quotidiana e vita digitale. Inoltre, partendo da quella che viene riconosciuta come “La mossa di Pagenaud”, ovvero una mossa suicida che il pilota Simon Pagenaud ha compiuto durante una gara di Indycar giocata a causa della pandemia da covid-19 sul simulatore *iRacing*, Ruffino ragiona sul confine tra umano e non umano per mettere a fuoco alcuni problemi centrali degli eSports. La convergenza tra umano e non umano si accompagna ad un avvicinamento, sia a livello culturale che tecnico, tra la pratica spettatoriale con quella da atleta e consumatore attivo dell'evento e-sportivo. Al tempo stesso assistiamo ad una progressiva automazione dell'attività sportiva, ad esempio con l'introduzione di Robocars che gareggiano indipendentemente dalla presenza di piloti umani, e di sistemi di intelligenza artificiale che simulano le performance degli atleti eSport. Il saggio giunge alla conclusione che, seguendo Baudrillard, gli eSports si basano su una particolare commistione di reale e simulato tipica della contemporaneità.

Bibliografia

- Arcagni, S. (2016). *Visioni digitali*. Torino: Einaudi.
- Auslander, P. (2012). Digital Liveness: A Historico-Philosophical Perspective. *PAJ: A Journal of Performance and Art*, 34(102), 3-11.
- Calgaro, G. (2020). *Gli eSports al tempo del Coronavirus: quando l'intrattenimento è digitale*. <https://esports.gazzetta.it/senza-categoria/15-04-2020/gli-esports-al-tempo-del-coronaviruss-quando-lintrattenimento-e-digitale-57505>
- Consalvo, M. (2007). *Cheating Gaining Advantage in Videogames*, Cambridge, London: MIT press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2018). *The Mediated Construction of Reality* Cambridge: Polity.
- Beek, R.M., Verschueren, J. F., & Derom, I. (2021). Soccer Esports in Europe: Brands, Partnerships, and Business Opportunities in Professional Football. In S. Andrews & C. Crawford (Eds.), *Handbook of Research on Pathways and Opportunities Into the Business of Esports* (pp. 104-128). Hershey: IGI Global.
- Bifulco, L., & Tirino, M. (Eds.). (2019). *Sport e Scienze Sociali. Fenomeni sportivi tra consumi, media e processi globali*. Roma: Rogas.
- Bittanti, M., & Zilio, E. (2016). *Oltre il gioco. Critica della ludicizzazione urbana*. Milano: Unicopli.

- Brock, T. & Fraser, E. (2018). Is computer gaming a craft? Prehension, practice, and puzzle-solving in gaming labour. *Information, Communication & Society*, 21(9), 1219-1233.
- Cubitt, S. (2016). *Finite Media. Environmental Implications of Digital Technologies*. Durham: Duke University Press.
- Del Gaudio, V. (2020). *Theatron. Verso una mediologia del teatro e della performance*. Roma: Meltemi.
- Fanchi, M. G. (2014). *L'audience: storia e teorie*. Roma: Laterza.
- Fröbose, I. (2014). We don't want to tell them to stop playing games, <https://www.eslgaming.com/interview/we-dont-want-tell-them-stop-playing-games-professor-ingo-frob%C3%B6se-training-esports-1547>
- Happonen, A., & Minashkina D. (2019). *Professionalism In Esport: Benefits In Skills And Health & Possible Downsides*. Lappeenranta: LUT School of Engineering Science.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where old and new media collide*. New York: NYU Press.
- Jenny, S. E., Keiper, M. C., Taylor, B. J., Williams, D. P., Gawrysiak, J., Manning, R. D., & Tutka, P. M. (2018). eSports venues: A new sport business opportunity. *Journal of Applied Sport Management*, 10(1), 34-49.
- Lee, D., & Schoenstedt, L. J. (2011). Comparison of eSports and Traditional Sports Consumption Motives. *CHPER-SD Journal of Research* 6(2), 39-44.
- Mazza, B. (2021). Per una tassonomia dei videogiochi competitivi. In B. Mazza, C. Ruggiero, & P. Russo (Eds.). *Il mondo degli eSports. Attori, processi, regole e mercato* (pp. 17-31). Firenze: Edit.
- Mazza, B., Ruggiero, C. & Russo, P. (2021). *Il mondo degli eSports. Attori, processi, regole e mercato*, Firenze: Edit.
- Meneghelli, A. (2011). *Il risveglio dei sensi. Verso un'esperienza di gioco corporea*. Milano: Unicopli.
- Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. (2014). *Sport marketing 4th edition*. Champaign: Human Kinetics.
- Olrich, T., Keiper, M., Douglas Manning, R., & Jenny, S. (2016). Virtual(ly) Athletes: Where eSports Fit Within the Definition of "Sport", *Quest*, 69(1), 1-18.
- Southern, N. (2017). *The rise of eSports: A new audience model and a new medium?* <https://www.csustan.edu/sites/default/files/groups/University%20Honors%20Program/Journals/southern.pdf>

- Scolari, C. (2004). *Hacer clic: Hacia una sociosemiótica de las integraciones digitales*. Barcellona: Gedisa.
- Scolari, C. (2015). Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces. *Palabra Clave*, 18(4), 1025-1056.
- Taylor, T.L. (2009). *Play Between Worlds: Exploring online game culture*. Cambridge: MIT Press.
- Taylor, T.L. (2012). *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*. Cambridge: MIT Press.
- Taylor, T. L. (2018). *Watch me play: Twitch and the rise of game live streaming*, Princeton: Princeton University Press.
- Tirino, M. (2019). La mediatizzazione dello sport. In L. Bifulco, & M. Tirino (Eds), *Sport e Scienze Sociali. Fenomeni sportivi tra consumi, media e processi globali* (pp. 148-175). Roma: Rogas.
- Tirino, M. (2020). *Postspettatorialità. L'esperienza del cinema nell'era digitale*. Milano: Meltemi.
- Tosca, S., & Klastrup, L. (2020). *Transmedial Worlds in Everyday Life. Networked Reception, Social Media and Fictional Worlds*. New York: Routledge.
- Viola, F. (2011). *Gamification. I videogiochi nella vita quotidiana*, Milano: Arduino Viola.
- Vesa, M. (2021). *Organizational Gamification. Theories and Practices of Ludified Work in Late Modernity*. London & New York: Routledge.
- Wesley, D. & Barczak, G. (2010). *Innovation and Marketing in the Video Game Industry: Avoiding the Performance Trap*. London & New York: Routledge.
- Woodcock, J. & Johnson, R. M. (2019). The Affective Labor and Performance of Live Streaming on Twitch.tv. *Television & New Media*, 20(8), 813-823.
- Yong Jin, D. (2021). *Global Esports Transformation of Cultural Perceptions of Competitive Gaming*. London: Bloomsbury.
- Zackariasson, P. & Wilson, T. (2012). *The Video Game Industry. Formation, Present State, and Future*. London & New York: Routledge.