



Universidad de Valladolid
Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Comunicación y deporte electrónico: reportaje
multimedia sobre una industria en crecimiento.**

Alejandro García Benito

Tutora: Cristina Renedo Farpón

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de
América y Periodismo**

Curso: 2023-24

Resumen:

El objetivo de este TFG es plasmar el tratamiento de los Esports (deportes electrónicos) en plataformas de streaming, redes sociales y medios de comunicación tradicionales, que año tras año buscan la fórmula de adentrarse en este sector y atraer a un público acostumbrado a otro hábito de consumo. El trabajo tratará de recopilar la historia de este gremio desde el surgimiento de los primeros comentaristas deportivos y videojuegos hasta que estos profesionales comenzaron su andadura en los mismos, originando así las primeras competiciones que contaban con una retransmisión propia. En la actualidad este formato ha ido evolucionando hacia otros métodos de difusión como Watch Parties o Co-Streamings que comparten espacio con las emisiones oficiales de cada uno de los campeonatos que pueden ser administradas por la propia compañía desarrolladora del videojuego o una empresa independiente como es el caso de la LVP en España que forma parte del grupo Mediapro.

Palabras clave: Deportes electrónicos, Redes sociales, Comentaristas, Medios de comunicación, plataformas de *streaming*.

Enlace al reportaje: <https://alex-co.shorthandstories.com/comunicacion-y-deporte-electronico-reportaje-multimedia-sobre-una-industria-en-crecimiento/index.html>

Abstract: The TFG aim is to capture the Esports treatment on the streaming platforms, social media and traditional channels, which year by year tend to get into the area and attract people who are used to other types of getting information. This essay will show the guild history since the first sports and video games casters and how they start to raise up in the field, occasioning the first competitions which have their own live broadcast. Nowadays, this format has been evolving to other dissemination methods for instance, Watch Parties and Co-streamings, which share the field of all the tournaments with the official transmission, which may be managed by the video game developer company or by an independent company, for example the Spanish LVP who is a Mediapro member.

Keywords: Esports, social media, casters, media, streaming platforms.

Link to the report: <https://alex-co.shorthandstories.com/comunicacion-y-deporte-electronico-reportaje-multimedia-sobre-una-industria-en-crecimiento/index.html>

Dedicatoria:

Quería agradecer en primer lugar a mi madre por hacer todos los esfuerzos necesarios para poder cumplir mi sueño, gracias a Jero por ayudarme e interesarse por cada día, cada entrevista y por sus consejos, gracias a mi hermano por todas las recomendaciones y por ser mi guía en este trabajo; una persona a la que poder consultar en cada momento para recibir una opinión sincera.

Gracias a mis amigos por interesarse, por mostrarme todo el ánimo del mundo y ser un punto de apoyo en cada día desde que comencé a estudiar lo que me apasiona. Pero como hablar de amigos, sin mencionar a los que he hecho durante estos cuatro años, muchas gracias a todos y cada uno por ser un motivo más por el que trabajar y llegar a la meta.

Gracias a mi novia Irene por conseguir que dé lo mejor de mí, incluso cuando no me veía capaz y ser mi motivación en este último año para lograr todas mis metas.

Gracias a ellos, por hacerme feliz y ayudarme a conseguirlo.

Por último, quería agradecer a mi tutora Cristina por estar siempre presente y resolver en todo momento mis dudas, problemas e indecisiones. Sé que también es un proceso duro para ella y por eso quería visibilizarlo y agradecer todo su trabajo.

Índice

1. Introducción	6
2. Justificación.....	6
3. Marco teórico	7
3.1 Orígenes y evolución de los e-sports.....	7
3.2 Influencia de los videojuegos en la cultura popular y creación de nuevos perfiles profesionales	10
Nuevos modelos comunicativos en el marco de los deportes electrónicos	11
3.3 El reportaje multimedia.....	13
4. Plan de trabajo	14
5. Conclusiones.....	18
6. Referencias bibliográficas	18

1. Introducción

El presente Trabajo de Final de Grado está realizado entorno al ámbito de los deportes electrónicos con el objetivo principal de investigar y representar el tratamiento de estos en los medios de comunicación, desde los más novedosos como plataformas de streaming hasta los medios tradicionales. Teniendo en cuenta también la cobertura en redes sociales.

El documento reflejará a su vez la evolución del sector desde los primeros comentaristas deportivos del deporte tradicional, seguido del surgimiento de los videojuegos hasta la aparición de los denominados “casters” que narraban las incipientes competiciones de juegos como el “StarCraft” o el “World of Warcraft” entre otros.

2. Justificación

Durante los tres primeros años siempre estuvo presente la conversación de cuál sería el tema de nuestro Trabajo de Fin de Grado, nunca lo he tenido del todo claro, me abrumaba la idea de que ya todo el mundo tuviera una idea de cómo sería su trabajo y en mi cabeza no rondaba ni la más mínima inspiración que me ayudara a decidir. Por ello partí de una premisa muy simple a la par que importante: “Un ejercicio de estas características debe de tratar sobre un tema que sea de tu agrado, algo que te apasione y te motive, enseguida apareció sobre mi cabeza una bombilla que me dejó un claro camino hacia los deportes electrónicos, una de mis pasiones, disfruto y vivo cada encuentro como quién disfruta con los partidos de fútbol de su equipo favorito. Sin ser un grana apasionado de los videojuegos, los deportes enfocados en ellos me han hecho sentir esa misma sensación que recorría el cuerpo del pequeño Alejandro cada vez que su equipo de fútbol se encontraba ante una gran cita o salía victorioso de un partido importante. Esos nervios que hacían que el día anterior durmieras con el ansia de despertar pensando en que llegara cuanto antes esa cita tan crucial que depararía tu estado de ánimo mínimo en ese día. Por ese motivo sentí que un tema con el que me sentiría cómodo y motivado sería este, forma parte de mi vida y me apasiona, lo trato con amigos y en redes sociales con el resto de fans, me informo todos los días a cerca de las noticias que han podido surgir en el sector y es por ese mismo motivo que me gustaría representar como tratan estos medios y nuevos comunicadores esta incipiente información deportiva.

3. Marco teórico

Desde los primeros videojuegos hasta la actualidad, este trabajo tratará de estudiar la cobertura de los deportes electrónicos hasta su profesionalización hoy en día. La implantación de los mismos como tema de interés en los medios de comunicación y redes sociales donde el espectador ha cobrado protagonismo en su figura como prosumidor, dando lugar a la aparición de creadores de contenido, streamers, casters, youtubers etc. (Ewalt, 2014).

3.1 Orígenes y evolución de los e-sports en los medios

Angel Torres-Toukourmidis (2022) Realiza un registro de los orígenes de los videojuegos y su trato en los medios de comunicación, principalmente en un contexto norteamericano, debido al origen de la industria en el país: Los orígenes de los deportes electrónicos se remontan a la década de 1980 con el surgimiento de numerosos eventos competitivos. El periodista norteamericano Tristan Donovan, especializado en videojuegos y autor del libro *Replay: The story of the video games* (2010), considera el “Intergalactic Space Warfare Olympics” celebrado en 1972 en la universidad de Massachusetts, el primer torneo de videojuegos de la historia. Los estudiantes midieron sus habilidades en el conocido *Space Wars* un videojuego clásico de la época con el afán de conseguir el modesto premio de una suscripción para la revista *Rolling Stone*. Aunque el torneo que aconteció en Massachusetts fuese el germen del movimiento, el que verdaderamente está considerado como primer torneo o competición de *e-sports* de la historia es el evento organizado por la marca de videojuegos estadounidense Atari, un torneo de *Space Invaders* en Nueva York en el que más de 10.000 jugadores se reunieron para tratar de alzarse con la victoria (Kent, 2022). La competición llamó la atención de los medios de comunicación, los cuales accedieron a darle repercusión en sus espacios, lo que originaría la relación entre este sector de entretenimiento y la prensa, la radio y los canales televisivos de la época. En los siguientes eventos organizados por la desarrolladora de videojuegos, fueron precisamente los medios de comunicación los que impulsaron iniciativas para poner en marcha programas como *That's incredible!* emitido desde 1980 hasta 1984, que reunía las mayores hazañas deportivas y artísticas de la época, desde elefantes que jugaban al fútbol a las grandiosas habilidades de distintos jugadores en las ya casi extintas recreativas. Otro ejemplo de esta clase de programas fue *Starcade* emitido

de 1982 hasta 1984, siendo este un formato mucho más leal a los videojuegos que consistía en una competición entre dos jugadores, que iban sumando a un marcador los puntos obtenidos en los distintos videojuegos en los que participaban, desde el famoso *Pac-man* hasta el ya nombrado *Space Invaders*. El jugador que lograra una máxima puntuación al final de ese mismo programa se convertía en el ganador de la fecha.

En el año 1984 e intentando aprovechar la repercusión mediática de un evento deportivo como los Juegos Olímpicos celebrados en Los Ángeles, Twin Galaxies, una empresa dedicada a recoger récords en el sector de los videojuegos organizó el evento más importante hasta la fecha, el *Video Game Masters Tournament* (Álvarez, 2019), con el objetivo de generar los puntajes que entrarían en el *Libro Guinness de los Récords* de ese mismo año. Fue la competición de mayor prestigio en la época, llegando a organizar más ediciones en los años siguientes hasta 1987.

Un hecho como la aparición de empresas como Twin Galaxies, que aportaba difusión e información sobre todas las estadísticas, torneos y jugadores desde su origen en 1891, supusieron un gran paso en la evolución de la consideración deportiva de este tipo de entretenimiento a la vez que marcaban una senda de creciente interés a una audiencia creciente (Kent, 2001).

También, podemos observar la difusión de la prensa de noticias relacionadas con el incipiente mundo de los videojuegos, como pueden ser la ya histórica entrevista que realizó en 1981 la revista *Time* al adolescente Steve Juraszek tras batir un lograr el jugar una misma partida durante de 16 horas seguidas (Adilman,1983.), o el reportaje publicado por la revista *Life* en el salón de juegos oficial de la empresa Twin Galaxies, charlando y entrevistando a sus jugadores estrella (Burnham, 2001) y al considerado como mejor jugador del año según el libro Guinness (Kent, 2001).

Los años 90 abrieron paso a la consolidación de los deportes electrónicos. Los avances de la tecnología implementados en la industria del videojuego dieron la posibilidad de transferir datos de los mismos o incluso el programa completo de una manera fácil y sencilla. Introducidos ya en un contexto totalmente digital fueron amplias las oportunidades para hacer crecer el circuito competitivo, la organización de eventos, ligas y torneos en los que los aficionados y ya profesionales podrían competir incluso de manera online.

Empresas tan grandes como Blizzard Entertainment o Nintendo dieron pie a los primeros campeonatos mundiales en 1990 y 1994. Esta primera, desarrolló en marzo del año 1998 el videojuego *StarCraft*, considerado primer e-sport de la historia, precedido de *Netrek*, el primer juego en línea de la historia según la revista *Wired* en el año 1993. (Kelly, 1993). Estados Unidos mantuvo durante esta época una importante base que sostuvo la escena y el interés de los usuarios y jugadores, desde concursos y competiciones hasta ferias y espacios que promovían las relaciones comerciales entre los profesionales del sector y empresas como es el caso de la Electronic Entertainment Expo, más conocida mediante su abreviatura “E3”. El evento comenzó en el año 1995 siendo un escaparate al público de estrenos y novedades en los videojuegos, en el año 2017 abrió sus puertas a un público general y se convirtió en un referente mundial para esta clase de eventos, habiéndose celebrado el último de ellos en el año 2021, dando fin a este reconocido icono para los amantes de las consolas (Hutchins & Rowe, 2012).

En el año 2000 tuvo lugar la considerada como la mayor competición internacional de aquellos tiempos, el World Cyber Gamer, coincidiendo con el primer torneo del ya mencionado *StarCraft* el juego de estrategia online sería *best seller* con más de 1,5 millones de copias vendidas solo en su año de salida que se complementaría con otros 9,5 millones en los diez años siguientes a su debut. Este juego es el padre de todo el movimiento en el sector de los *e-sports*, marcando un precedente de globalización (Wagih, 2021), un ejemplo de esto es la cifra de 4,5 millones de copias totales registradas en Corea del Sur, el país que abanderó la profesionalización de este sector, la capital de los deportes electrónicos (Red Apple Entertainment, 2006). Los jugadores son considerados auténticas estrellas en el país, por ello existe una organización profesional que regula su actividad y a su vez la del resto de trabajos y puestos relacionados con la misma: la organización y arbitrariedad de las competiciones y la estructuración de una federación oficial que representa al país con la participación de su selección en eventos de tanta relevancia como lo son los conocidos Asian Games, el equivalente a unas olimpiadas entre los países asiáticos para demostrar su habilidad en los videojuegos con el objetivo de hacerse con una medalla de consideración olímpica.

Todo el movimiento generado por el videojuego de Blizzard ha sido un antes y un después en el sector, y ha alisado el terreno a los siguientes referentes de los deportes electrónicos hasta la actualidad (Wagih, 2021) como son *League of Legends* (LOL), *Counter Strike*, *Defender of the Ancients 2* (DOTA2) o *Valorant*. El primero de estos, lanzado en el año

2009 por la empresa estadounidense Riot Games es el líder de audiencias y usuarios en el presente, el “deporte rey” de la industria, un MOBA (*Multiplayer online battle arena*) que permite el enfrentamiento de dos equipos conformado por 5 jugadores que ocupan distintos roles y posiciones dentro del terreno de juego. El LOL no para de registrar cifras de récord en la industria del entretenimiento online, conectando a millones de jugadores simultáneamente a lo largo del mundo y cifrando audiencias como los 6.402.760 espectadores en la final del mundial de 2023, siendo esta la cifra más alta obtenida por una competición de deportes electrónicos en la historia. Estadísticas y números que son cruciales para despertar los intereses de patrocinadores y medios de comunicación que hacen sostenible la escena, llegando a ser comparadas con disciplinas deportivas como las más grandes ligas que conforman el deporte y entretenimiento tradicional.

3.2 Influencia de los videojuegos en la cultura popular y creación de nuevos perfiles profesionales

Para poder entender el auge del sector tenemos que entender lo importante que ha sido la denominada como “Cultura *Gaming*”, al definirse la palabra cultura según la RAE como el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc. (ASALE & RAE, 2020) Los apasionados buscan sus propias expresiones, acciones, gestos, humor y demás acciones relacionadas con los juegos. Tanta ha sido la irrupción social de esta clase de entretenimiento que investigadores como Franz Mäyrä (2008) reconocen la importancia de estudiar los videojuegos como un producto cultural más, una experiencia que traspasa las fronteras del propio juego para posicionarse en un amplio marco de las acciones que desarrollan los usuarios con otras partes interesadas en sus mismas aficiones. El fenómeno *gamer* relacionado con los deportes electrónicos, no podría ser posible de no existir una cultura consolidada, esta ayudó a la llegada de una oleada de fans a las transmisiones oficiales de las competiciones en directo. La evolución natural del entretenimiento *gamer* se ha desarrollado hacia el perfil individual de los denominados como *streamers* y *youtubers* que comenzaron en torno al año 2010 a crear contenido sobre videojuegos en plataformas de videos bajo demanda como Youtube (Tejedor, 2021) o más centradas en la realización única de directos como Twitch en la realización de directos es Twitch. Esta clase de productos generan cifras como 5,2 billones de dólares en ingresos y con 850 millones de usuarios activos durante 2018 según la información recopilada por *SuperData* (2019). Los ingresos de estos se originan a partir de suscripciones a los

distintos canales y los ingresos por anuncios y patrocinios. De esta manera el sector es un espacio de confianza y atractivo para inversores y patrocinios.

La figura más cercana al *streamer*, que es aquella persona que transmite en directo cualquier tipo de contenido a través de una plataforma de streaming (Laguno, 2022) dentro del gremio de los *e-sports* es la figura del *caster* o comentarista de videojuegos, pero para llegar a comprender su función es imprescindible el conocer su historia, la cual se remonta a los primeros videojuegos competitivos (Jorge Miguel, D. 2023) Al tiempo que los juegos multijugador en línea se volvieron más populares a finales de los años 90 y principios de los 2000, los jugadores comenzaron a organizar torneos y competencias en línea desde sus propias casas utilizando *plugings* como Soudcast que terminaría dando nombre a la profesión de *caster*, transmitiendo las competiciones en línea para que los espectadores pudieran verlas en tiempo real. Al igual que los comentaristas deportivos, los *casters* brindan comentarios y análisis sobre las partidas en vivo, proporcionando información sobre las estrategias y tácticas utilizadas por los jugadores incluso con un mayor grado de especificación dependiendo de la complejidad del juego (Jorge Miguel, D. 2023) A medida que los deportes electrónicos se volvieron más populares en la década de 2010, los estos perfiles comenzaron a convertirse en celebridades en su propio derecho, con muchos de ellos atrayendo cifras millonarias de visionados (Terán, 2021) Comenzaron a trabajar para empresas de videojuegos y organizaciones de deportes electrónicos, proporcionando comentarios y análisis para eventos en vivo y transmisiones en línea. La figura del *caster* marca en muchas ocasiones la imagen de la competición (Terán, 2021) como ya ocurrió en el pasado con Jhon Madden, que durante las décadas del 80 y 90, en dupla con Pat Summerall, conformó el dúo más famoso de aquellos tiempos. Transmitiendo en sus inicios en la CBS y más tarde en FOX, acrecentando su figura hasta el punto de dar nombre al famoso videojuego de fútbol americano *Madden NFL*, el equivalente al “FIFA” en el fútbol (Glasspiegel, 2021). El caso más reciente y similar a este es el del ya conocido por el público, Ibai Llanos, la figura del actual *streamer*, surge tras años de trabajo en la LVP (Liga de videojuegos profesional) donde actuaba como *caster* de *League of Legends*.

Nuevos modelos comunicativos en el marco de los deportes electrónicos

Una vez expuesta la historia, contexto y ecosistema del sector, debemos de mostrar los distintos modelos comunicativos que toman partida en el mundo de los deportes electrónicos. El núcleo de una gran parte de la actividad generada en este contexto es el

denominado “periodismo ciudadano” o contenido generado por el usuario (CGU) (García, E. 2010), un movimiento caracterizado por la participación de los propios ciudadanos en la creación y difusión de información y opinión. En este contexto, también es necesario destacar la figura del prosumidor (Toffler, 1991), una fusión de las palabras productor y consumidor que hace referencia al usuario que consume y produce de la misma manera bienes y servicios, en este caso información. En la actualidad, son numerosas las plataformas donde pueden actuar y colgar dicha información en el contexto digital, como las redes sociales, blogs, plataformas de *streaming*, medios de comunicación ciudadanos, incluso tienen la capacidad de poder compartirlo por foros especializados. En el contexto de los deportes electrónicos, estos prosumidores, informan sobre los fichajes, estadísticas, análisis, reportajes, eventos e incluso libros. Además de la figura de los prosumidores, actualmente se registra una diversificación de medios que abordan de forma específica la temática de los deportes electrónicos, y el surgimiento de estos se encuentra motivado por la expectación e interés generado por el sector. En consecuencia, son varias las fuentes que emiten la información de una forma profesionalizada, sin contar con una organización dominante sobre el resto (Ewalt, 2014).

Siguiendo el estudio y estructuración de Roncero y García (2014), podemos agrupar los distintos medios de comunicación o plataformas de información sobre deportes electrónicos que se enmarcan en el panorama español, de la siguiente forma.

- Organizaciones responsables de competiciones y torneos: tanto la LVP como la ESL tienen su propia plataforma tanto informativa como de retransmisión de sus competiciones. Disponen de canales de Twitch y Youtube, webs y redes sociales.
- Información institucional y/o personal de jugadores y equipos profesionales: la gran mayoría de clubes como KOI o Heretics, informan a sus seguidores mediante sus redes sociales y páginas web. De la misma manera los propios jugadores buscan expandir su base de fans mediante la interacción en redes sociales o plataformas de contenido multimedia como el ya retirado Mixwell.
 - Comunidades organizadas: es un conglomerado de jugadores no profesionales y aficionados. Comunidades de fans como “Las Karpas”, la asociación de seguidores de KOI.
 - Publicaciones especializadas con vocación periodística y propósitos profesionales: medios como *Esportmaniacos*, que se dedican a difundir en su web y su programa retransmitido en Twitch toda la actualidad de los

circuitos competitivos de una manera profesional. También engloban el perfil de periodistas que trabajan de manera freelance otorgando por redes sociales como Twitter información exclusiva sobre fichajes o incidencias en las distintas competiciones, como el caso de Anonimotum o Eros.

- Publicaciones especializadas de videojuegos que deciden introducirse en el mundo de los deportes electrónicos: *MeriStation* es el medio de estas características por antonomasia, perteneciente al grupo Prisa. *Hobby consolas* es otro claro ejemplo de esta clase de publicaciones.
- Medios generalistas: A lo largo de los años los medios de comunicación tradicional han tratado de hacer acercamientos al sector de los *e-sports*, algunos ejemplos podrían ser, el diario *El Mundo* o Canal+.
- Agentes externos o empresas de otros sectores que invierten en el mundo de los deportes digitales y se convierten en productores de información: Es el caso de compañías como Vodafone o Red Bull.

3.3 El reportaje multimedia

El uso del reportaje periodístico permite, frente a otros géneros, una mayor diversidad funcional, temática, compositiva y estilística (Sonia, P. 1998).

Un reportaje multimedia es un reportaje caracterizado por el uso combinado de material multimedia tales como texto, imágenes, audios, vídeos, infografías o gráficos interactivos que consiguen la función de transmitir la información de una manera más dinámica e inmersiva.

La reflexión teórica en torno al hipertexto ha tenido un cierto protagonismo en el terreno de los estudios literarios y, especialmente, entre algunos autores que vieron en ella un puente para el acercamiento entre las humanidades y los avances tecnológicos. El más representativo de éstos es George Landow, quien, en una obra de principios de los 90 del pasado siglo, se refiere explícitamente al hipertexto como “la convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología” (1995). Palau-Sampio, Dolors (2007).

Son propios de las plataformas digitales, que son espacios que permiten la interacción con la clase de contenidos que nombramos con anterioridad. Esta clase de publicaciones ofrecen una experiencia más profunda y variada a su público, siendo capaz de enriquecer el interés de nuestra audiencia al combinar elementos auditivos y visuales que logran la función de captar la atención de los usuarios de una manera más efectiva a como lo haría

un reportaje tradicional en papel, basado únicamente en el texto. Esta metodología de trabajo se ha vuelto fundamental en los últimos años para los medios de comunicación debido a la evolución de las audiencias gracias a los progresos tecnológicos implementados en el periodismo y su consumo.

Las características principales de este tipo de reportaje son la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad.

El hipertexto: Conjunto estructurado de textos, gráficos, etc., unidos entre sí por enlaces (Joan Francesc, 2014).

La interactivo: Que permite la interacción, especialmente entre una computadora o un programa informático y su usuario. (Joan Francesc, 2014).

La multimedia: Que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información. (Joan Francesc, 2014).

4. Plan de trabajo

En el mes de octubre propongo el tema a la que sería mi tutora para comprobar si puede cuadrar en sus líneas de trabajo, tras confirmarlo tuvimos nuestra primera tutoría el 10 de enero, donde daríamos pie a poder enfocar el trabajo en el tema que abordó finalmente. El plan parte de la investigación y asimilación de conocimientos relacionados con el tema a tratar mediante la bibliografía existente y la utilización de la triangulación metodológica, trabajos, artículos, documentales... Durante el mes de febrero completamos el marco teórico con la información obtenida de las fuentes citadas en el mismo. Durante los meses de abril y mayo elaboré una agenda de contactos para solicitar entrevistas a través de *Instagram*, *X* y Correo electrónico que se conformaría entre: casters, tertulianos y presentadores de programas relacionados con los e-sports, jugadores profesionales, reporteros y creadores de contenido. Todas ellas se programaron según la disponibilidad y capacidad del entrevistado, dando pie a varios formatos, desde vídeo hasta escrito pasando también por el formato audio. Fueron doce en total, dos por escrito, una por audio y nueve en vídeo, de las cuales solo tienen aparición en el trabajo final nueve: una por escrito, una en audio y siete en vídeo.

Recurso 1: cronograma del plan de trabajo



Fuente: elaboración propia

Las entrevistas mediante videollamada se llevaron a cabo en *Discord*, y fueron grabadas mediante *OBS*. En el mismo mes de mayo, una vez asentados los conocimientos y contenidos que adquirí comenzó el proceso creativo del blog, tomé la decisión de utilizar *Shorthand*, ya que había sido la plataforma que utilicé en otras ocasiones para realizar reportajes multimedia, como en la asignatura de ciberperiodismo, empecé a experimentar

con el orden y formato que debería de seguir cada tema hasta llegar a la disposición actual de la página.

Recurso 2: fuentes personales utilizadas para el reportaje



Fuente: elaboración propia

Una vez empezado el mes de junio tocaba poner punto final a todo el esfuerzo realizado, el blog tomó su forma definitiva con la adición de texto y formatos como presentaciones, pantallas interactivas e infografías realizadas con las herramientas que proporcionaba el propio *Shorthand* y Genially, para la realización de gráficas o algunas imágenes utilicé Canva, las fotografías mediante inteligencia artificial se produjeron con Pixlr (utilizando el siguiente prompt “Try to make an image similar to the one sent”) y para realizar los collage que aparecen en algunos apartados del trabajo Fotor. Los audios fueron insertados desde *SoundCloud*. Por último, el día quince de junio recibí el permiso para poder grabar una pieza de entrevistas en el *Unreal*, un cibercafé de Valladolid situado en la calle Colón, aprovechando la recepción de un torneo del juego *Super Smash Bros* en el local, donde pudimos preguntar a los participantes y asistentes sobre su visión de la cultura gamer para añadir la última pieza del reportaje.

Recurso 3: herramientas utilizadas durante el reportaje

Herramientas



Shorthand: Herramienta para crear blogs y páginas web.



Genially: Herramienta de creación de infografías, presentaciones y pantallas interactivas.



Canva: Herramienta de diseño gráfico utilizada para infografías y esquemas



Fotor: Web de edición de fotos utilizada para la creación de collage y montajes.



Pixlr: Inteligencia artificial utilizada para recrear y crear fotografías utilizadas en el reportaje.



CapCut: Programa de edición de vídeo y creación de portadas para vídeos de YouTube.



YouTube: Plataforma de alojamiento y compartición de vídeos en línea.



SoundCloud: Plataforma de alojamiento de audios en línea.

Fuente: elaboración propia

A continuación, adjunto el nombre de las personas y medios que nos cedieron el derecho a poder usar sus fotografías para presentaciones, infografías o portadas: Esportmaniacos, Lembo, Sarita Rookie, Cabra Maravilla, Jordi LMK, Gorka González y Fernando Cardenete. En cuanto a las entrevistas y portadas de las mismas, todas ellas fueron editadas mediante CapCut para posteriormente subirlas a YouTube y enlazarlas en las diapositivas del blog.

5. Conclusiones

El interés por el sector de los deportes electrónicos y en consecuencia de los videojuegos ha aumentado en los últimos años, lo que acrecentó la necesidad de información y entretenimiento más allá de lo existente. El público se puso en manos de figuras como los periodistas especializados, casters y prosumidores que ayudaron al aumento de espectadores y consumidores del producto, así como de patrocinios y estabilidad en el ámbito de la competición y su comunicación. La difusión de información y noticias ha dejado atrás sus inicios para pasar a una profesionalización en todos los ámbitos y contagiando esta misma a los prosumidores, cuyos contenidos cada vez tienen más peso en la comunidad y ha generado un nicho de empleo para comunicadores, jugadores y periodistas.

6. Referencias bibliográficas

- Adilman, G. (diciembre de 1983) *Videogames: knowing the score*. https://www.atarimagazines.com/creative/v9n12/224_Videogames_knowing_the_s.php
- Álvarez, D. (3 de enero de 2019). *¿Videojuegos olímpicos?* *El País*. https://elpais.com/deportes/2019/01/02/actualidad/1546443921_180851.html
- ASALE, R., & RAE. (21 de enero de 2020). Diccionario de la lengua española RAE- ASALE. “Diccionario de La Lengua Española” - Edición Del Tricentenario. <https://dle.rae.es/cultura?m=form>
- Burnham, V. (2001). *Supercade: a visual history of the videogame age 1971–1984*. Cambridge: MIT Press.
- SuperData, A Nielsen Company (2019) página 13 *SuperData 2018 Year in Review* (progamedev.net)
- Donovan, T., & Garriott, R. (2010). *Replay: The History of Video Games*. Yellow Ant Media Limited.
- Angel, T. (4 de julio de 2022) *Esports and the Media, Challenges and Expectations in a Multi-Screen*. <https://www.taylorfrancis.com/books/oa-edit/10.4324/9781003273691/esports-media-angel-torres-toukoumidis>
- Ewalt, D. (16 de junio de 2014) *The ESPN of video games*. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/davidewalt/2013/11/13/the-espn-of-video-games/?sh=2b24926a3dd7>

- Francesc, J. (2014). El uso de hipertexto, multimedia e interactividad en periodismo digital: propuesta metodológica de ranking de calidad. *ZerRevista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 36 55-76
Vista de El uso de hipertexto, multimedia e interactividad en periodismo digital: propuesta metodológica de ranking de calidad (ehu.eus)
- García, E. (4 de noviembre de 2010). Contenido generado por el usuario: aproximación al estado de la cuestión. *El profesional de la comunicación*. 19 (6) 585–594 <https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov.04>
- Glasspiegel, R. (29 de diciembre de 2021). *How John Madden and Pat Summerall became a legendary NFL broadcast team*. *New York Post*. <https://nypost.com/2021/12/29/how-john-madden-and-pat-summerall-became-a-legendary-nfl-duo/>
- Hutchins, B., & Rowe, D. (2012). *Sport beyond television: the internet, digital media and the rise of networked media sport*. Routledge.
- Jorge Miguel, D. (16 de enero de 2023). *Qué es un caster de videjuegos: Guía básica*. *Blogs El Universal*. <https://blogs.eluniversal.com.co/marketing-xxi/que-es-un-caster-de-videjuegos-guia-basica>
- Kelly, K. (1 de junio de 1993). *The first online sports game*. *WIRED*. <https://www.wired.com/1993/06/netrek/>
- Kent, J. (19 de octubre de 2022). *The first videogame tournaments the origin of eSports*. *MA-NO*. <https://www.ma-no.org/en/news-and-events/videogames/the-first-videogame-tournaments-the-origin-of-eSports>
- Kent, S. (2001). *The Ultimate History of Video Games*. Roseville, Calif. : Prima Pub.
- Laguno, O. (22 de febrero de 2022). *Que es Ser un Streamer*. *DeStreaming.es*. <https://www.destreaming.es/streamer/que-es-ser-un-streamer/>
- Landow, G. (1995). *Hipertexto: la convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Paidós Iberica Ediciones S A.
- Mäyrä, F. (2008). *An Introduction to Game Studies*. SAGE
- Palau-Sampio, Dolors. (2007). El reportaje digital una apuesta narrativa frente al archivo documental. *Comunicación y Pluralismo*. 4 67-88.
- Sonia, P. (1998). El reportaje en prensa. *Revista latina de comunicación social*.

- Red Apple Entertainment (2006): "Gamer Revolution", Canada, 2006.
- Roncero, M., & García, F. (2014). Deportes electrónicos. Una aproximación a las posibilidades comunicativas de un mercado emergente. *Questiones publicitarias*, 19 98-115.
- Tejedor, Ó. (10 de abril de 2021). *¿Quiénes eran los reyes de YouTube en 2010?*. *MARCA*.
<https://www.marca.com/videojuegos/streamers/2021/04/10/60715fedca474144578b465e.html>
- Terán, B. (4 de febrero de 2021). *¿Twitch acabará con la televisión convencional?* *La Información económica*.
<https://www.20minutos.es/lainformacion/opinion/twitch-acabara-con-television-convencional-5294629/>
- Toffler, A. (1991). *La tercera ola*. Plaza & Janés
- Wagih, M. (21 de noviembre de 2021). *La evolución de los deportes electrónicos*. *MARCA*.
<https://www.marca.com/videojuegos/esports/2021/11/21/619a47d946163f84608b45f3.html>