



Universidad de Valladolid

CURSO 2023-2024

Facultad de Filosofía y Letras

Máster en Periodismo Digital: Innovación e Investigación

Trabajo de Fin de Máster

El fenómeno del co-streaming y su influencia en las audiencias del videojuego *League of Legends*

Alumno: Belén López González

Tutor: Miguel Vicente Mariño

Convocatoria: julio, 2024

Resumen

Los esports, o deportes electrónicos, son competiciones de videojuegos en las que, de manera individual o conjunta, dos equipos se enfrentan entre sí. Dentro de esta categoría encontramos el videojuego *League of Legends*, uno de los más conocidos. Este videojuego consiste en que los cinco jugadores de cada equipo eligen los campeones con los que jugar y tienen que intentar romper la base del otro equipo. En España, las competiciones más importantes son la Iberian Cup y la Superliga, mientras que en Europa está la League of Legends European Championship (LEC), torneo que ha sido elegido como el objeto de investigación de este Trabajo Final de Máster (TFM).

Durante los últimos años se ha implementado el modelo del co-streaming, la cesión de los derechos de emisión de la competición a otros canales como, por ejemplo, a Ibai Llanos, por lo que resulta importante recopilar y analizar sus datos de audiencia para poder conocer el impacto y alcance de estas concesiones.

Este TFM pretende alcanzar este objetivo mediante la recogida de los datos de cada partido emitido y su posterior análisis con gráficos que permiten visualizar y explicar los efectos de los co-streamings.

Palabras clave: esports, co-streaming, LEC, League of Legends, audiencias.

Abstract

Esports, or electronic sports, are video game competitions in which, individually or jointly, two teams face each other. Within this category we find the video game League of Legends, one of the best known. This video game consists of the five players of each team choosing the champions to play with and have to try to break the base of the other team. In Spain, the most important competitions are the Iberian Cup and the Superliga, while in Europe there is the League of Legends European Championship (LEC), a tournament that has been chosen as the object of research of this Final Master's Project (TFM).

In recent years, the co-streaming model has been implemented, the transfer of the broadcasting rights of the competition to other channels such as, for example, Ibai Llanos, so it is important to collect and analyse their audience data in order to know the impact and scope of these concessions.

This TFM aims to achieve this objective by collecting the data of each broadcast match and its subsequent analysis with graphs that allow visualizing and explaining the effects of co-streaming.

Key Words: esports, co-streaming, LEC, League of Legends

Índice

1. Introducción	8
1.1. Hipótesis.....	9
1.2. Fuentes	10
2. Estado de la cuestión.....	10
2.1. Equipos participantes	12
2.2. El fenómeno del co-streaming	13
3. Marco teórico	14
4. Metodología.....	16
5. Resultados	18
6. Conclusiones.....	25
7. Bibliografía.....	29
8. Páginas web consultadas.....	31
9. Anexo documental estadístico.....	33

Índice de tablas y gráficos

Tabla 1. Equipos en la competición	12
Tabla 2. Categorización de los canales de Twitch seleccionados	17
Tabla 3. Ficha de análisis aplicada a los perfiles y directos	18
Gráfico 1. Jornada 1 de la temporada de invierno (13-01-2024).....	19
Gráfico 2. Jornada 1 de la temporada de primavera (09-03-2024).....	20
Gráfico 3. Jornada 7 de la temporada de primavera (22-03-2024)	20
Gráfico 4. Jornada 3 de la temporada de invierno (15-01-2024).....	21
Gráfico 5. Jornada 2 de la temporada de primavera (25-03-2024)	22
Gráfico 6. Audiencia total segunda fase	23
Gráfico 7. Número de seguidores ganados en la temporada de invierno	24
Gráfico 8. Número de seguidores ganados en la temporada de primavera	24
Gráfico 9. El partido con más audiencia (G2 vs MDK).....	26
Tabla 4. Jornada 1 de la competición de invierno (13-01-2024)	33
Tabla 5. Jornada 2 de la competición de invierno (14-01-2024)	33
Tabla 6. Jornada 3 de la competición de invierno (15-01-2024)	34
Tabla 7. Jornada 4 de la competición de invierno (20-01-2024)	34
Tabla 8. Jornada 5 de la competición de invierno (21-01-2024)	34
Tabla 9. Jornada 6 de la competición de invierno (22-01-2024)	35
Tabla 10. Jornada 7 de la competición de invierno (27-01-2024)	35
Tabla 11. Jornada 8 de la competición de invierno (28-01-2024)	36
Tabla 12. Jornada 9 de la competición de invierno (29-01-2024)	36
Tabla 13. Ronda 1, segunda fase de la competición de invierno, formato BO3 (03-02-2024)	37
Tabla 14. Ronda 1, segunda fase de la competición de invierno, formato BO3 (04-02-2024)	37
Tabla 15. Ronda 2, segunda fase de la competición de invierno, formato BO3 (05-02-2024)	37

Tabla 16. Ronda 1 <i>Loser bracket</i>, segunda fase de la competición de invierno, formato BO3 (10-02-2024)	38
Tabla 17. Ronda 3, segunda fase de la competición de invierno, formato BO5 (11-02-2024)	38
Tabla 18. Ronda 2 <i>Loser bracket</i>, segunda fase de la competición de invierno, formato BO3 (12-02-2024)	39
Tabla 19. Ronda 3 <i>Loser bracket</i>, segunda fase de la competición de invierno, formato BO5 (16-02-2024)	39
Tabla 20. Ronda 4 <i>Loser bracket</i>, segunda fase de la competición de invierno, formato BO5 (17-02-2024)	39
Tabla 21. Final segunda fase de la competición de invierno, formato BO5 (18-02-2024)	40
Tabla 22. Jornada 1 de la temporada de primavera (09-03-2024).....	40
Tabla 23. Jornada 2 de la temporada de primavera (10-03-2024).....	41
Tabla 24. Jornada 3 de la temporada de primavera (11-03-2024).....	41
Tabla 25. Jornada 4 de la temporada de primavera (16-03-2024).....	41
Tabla 26. Jornada 5 de la temporada de primavera (17-03-2024).....	42
Tabla 27. Jornada 6 de la temporada de primavera (18-03-2024).....	42
Tabla 28. Jornada 7 de la temporada de primavera (22-03-2024).....	43
Tabla 29. Jornada 8 de la temporada de primavera (23-03-2024).....	43
Tabla 30. Jornada 9 de la temporada de primavera (25-03-2024).....	43
Tabla 31. Ronda 1, segunda fase de la competición de primavera, formato BO3 (30-03-2024)	44
Tabla 32. Ronda 1, segunda fase de la competición de primavera, formato BO3 (31-03-2024)	44
Tabla 33. Ronda 2, segunda fase de la competición de primavera, formato BO3 (01-04-2024)	45
Tabla 34. Ronda 1 <i>Loser bracket</i>, segunda fase de la competición de primavera, formato BO3 (02-04-2024)	45

Tabla 35. Ronda 2 *Loser bracket*, segunda fase de la competición de primavera, formato BO3 (06-04-2024) 46

Tabla 36. Ronda 3, segunda fase de la competición de primavera, formato BO5 (07-04-2024) 46

Tabla 37. Ronda 3 *Loser bracket*, segunda fase de la competición de primavera, formato BO5 (08-04-2024) 46

Tabla 38. Ronda 4 *Loser bracket*, segunda fase de la competición de primavera, formato BO5 (13-04-2024) 47

Tabla 39. Final segunda fase de la competición de primavera, formato BO5 (14-04-2024) 47

1. Introducción

Los esports, abreviatura de ‘electronic sports’ y más conocido en España como deportes electrónicos, son competiciones dentro del mundo de los videojuegos, con sus propias reglas, ligas, mapas y plataformas. A pesar de que pueden ser individuales o en equipo, todos juegan bajo una misma organización que junto a la aportación de los patrocinadores de cada uno de ellos consiguen la formación, equipación, sueldo y a los trabajadores necesarios para aumentar su rendimiento y conseguir los títulos por los que se compete.

Tras organizar en 2021 las Series Olímpicas Virtuales y en 2023 la Semana Olímpica de los esports, la Comisión Ejecutiva del Comité Olímpico Internacional (COI) ha acordado proponer la creación de los Juegos Olímpicos de los esports (EFE, 2024), decisión que se podría adoptar oficialmente durante la Asamblea General del COI que se celebrará antes de que den comienzo los Juegos Olímpicos de París en julio de 2024.

La Asociación Española de Videojuegos (AEVI) define a los esports como “competiciones de videojuegos estructuradas a través de jugadores, equipos, publishers, organizadores de competiciones, broadcasters, patrocinadores y espectadores. Se puede jugar de forma amateur o profesionalizada y de forma presencial u online” (AEVI, 2017).

El primer torneo de esports tuvo lugar en 1980 en Estados Unidos. Atari, una desarrolladora de videojuegos fundada en 1972, organizó el evento entorno al videojuego ‘Space Invaders’. En él participaron un total de 10.000 jugadores y la ganadora fue Rebecca Heineman (Hernández, 2024).

Durante los últimos años el sector de los videojuegos ha crecido en número de jugadores, en audiencia, en popularidad tanto de los juegos como de las personas que participan en ellos y en espacio en los medios de comunicación. Una de las comunidades que mayor crecimiento ha experimentado es la del juego *League of Legends* (LoL). Según datos de Newzoo, en 2022 LoL fue el segundo videojuego más visto en Twitch, solo por detrás del Grand Theft Auto V, motivo por el que será el objeto de estudio de este trabajo.

El auge en la audiencia de los esports, la creciente fama de jugadores y *casters*, quienes se encargan de narrar las partidas, de cada una de las competiciones y la vinculación de distintas personalidades que ya eran conocidas en el mundo del streaming y fuera de él con los esports sirven para justificar la realización de esta propuesta. Es importante analizar el impacto de las personas populares relacionadas con los videojuegos como

pueden ser Ibai Llanos, quien fue *caster* de *League of Legends* y ahora cuenta con un equipo propio para competir en diversos videojuegos, David De Gea, es el fundador del club de esports Rebels Gaming, Casemiro, fundador de Case Esports, o Kun Agüero, fundador de KRÜ Esports, equipo al que se ha sumado como socio Leo Messi, así como analizar las audiencias de los canales oficiales y los seguidores de las distintas competiciones.

El objetivo general de la investigación es analizar la competición europea más importante del LoL, la League of Legends EMEA Championship, más conocida como LEC, tanto a nivel de audiencias de los canales principales de emisión como de los co-streamings principales que serían los de Ibai Llanos en representación de Mad Lions KOI, Jorge Casanovas “Werlyb”, exjugador y creador de contenido, con Team Heretics y Marc Robert “Caedrel”, exjugador y creador de contenido, con Fnatic.

Una vez se ha definido el objetivo general, se formulan los siguientes objetivos específicos:

- Conocer los datos de audiencia de los canales de emisión oficiales (LVP y LEC)
- Medir la audiencia de los co-streamings de Ibai, “Werlyb” y “Caedrel” durante los partidos de sus respectivos equipos.
- Identificar las preferencias de las audiencias a partir de los datos obtenidos.
- Evaluar el impacto de la concesión de co-streamings en la retransmisión oficial.
- Analizar la situación actual y el futuro a corto plazo de la LEC.

1.1. Hipótesis

Tras conocer los objetivos que persigue este TFM, hay que establecer las hipótesis:

- La concesión de permisos para la retransmisión de partidos de la competición a los principales representantes de cada uno de los equipos que participan ha provocado un descenso en los datos de audiencia de los canales de emisión oficial.
- Las emisiones en español consiguen más audiencia que las inglesas.
- Existe una relación directa entre los equipos y los datos de audiencia de cada partido.
- La audiencia de todos los co-streamings se mantiene estable durante el periodo analizado, a diferencia de lo que ocurre con los canales oficiales.

1.2. Fuentes

Para la obtención de los datos que se van a estudiar y analizar se ha recurrido a la página web TwitchTracker (<https://twitchtracker.com/>), en ella aparecen los datos por emisión de cada uno de los canales. Además, para elaborar la revisión de literatura científica necesaria para esta investigación se han consultado los principales repositorios de artículos académicos y de revistas especializadas, así como los motores de búsqueda Google Scholar o Dialnet.

2. Estado de la cuestión

Según explica la propia página web de Riot Games del videojuego (League of Legends How to Play, s. f.):

League of Legends es un juego de estrategia por equipos en el que dos equipos de cinco campeones se enfrentan para ver quién destruye antes la base del otro. Elige de entre un elenco de 140 campeones para realizar jugadas épicas, asesinar rivales y derribar torretas para alzarte con la victoria.

Desde su creación en 2019, el videojuego ha conseguido consagrarse como uno de los más vistos y jugados. Tal y como indica Antón Roncero (2019): “League of Legends es actualmente el título más importante del mercado y uno de los juegos del sector de los esports que ha desarrollado una de las estructuras organizativas de su competición más dimensionadas”.

Además, según datos de Newzoo, en abril de 2024 fue el undécimo videojuego más jugado y en mayo de 2024 ocupaba el segundo puesto en audiencias de Twitch con un total de 112,2 millones de horas de observación. Existen más datos que avalan el crecimiento de la competición, por ejemplo, tal y como señala Calderón (2022):

En total, 474 millones de usuarios a nivel global siguieron competiciones en directo en 2020, un 8,7% más que en 2019. *League of Legends* (LOL) fue la competición más seguida en *live streaming* hace dos ejercicios, a través de las plataformas Twitch y YouTube, con 91,9 millones de espectadores

A nivel internacional, la mayor potencia es Asia. Sobre esto, Antón Roncero (2019) explica que: “el mercado asiático es uno de los grandes bastiones del juego y League of Legends ha sido uno de los títulos elegidos para formar parte de las competiciones de

esports de los Juegos Asiáticos” y especifica que: “Esta competición es uno de los eventos multideportivos más importantes del mundo, después de los Juegos Olímpicos, y en su edición de 2018 incorpora a los deportes electrónicos como disciplina deportiva oficial.”.

En España, la competición del League of Legends se concentra en la Superliga y la Iberian Cup, transmitidas en directo por el grupo de casters de la LVP, propiedad del Grupo Mediapro, en su propio canal. Según estima la AEVI en su informe “Los esports en España: situación actual y posición de la industria” (2020), en 2019 los esports generaron en España un total de 35 millones de euros.

Una de las personalidades más influyentes en este ámbito y en el de los esports en general es Ibai Llanos. Tal y como señala Lacort (2019) en una entrevista al streamer, aunque empezó en 2012 a trabajar como narrador, en 2014 empieza el auge y “la LVP empezó a profesionalizarse”.

El impacto de Ibai como streamer llega principalmente con su contrato con G2 y la creación de la conocida como Casa de G2 en la que él y otros cuatro streamers (Ander Cortés, Antonio Pino y “BarbeQ”) se centraban en hacer contenido juntos. Esto coincide con los permisos para emitir en modo radio de los mundiales de Lol. A partir de ahí su influencia ha ido creciendo llegando incluso a crear su propio equipo bajo el nombre de KOI.

También hay que destacar otras figuras como Carlos Ocelote, jugador retirado y creador de G2 Esports, o de jugadores como Enrique Cedeño “xPeke”, el único español en ser campeón del mundo y tricampeón de la LEC, y Isaac Flores “PePiNeRo”, ganador de la Superliga y exjugador de Giants.

La pandemia también tuvo un impacto directo en las audiencias, la imposibilidad de salir de casa incentivó que se empezaran a consumir otro tipo de contenidos y plataformas. Tal y como señala el Informe del consumidor de eSports en España desarrollado por Deloitte y la LVP (2022):

La pandemia y el confinamiento son dos factores clave para entender el comportamiento de la audiencia desde 2020: un 17,7% de la muestra lleva consumiendo eSports desde hace dos años, reafirmando las conclusiones del informe de Deloitte (Let's Play 2020) en el que se hacía mención al impulso en el consumo del sector que tuvo el COVID en España. De hecho, España fue la región

europea que experimentó el mayor incremento frente a los niveles de consumo previos a la pandemia (+44%)

Además, el mismo informe señala que “Como se aprecia en el análisis, la gran competición europea de League of Legends, la 'LEC', es la competición más seguida por los fans (67,8%) seguida en segundo lugar por los 'Worlds', el mundial de League of Legends (66,5%) y la liga nacional, también de League of Legends, la 'Superliga'. (65,6%)”.

2.1. Equipos participantes

Desde que la competición europea empezase en 2013, de los ocho equipos fundadores solo quedan activos dos de ellos, Fnatic y SK, y solo dos han desaparecido, Copenhagen Wolves y DragonBrons. Tras el cambio de nombre, de LCS Europa a LEC, y el formato los equipos participantes han sufrido pocas modificaciones.

En la actualidad, diez equipos forman parte de la competición:

Tabla 1. Equipos en la competición

Equipos	Año de unión a la competición	Títulos obtenidos	Espanoles en el equipo
Mad Lions Koi (MDK)	2019, aunque cambia de nombre en 2024 tras la fusión con dos equipos españoles: KOI y Movistar Riders.	3	4 jugadores: Javier Prades “Elyoya”, Álex Villarejo “Myrwn”, David Martínez “Supa” y Alvaro Fernández y el entrenador Tomás Campelos “Melzhet”.
G2 Esports (G2)	2015	12	0
SK Gaming (SK)	2013, tras descender, vuelve en 2019	0	0
Fnatic (FNC)	2013	7	2 jugadores: Iván Martín “Razork” y Oscar Muñoz “Oscarinin”.
Team Heretics (TH)	2023	0	1 jugador: Victor Lilora “Flakked”
Giants (GX)	2024, tras la fusión de Excel Esports con Giants Gaming	0	1 jugador: Antonio Espinosa”Th3Antonio”
Vitality (VIT)	2016	0	0
Team BDS (BDS)	2021	0	0
Karmine Corp (KC)	2024	0	0
Rogue (RGE)	2020	1	0

Fuente; elaboración propia

2.2. El fenómeno del co-streaming

Según Martín Muñoz (2023) el co-streaming consiste en: “la emisión en directo de una competición de deportes electrónicos –o cualquier otro evento- pero incluyendo, en una señal nueva, a un creador de contenido en vez de a un equipo de narradores y comentaristas”.

Las transmisiones de cada una de las partidas que se disputaban se emitían únicamente en los canales oficiales, LVP en España y LEC a nivel europeo. En las competiciones regionales cada equipo contaba con creadores de contenido que se encargaban de estas retransmisiones, aunque con la obligación de realizar una *raid* (enviar a toda su audiencia a otro canal) al canal de la LVP.

Tal y como señala Martín Muñoz (2024): “muchos de los creadores de contenido que surgieron a través de plataformas como YouTube, trasladaron o complementaron su creación de contenido en webs de retransmisión en directo, como Twitch -de hecho, muchos de ellos lo reutilizan en ambas plataformas” y añade “es en las plataformas de streaming donde los esports han encontrado su hábitat y su forma de llegar a sus espectadores, prácticamente de manera exclusiva”.

En el *World Championship* de 2022 se permitió por primera vez que los creadores de contenidos seleccionados por Riot emitieran con imagen todas las partidas. Antes, solo se permitía el formato radio en el que tenían permiso para dar los partidos, pero no se podía ver la partida en directo.

En 2023, con la llegada al panorama de Team Heretics, el equipo español de Jorge Orejudo “Goorgo”, Antonio Catena, Arnau Vidal, David Cánovas “TheGrefg” y Jorge Casanovas “Werlyb”, y de KOI, el equipo de Ibai Llanos que se une fusionado con Rogue, la LEC decide probar las transmisiones compartidas permitiendo que en sus respectivos canales emitan, con imagen, la competición. Heretics empezaría emitiendo en el canal de “TheGrefg” para después ceder esos derechos a “Werlyb”, jugador retirado y cuyo contenido se centra en el videojuego, mientras que el de KOI se emite en el canal de Ibai íntegramente. Posteriormente se sumará a esta prueba el equipo de Astralis. En 2024 se une también Marc Robert “Caedrel” como creador de contenido de Fnatic para encargarse del co-streaming.

La aparición de esta nueva forma de retransmisión permite aumentar el número de seguidores de la competición usando como mediador a cada uno de los canales aceptados

para los co-streamings, quienes cuenta con un público más variado que puede empezar a consumir contenido relacionado con los esports gracias a la implicación de los *streamers*. Además, permite que los equipos creen una marca personal que permita identificar una retransmisión directamente con ellos y aumentar la cercanía con sus seguidores a través de sus representantes y el chat que incorpora Twitch.

3. Marco teórico

La investigación existente relacionada con los esports se ha intensificado en la última década, en paralelo a su propia evolución. Se han encontrado varios artículos y trabajos de fin de grado que han estudiado distintos aspectos del mundo de la competición en los videojuegos, delimitando el alcance de los resultados de nuestra búsqueda al espacio hispanohablante.

Según García Carmona (2021), España es uno de los países que más consumen la industria de los esports y donde mayor desarrollo se pronostica, motivo por el que es necesario aumentar su regulación (109-117).

Por otro lado, la llegada del LoL en 2009 y su combinación con Twitch marca el inicio del crecimiento de un sector que ya cuenta con respaldo económico de empresas de telecomunicaciones y otros patrocinadores pero que requiere aumentar la educación sobre los videojuegos y la prevención de posibles problemas de adicción (Muñoz, D. M. y Pedrero Esteban, L. M., 2019, 75-92).

Las plataformas de *streaming*, tanto YouTube como Twitch, y en su momento la plataforma Ubeat también apostó por ellos, aunque el recorrido fue breve, son indispensables para entender el crecimiento de los esports. Estas vías de comunicación permiten acercar la competición y a los jugadores, de forma gratuita, a los usuarios y, además, permite la participación de la audiencia a través del chat en directo disponible en las emisiones y las encuestas que se realizan en él.

En esta línea y según Gutiérrez Lozano y Cuartero, (2020), Twitch es la plataforma de referencia en cuanto a videojuegos, gracias a la atracción generada por los *streamers* más populares, y la consideración de Twitch como una plataforma en directo de videojuegos frena la llegada de otros sectores a la misma. Sin embargo, la plataforma también sirve de escaparate para marcas como Sony que anuncian sus productos a través de este canal.

Las herramientas introducidas por Twitch (encuestas, predicciones...) permiten una interacción que permite que el espectador tenga un impacto sin precedentes en una retransmisión, además, las infografías con los resúmenes de cada emisión que ofrece a cada *streamer* permiten conocer los datos de cada una de ellas y sirve de aval para que las empresas o equipos de esports quieran colaborar, patrocinar o fichar a los creadores de contenido (Casells García, C., 2021).

A su vez, Martín Muñoz (2022) relaciona directamente Twitch con el League of Legends y Arcane, la serie de ficción que narra la historia de algunos personajes del videojuego, de manera que el éxito de la historia se ve influido directamente por el estreno de la misma en dicha plataforma aumentando el alcance de manera significativa y por las recompensas exclusivas que los jugadores podían obtener, gamificando así el contenido.

Este aspecto tiene especial relevancia ya que el universo creado alrededor del videojuego permite crear una narrativa conjunta y a la vez dar a los usuarios una experiencia completa para acercar los distintos campeones y sus historias a los jugadores. No solo Arcane forma parte de él, también hay que tener en cuenta el *Wild Rift*, la versión para móvil del videojuego, los distintos eventos que realizan cada temporada basados en uno o dos personajes, *Legends of Runeterra*, un juego de cartas con los personajes del LoL, o las historias desarrolladas a posteriori como el videojuego *Song of Nunu: A League of Legends Story* desarrollado por Tequila Works.

En lo relativo a la prensa, tanto especializada como generalista, López-Redondo (2021) señala que la prensa especializada ha empezado a profesionalizarse y es el que mejor perspectiva de empleo ofrece a los periodistas (319-332). Por otro lado, Paredes-Otero (2021), explica que la cobertura informativa de los eventos relacionados con los videojuegos está influida por quién organice el evento y esta se reduce a información relativa a las actividades que se pueden realizar en ellos y el balance de visitas (375-384).

Las ligas de videojuegos deben contar con una formación específica para los profesionales que se van a dedicar a informar sobre las mismas, evitando así los contenidos sensacionalistas (Rodríguez Fuertes, M., 2017).

En este aspecto, también se puede destacar el papel de la página web del diario deportivo As bajo el nombre de Movistar eSports, Marca Gaming o las retransmisiones en Twitch de los canales Esportmaniacos o ElAfterLol.

Sin embargo, uno de los aspectos menos estudiados por el momento es la brecha de género existente ya que este sector es conocido mayoritariamente por la participación masculina en cada una de las competiciones. García-Naveira, Agustín Sierra y Santos Montiel (2023) explican que los videojuegos y los esports se observan estereotipos positivos hacia el hombre, pero negativos hacia la mujer, estos últimos acompañados de comportamientos sexistas que afectan a la experiencia y a la salud mental de las mismas. Así mismo, recalcan la importancia de que los periodistas, *streamers* y jugadores profesionales integren y normalicen a la mujer dentro del sector ya que tienen una influencia significativa en la audiencia.

Aunque ya existen ligas femeninas tanto en League of Legends como en Valorant, estas no tienen el mismo alcance que las masculinas. Además, los equipos mixtos no están prohibidos como tal, a excepción de Brasil donde la organización impide la participación de equipos mixtos (Navia, 2016). Sin embargo, aspectos como la toxicidad de los jugadores o la invisibilidad en los videojuegos son factores clave para que las mujeres no empiecen o dejen de jugar a videojuegos.

4. Metodología

La investigación se basa en el análisis de los datos de audiencia por lo que sigue un diseño metodológico mixto que consta de dos fases. En la primera fase se elabora una categorización inicial de los cinco canales de Twitch seleccionados y se aplica una ficha de análisis (tabla 1) sobre la muestra escogida en la que se diferencia la naturaleza de cada uno de ellos. El objetivo de esta fase es dividir los canales bajo análisis en función de su relación con la retransmisión de los partidos. Esto permite realizar un análisis más detallado y conocer la relación directa entre los datos obtenidos y los distintos canales.

En la segunda fase se establece el factor que pretende analizar esta investigación (las audiencias) y las variables que pueden afectar directamente en él (el partido que se disputa, el *peak* de audiencia para cada canal y la duración de la emisión) así como las consecuencias de esa emisión (los seguidores ganados).

Para establecer los límites temporales del análisis se han escogido las jornadas de la temporada de invierno (la primera fase es del 13 al 29 de enero y la segunda del 3 al 18 de febrero) y de primavera (primera fase del 9 al 25 de mayo y la segunda del 30 de marzo al 14 de abril), todas ellas celebradas durante el año 2024.

Las columnas de las tablas informan acerca de los canales que se van a analizar (LEC, LVPes, Ibai, Caedrel y Werlyb/Team Heretics), y al idioma en el que lo hace cada uno de ellos, mientras que la última columna suma la audiencia total obtenida en cada partido (Audiencia total) entre los cinco canales analizados.

En cuanto a las variables representadas en las filas, las correspondientes a cada uno de los partidos (Partido 1, Partido 2, Partido 3, Partido 4 y Partido 5) varían en función de la fase de la competición, en la primera se mantienen las cinco variables mientras que en la segunda pueden variar entre 3 y 6, y los valores que marca cada una de ellas hace referencia a la audiencia obtenida por cada partido en cada uno de los canales. También aparece una variable temporal (Duración de emisión) que mide la duración de las retransmisiones de cada canal en total, una variable que marca el partido más visto y el dato de audiencia obtenido durante el mismo (*Peak* de la emisión), una variable relativa al número de seguidores obtenido durante cada emisión por los diferentes canales (Seguidores ganados) y por último, una variable que permite obtener el resultado de la suma de todos los datos de audiencia obtenidos (Total).

Los nombres de los equipos aparecerán con las siglas previamente indicadas. Cada uno de los datos relativos a cada partido hacen referencia a la audiencia de cada uno de los canales al final de ese partido y el inicio del siguiente, incluyendo momentos previos (selección de campeones) y posteriores (entrevistas) al mismo, por esto mismo, se añadió la variable *peak* de audiencia, para poder valorar el mayor aumento de usuarios dentro de esa emisión. En los casos en los que algún canal no haya emitido el partido bajo análisis aparecerá indicado con el símbolo -.

Por otro lado, las segundas fases de ambas temporadas se disputan en BO3 (mejor de 3) o BO5 (mejor de 5) por lo que los partidos se repetirán en la variable correspondiente hasta que uno equipo resulte ganador definitivo. También se incluyen los partidos del *loser bracket* (segunda oportunidad).

Tabla 2. Categorización de los canales de Twitch seleccionados

Canal de emisión principal	@LEC (Twitch.tv/lec)
	@LVPes (Twitch.tv/lvpes)
Co-streamings oficiales	@Ibai (Twitch.tv/ibai)
	@Caedrel (Twitch.tv/caedrel)
	@Werlyb (Twitch.tv/werlyb)/@TeamHeretics (Twitch.tv/teamheretics)

Fuente: elaboración propia

Tabla 3. Ficha de análisis aplicada a los perfiles y directos

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
Partido 1						
Partido 2						
Partido 3						
Partido 4						
Partido 5						
Duración de emisión						
<i>Peak</i> de audiencia						
Seguidores ganados						
Total						

Fuente: elaboración propia

En ambas tablas aparece una variable compartida por dos canales de emisión (Werlyb/Team Heretics), esto se debe a que durante la temporada de invierno los partidos se emitían en el canal del club (Team Heretics) y en la de primavera en el de “Werlyb”, aunque en ambos casos el encargado de ese co-streaming era el exjugador.

Para el desarrollo de la investigación se ha consultado a la base de datos de la página web TwitchTracker. Los datos recogidos permiten relacionar y comparar los distintos canales que se analizan y sacar las conclusiones pertinentes para dar respuesta a las hipótesis y preguntas de investigación.

5. Resultados

Los datos que dan forma a este TFM proceden de una búsqueda en la página TwitchTracker, extrayendo la información correspondiente a cada uno de los partidos que se han emitido durante la temporada de invierno y primavera con el objetivo de, a través del análisis de los mismos, descubrir el impacto de la cesión de los derechos de emisión a otros canales.

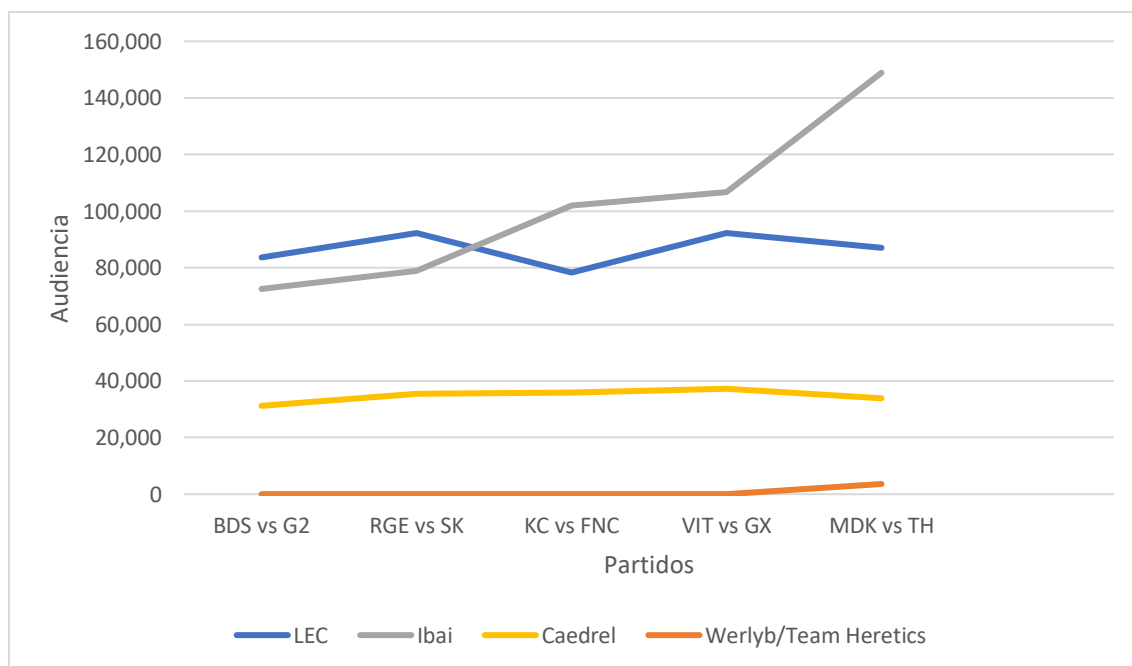
Como se ha señalado en el apartado de la metodología, la variable Werlyb/Team Heretics cambia en función de la temporada y la jornada que se analice. Sin embargo, al estar ambos al cargo de la misma persona, el exjugador conocido como “Werlyb”, se ha aceptado ese cambio.

Tras recopilar los datos de cada una de las emisiones que se van a analizar y organizar los datos en tablas, disponibles en el anexo, siguiendo el modelo explicado en la metodología, se pueden definir un total de 37 jornadas con entre 3 y 6 partidos por cada una de ellas. Esta recopilación permite realizar análisis individuales de cada jornada y/o partido, así como comparativas entre los canales.

Tal y como vemos en las gráficas siguientes, en las que se analizan las primeras jornadas de ambas temporadas para conocer desde qué punto parten cada temporada, se observa una estabilidad en todos los canales salvo el de Ibai Llanos, quien obtiene los datos de audiencia más altos en ambos, aunque en la temporada de primavera con más distancia con respecto al resto, y cuyo pico de audiencia corresponde con las emisiones de los partidos de su equipo. La novedad, al ser el primer partido del equipo, en invierno y los buenos resultados obtenidos durante el mismo, un segundo puesto, avalan los datos obtenidos y permiten establecer su canal como el co-streaming con mejores datos al inicio de cada temporada.

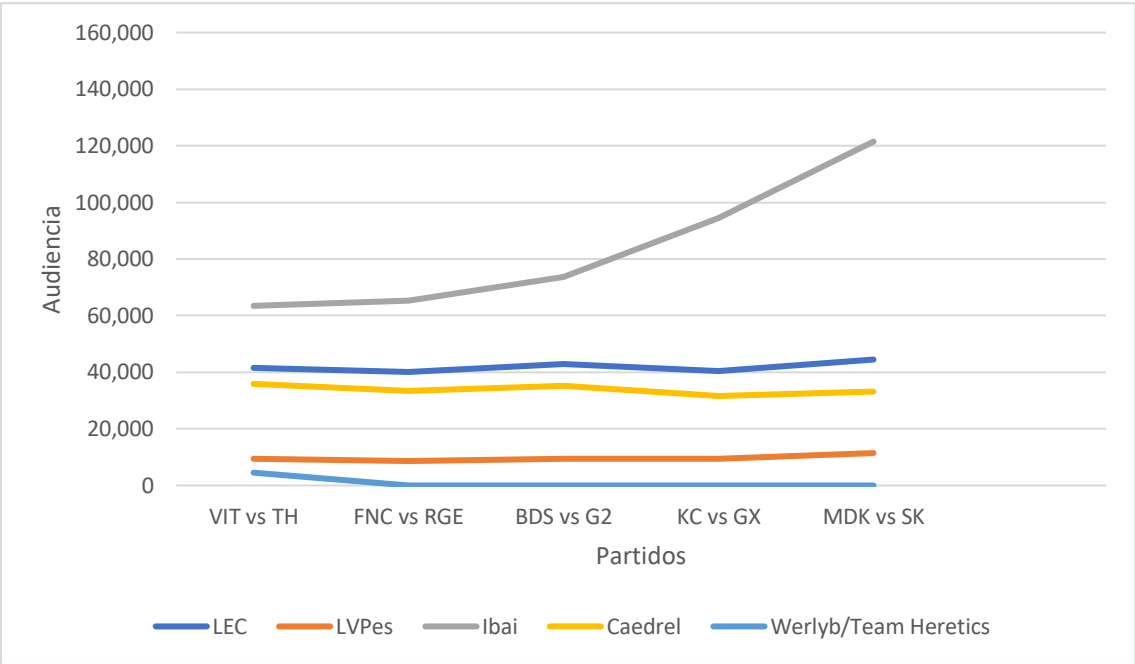
Por su parte, el canal de la LEC se mantiene en ambas como el más visto en inglés, aunque en la temporada de verano los números son más parejos entre este canal y el de Caedrel, que mantiene los datos obtenidos en invierno.

Gráfico 1. Jornada 1 de la temporada de invierno (13-01-2024)



Fuente: elaboración propia

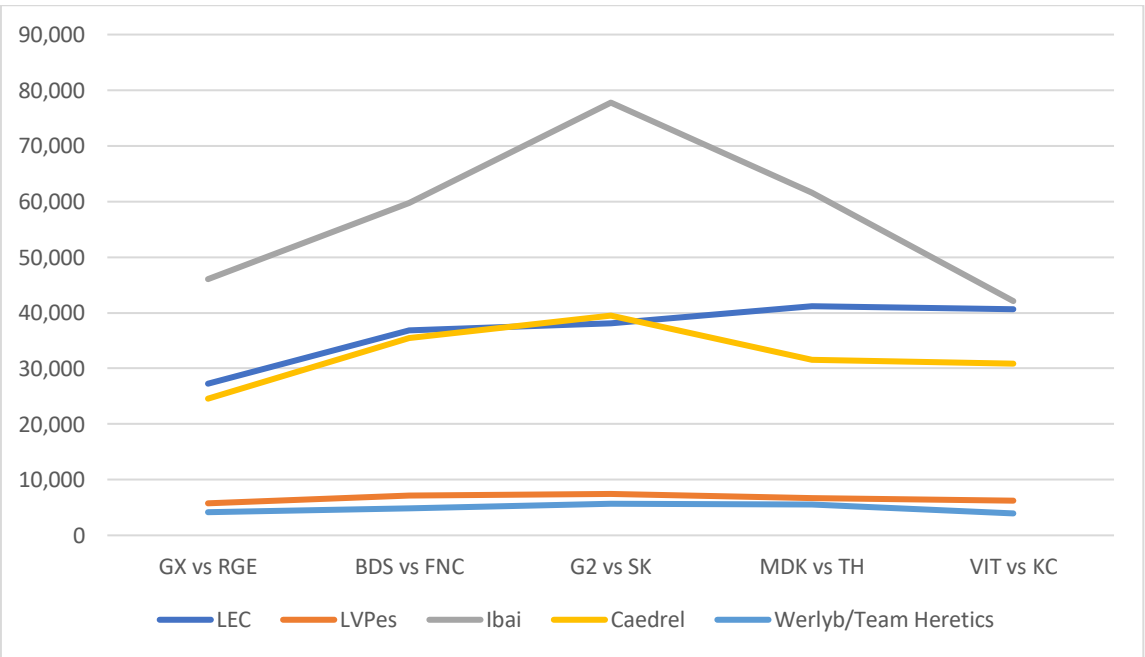
Gráfico 2. Jornada 1 de la temporada de primavera (09-03-2024)



Fuente: elaboración propia

Sin embargo, y como se aprecia en los gráficos anteriores, no todos los canales emitieron la jornada entera, Werlyb/Team Heretics se limita a los partidos de su equipo mientras que LVPes no emite la primera jornada de invierno, condicionando así los datos obtenidos.

Gráfico 3. Jornada 7 de la temporada de primavera (22-03-2024)



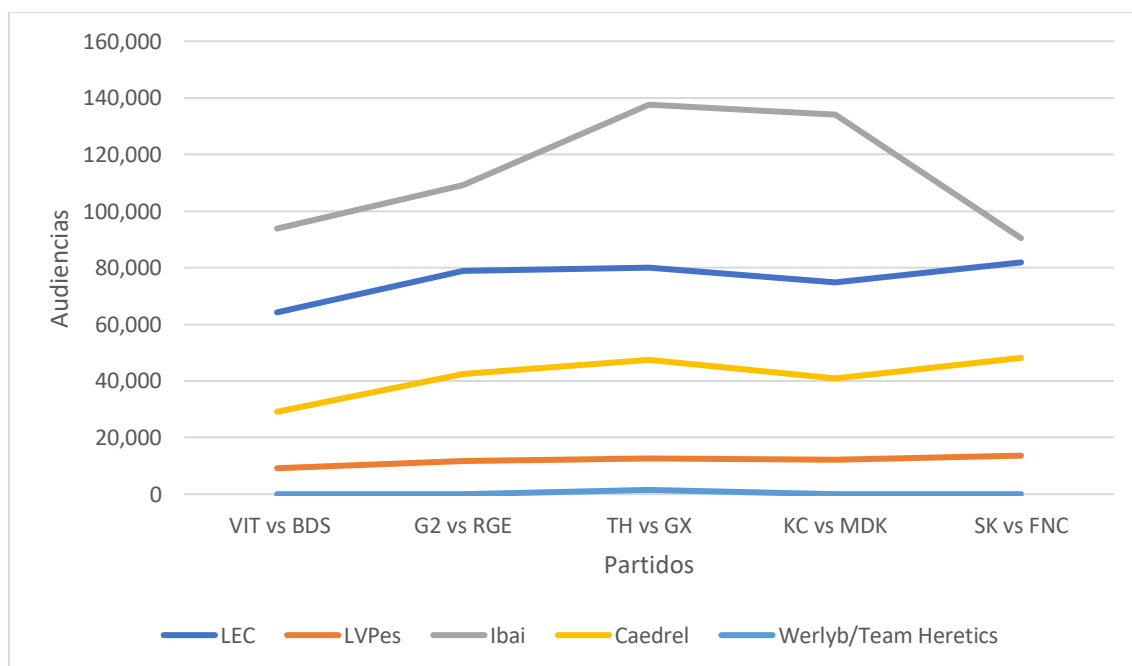
Fuente: elaboración propia

Este gráfico permite analizar los datos de audiencia del primer día en la que todos ellos han emitido la jornada completa, además, coincide con el partido entre MDK y TH, cuya rivalidad afecta directamente en las audiencias y consigue el mayor pico de audiencia en los tres canales de habla hispana (LVPes, Ibai y Werlyb).

Podemos observar cómo Ibai mantiene la superioridad con respecto al resto de canales, aunque en este caso con unos números más cercanos a los demás. Por otro lado, los canales ingleses mantienen la lucha por la audiencia e incluso durante el partido de G2 y SK, en el que ambos consiguen el mayor dato de audiencia, el canal de Caedrel supera por 1.335 usuarios a la emisión de la LEC, esto puede deberse a que justo el partido anterior correspondía al equipo al que representa el *streamer*.

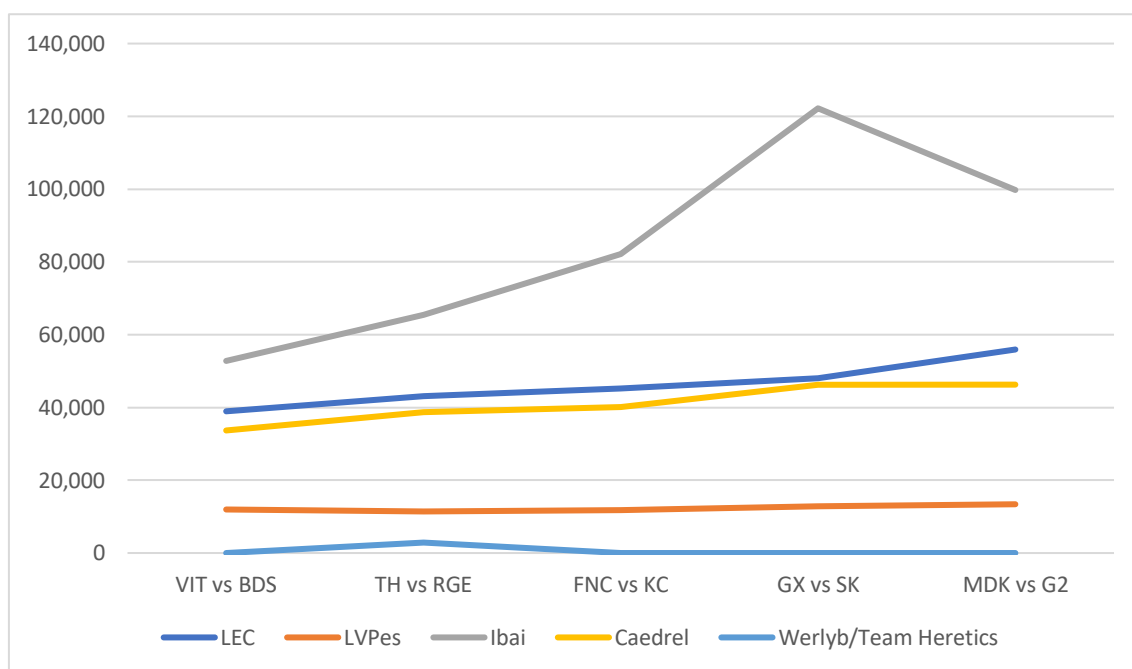
Atendiendo a los datos obtenidos tras la suma de las audiencias de todos los partidos de cada jornada, se puede establecer cual de ellas fue la más vista en cada primera fase (sin contar los partidos de desempate) de las dos temporadas. Este máximo de audiencia corresponde a un total de 1.213.814 en invierno y 923.092 en primavera, en este caso la jornada 9 obtenía más audiencia, pero contaba con un partido más, correspondiente al desempate, y tras restar los datos obtenidos por ese partido el resultado era menor al obtenido durante la jornada 2.

Gráfico 4. Jornada 3 de la temporada de invierno (15-01-2024)



Fuente: elaboración propia

Gráfico 5. Jornada 2 de la temporada de primavera (25-03-2024)



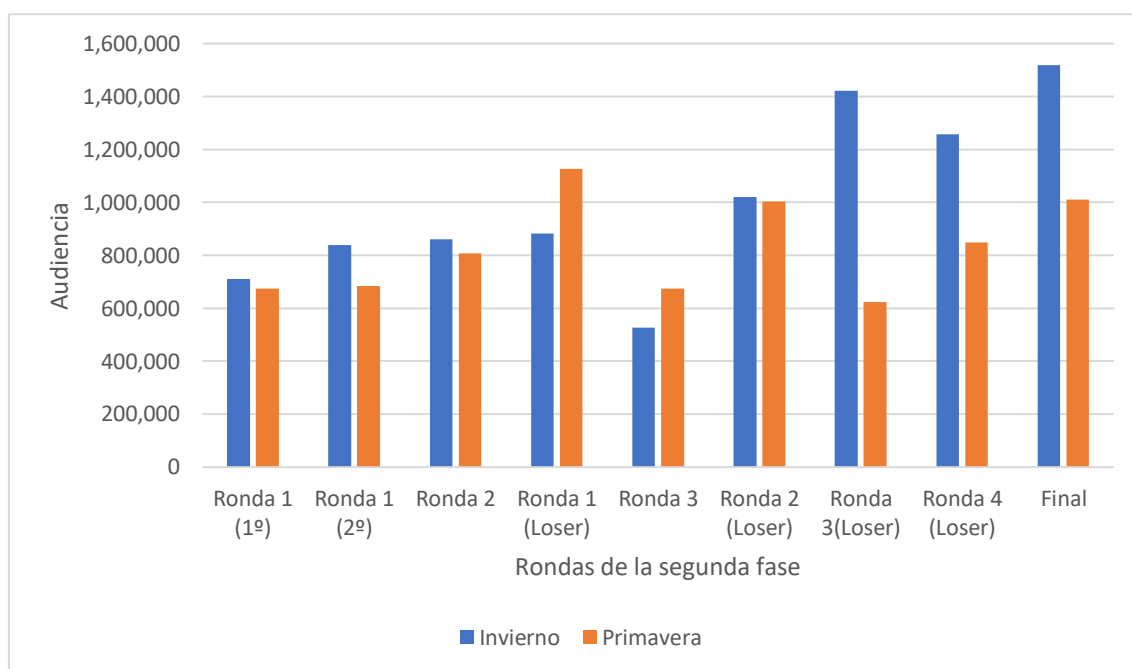
Fuente: elaboración propia

Estableciendo una comparación entre ambas gráficas podemos apreciar cómo, de nuevo, Ibai es el canal con más visitas de los cinco. Por detrás le siguen, por orden, el canal de la LEC, Caedrel, LVPes y por último Werlyb/Team Heretics.

Los datos de cada partido muestran una bajada de audiencia entre la temporada de invierno y la de primavera, no solo a nivel general, sino también de los propios partidos ya que en ambos se da un VIT vs BDS y mientras los canales de Caedrel, LVPes y Werlyb/Team Heretics se mantienen estables, destaca la pérdida de alrededor de 20.000 usuarios en el caso de la LEC y alrededor de 35.000 en el de Ibai.

Si hablamos de las segundas fases de ambas temporadas, encontramos que salvo en dos ocasiones, Ronda 1 del *Loser Bracket* y Ronda 3, las audiencias de la temporada de invierno son mayores a las de primavera.

Gráfico 6. Audiencia total segunda fase



Fuente: elaboración propia

Los picos de audiencia también siguen el mismo patrón siendo el de primavera más bajo, con alrededor de 40.000 usuarios menos. Un factor que afecta en estos datos son los equipos que compiten en cada ronda. En el caso de MDK, participan en todas las rondas de la temporada de invierno mientras que en la de primavera caen eliminados en la segunda ronda del *Loser*, pico que coincide con la bajada de audiencia considerable que solo remonta en el caso de la final para volver a los valores de esa segunda ronda.

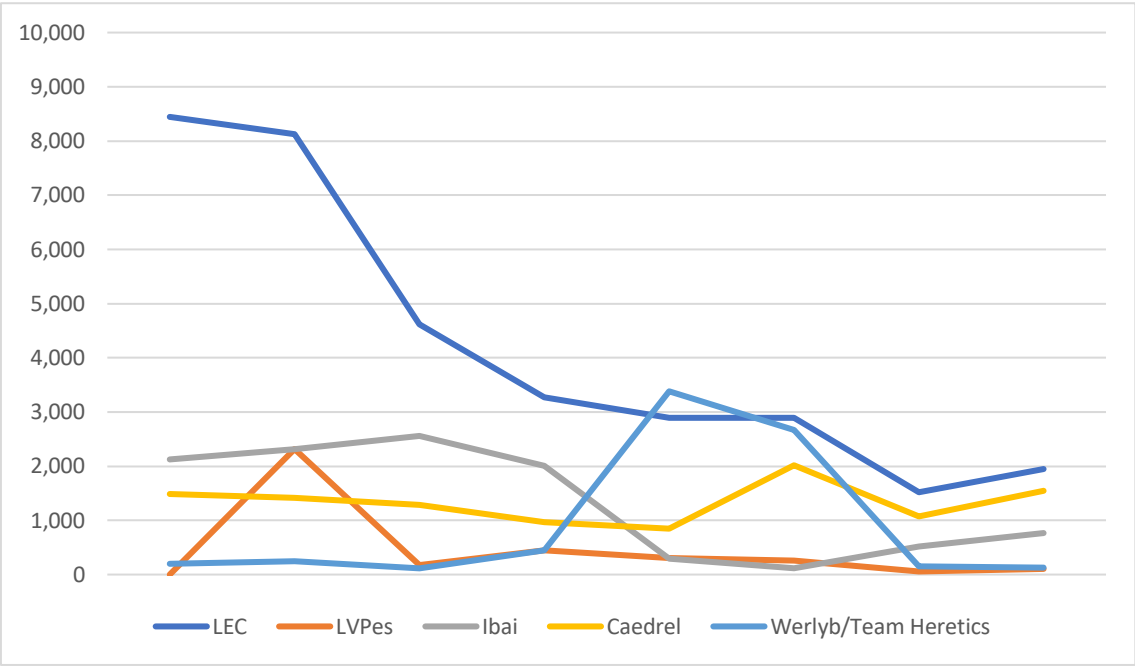
En ambas temporadas Team Heretics, el equipo al que representa Werlyb, cae eliminado en las primeras rondas por lo que las consecuencias de que no emitiera el resto de temporada no resultan significativas al ser iguales en ambas.

Por el contrario, quien mejora sus audiencias es Caedrel, que consigue un pico de 167.240 usuarios en invierno durante la final, pese a que el equipo al que representa ya está eliminado, y de 89.042 durante la ronda 4 del *Loser* de primavera.

En el caso de Ibai, se mantiene en ambas temporadas como el canal más visto aunque en la de primavera seguido más cerca por el canal de la LEC.

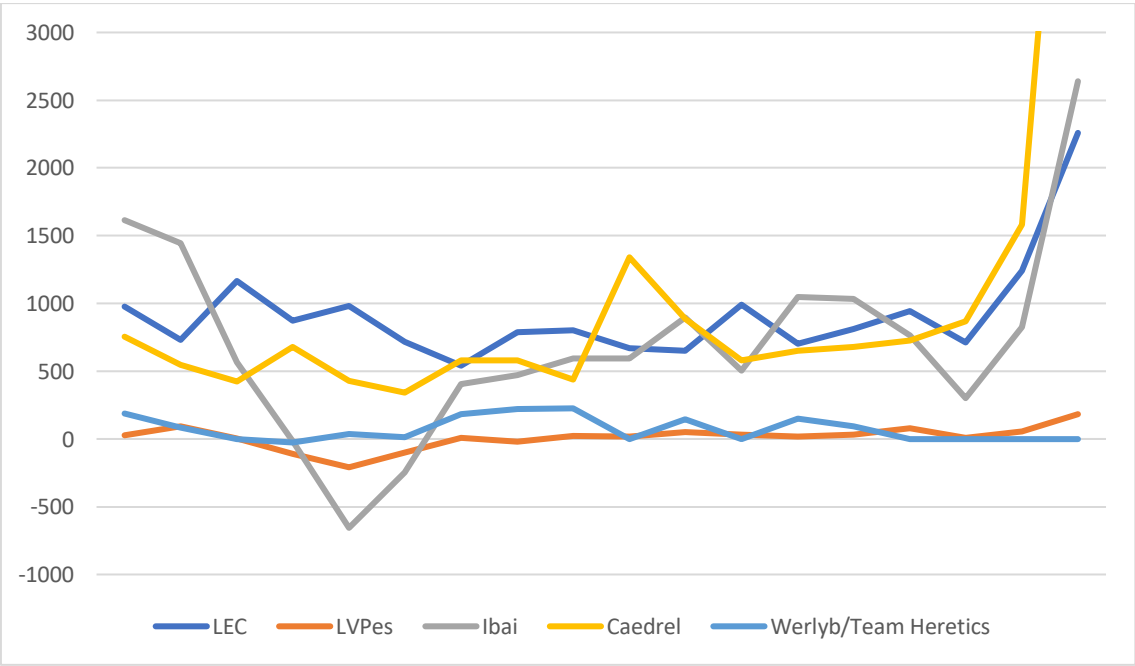
Otro de los aspectos analizados es el número de seguidores ganados durante las retransmisiones. Los siguientes gráficos presentan la evolución de estos datos a lo largo de las dos temporadas:

Gráfico 7. Número de seguidores ganados en la temporada de invierno



Fuente: elaboración propia

Gráfico 8. Número de seguidores ganados en la temporada de primavera



Fuente: elaboración propia

Estas gráficas permiten visualizar cómo ha ido variando el crecimiento de cada uno de los canales en función de los seguidores que obtiene con cada emisión. Lo más llamativo es la pérdida de seguidores que experimentan durante la temporada de primavera los canales de Ibai y LVPes. Frente a esta pérdida, durante la temporada de invierno el canal que consigue más seguidores es el correspondiente a la LEC mientras que en la de primavera es Caedrel quien tiene mejores datos en cuanto a seguidores. El resto de canales se mantiene lineales durante las dos temporadas.

Los datos recopilados y los análisis realizados permiten establecer a Ibai Llanos como el co-streaming más visto, seguido por la emisión oficial de la LEC. Los números obtenidos por ambos canales permiten prever un futuro a corto plazo asegurado.

6. Conclusiones

Una vez se han consultado los datos de audiencia de cada uno de los partidos que tuvieron lugar durante las temporadas de invierno y primavera del año 2024, y tras haber realizado el análisis correspondiente a través de las tablas y gráficos elaborados, se obtiene la conclusión de que los datos obtenidos por los canales de emisión oficiales son estables a lo largo de toda la temporada y su crecimiento en cuanto a seguidores se mantiene estable en el tiempo por lo que no se puede apreciar una influencia negativa de los co-streamings en sus retransmisiones. En consecuencia, la primera hipótesis formulada no es correcta.

Por el contrario, la concesión de estos permisos deriva en un aumento generalizado de la audiencia, proporcional al número de coberturas realizadas, la posibilidad de colaboración a través de las emisiones simultáneas en todos los canales y la segmentación en comunidades de los usuarios (Martín Muñoz, Pedrero-Esteban, Martín-San-Román, 2024).

Además, se aprecia cómo el canal de la LEC es el más visto en inglés mientras que en español es Ibai, que también lo es a nivel general, ya que tal y como se puede observar en los gráficos del apartado de los resultados, si organizamos los canales de más visto a menos, se mantiene el mismo orden: Ibai, LEC, Caedrel, LVPes y Werlyb/Team Heretics.

En este aspecto, se puede observar como todos los canales mantienen los datos de audiencia en el tiempo a excepción de Ibai que experimenta los mayores picos de audiencia en los partidos de su equipo y que marcan la diferencia con respecto al resto. Por lo tanto, únicamente el canal de Ibai supera a los *streamings* en inglés mientras que los otros dos canales en español, LVPes y Werlyb/Team Heretics obtienen datos parejos

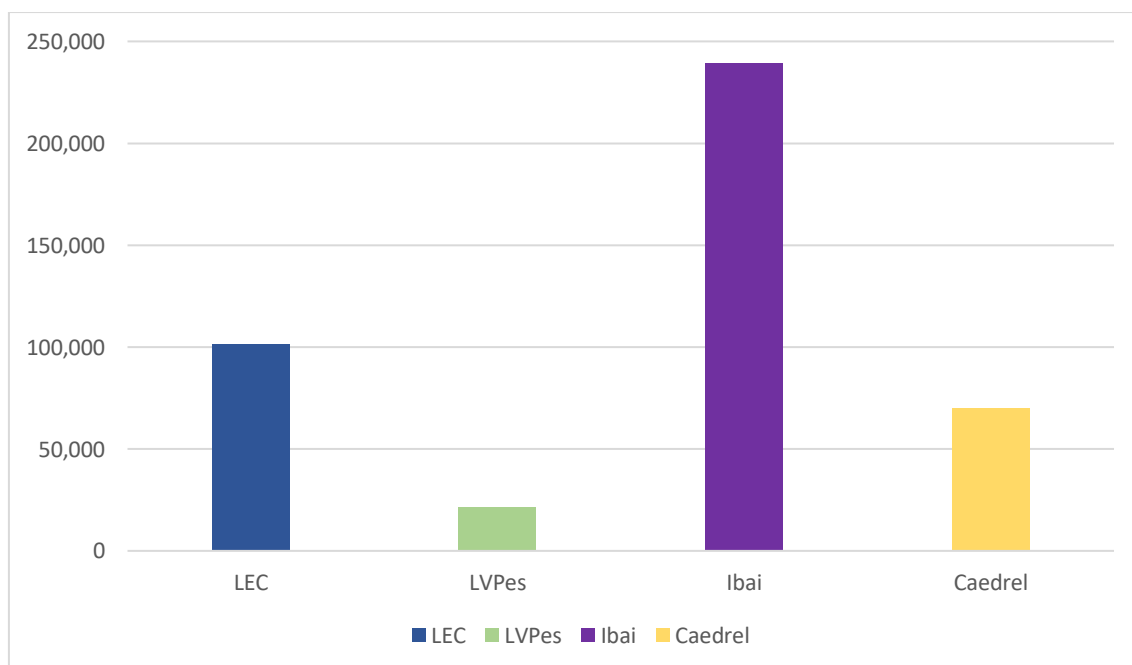
entre sí, pero alejados del resto, por lo que la segunda hipótesis formulada es correcta de manera parcial.

Como hemos visto en el apartado anterior, los datos de audiencia y el momento más álgido del directo de cada jornada suelen coincidir entre sí. Un factor a tener en cuenta es que cada uno de los co-streamings representa a un equipo por lo que el momento más visto suele corresponder a ese partido, por lo que la tercera hipótesis formulada al inicio de este TFM se confirma.

Sin embargo, cuando este no juega predomina el mismo partido en casi todos ellos. Los factores que influyen en estos datos son la rivalidad entre equipos (TH y MDK y MDK y KC) principalmente por motivos de nacionalidad, la novedad (la temporada de invierno fue la primera para MDK) o los “mejores” partidos (determinado por la posición histórica en el ránking, G2 y Fnatic son los mejores).

Esto último se ve reflejado en los datos de audiencia de las últimas rondas de ambas segundas fases, donde se alcanzan los datos de audiencia más elevados, incluso a pesar de que el canal de Werlyb/Team Heretics se limita a emitir exclusivamente sus partidas salvo en algunas excepciones, de todos los analizados.

Gráfico 9. El partido con más audiencia (G2 vs MDK)



Fuente: elaboración propia

El partido con más audiencia de todos los analizados fue en la final de la temporada de invierno (18-02-2024), donde el tercer partido entre G2 y MDK conseguía 431.326 usuarios viendo las emisiones (Tabla 19). Tal y como se puede observar en el gráfico, el más destacado fue el canal de Ibai, tanto a nivel general como en español, mientras que el canal de la LEC era el más visto en inglés. Además, también se registró el máximo *peak* de audiencia de todos los partidos con un 321,938 de usuarios.

En cuanto a la audiencia obtenida por los co-streamings, una de las claves del éxito de Twitch reside en la fama que obtiene cada creador de contenido (Gutiérrez Lozano y Cuartero, 2020) por lo que todos ellos parten con una base que puede estar o no relacionada con los esports.

Partiendo de esa información, la audiencia obtenida por los co-streamings, aunque se mantiene estable, experimenta aumentos de audiencia en momentos puntuales provocados por la importancia de los partidos emitidos en ese momento, o bien corresponde a su equipo o resulta interesante por méritos deportivos, por lo que la hipótesis relativa a sus audiencias es verdadera, pero con matices.

Otro de los aspectos que se pretendía analizar era el crecimiento de los canales ya que Twitch experimenta un mayor aumento de seguidores comparado con las redes sociales (Ramos, 2023). Los resultados demuestran un crecimiento continuo para el canal de la LEC, seguido de Ibai y Caedrel. También se puede apreciar como en ciertas ocasiones este dato es negativo para los canales de LVPes e Ibai. El primero de ellos es el que más afectado se ha visto por la pérdida de seguidores, atendiendo a las informaciones actuales y a las reacciones de las redes sociales, uno de los motivos son las últimas polémicas de la emisora como por ejemplo el despido a última hora de uno de sus trabajadores.

Tras analizar los datos y haber cumplido los objetivos marcados al inicio de este TFM, se puede asegurar que los permisos otorgados a cada co-streaming no ponen en peligro ni suponen una amenaza a las emisiones oficiales ya que sus datos se mantienen estables en el tiempo.

Lejos de suponer un obstáculo para las emisiones oficiales, consiguen que los datos generales sean mejores y como consecuencia el interés de los usuarios mayor. Además, permiten que el público que consume a cada streamer por un contenido distinto pueda acercarse al mundo competitivo de manera indirecta.

La realización de esta investigación permite actualizar la relación entre el co-streaming y las emisiones oficiales del LoL. Esto deriva en un análisis de la situación de este videojuego, así como la previsión de un futuro cercano favorable a través del análisis de los datos recogidos. Además, las ligas tanto nacionales como internacionales podrían estudiar la posibilidad de ampliar la cantidad de permisos de retransmisión concedidos para que no haya equipos en desigualdad de condiciones y todos puedan contar con un co-streaming y, de igual manera, con un representante del equipo.

6.1. Limitaciones

Este TFM se limita a un estudio de las audiencias desde un punto de vista exclusivamente estadístico dejando de lado otro tipo de factores que puedan afectar a las retransmisiones tanto oficiales como a los co-streamings.

Desde el inicio de la elaboración de esta investigación, la parte bibliográfica, especialmente la dedicada al fenómeno de los co-streamings, ha estado limitada al idioma español ya que no se encontraron documentos en otros idiomas.

6.2. Posibles líneas de investigación

El análisis realizado para este TFM permite abrir las puertas a otras investigaciones relacionadas con los esports. Uno de los aspectos más llamativos ha sido el descenso de audiencias entre la temporada de invierno y la temporada de primavera por lo que se pueden establecer nuevas líneas de investigación que busquen el motivo de este cambio en los datos.

Por otro lado, la categorización de los canales oficiales y los dedicados al co-streaming permite que se realicen estudios sobre la audiencia que consume cada uno de ellos y su comparación, sobre el estereotipo de persona que consume cada canal o sobre la posibilidad y los motivos de que los usuarios pasen de consumir la retransmisión oficial a los co-streamings, o a la inversa.

También permite que, bien desde las propias ligas u otros investigadores, estudien la posibilidad de ampliar las concesiones y sus posibles efectos, la posible colaboración entre los mismos, que en la actualidad solo se da cuando algún representante acude de manera presencial a los eventos, e incluso puede derivar en un estudio sobre el consumo actual de los esports.

7. Bibliografía

- AEVI (2017, noviembre 6). *ESPORTS*. Asociación Española de Videojuegos. Recuperado de: <https://www.aevi.org.es/web/e-sports/>
- Antón Roncero, M. (2019). Los deportes electrónicos (esports): El espectáculo de las competiciones de videojuegos. <https://hdl.handle.net/20.500.14352/16995>
- Asociación Española de Videojuegos. (2020). LOS ESPORTS EN ESPAÑA: SITUACIÓN ACTUAL Y POSICIÓN DE LA INDUSTRIA. https://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2020/12/Informe_esports_ESP_20.pdf
- Briones, L. (2022, marzo 21). Dossier IPMARK — Esports 2022. IPMARK | Información de valor sobre marketing, publicidad, comunicación y tendencias digitales. <https://ipmark.com/informes/dossier-ipmark-esports-2022/>
- EFE (2024, junio 14). *El COI crea los Juegos Olímpicos de los eSports*. EFE Noticias. Recuperado de: <https://efe.com/deportes/2024-06-14/coi-crea-juegos-olimpicos-esports/>
- García Carmona, D. (2021). eSports: Origen, presente y futuro. Revista Electrónica de Derecho de la Universidad de La Rioja (REDUR), 19, Article 19. <https://doi.org/10.18172/redur.5127>
- García-Naveira, A., Sierra, N. A., & Montiel, O. S. (2022). Mujeres, videojuegos y esports: Una revisión sistemática. INFORMACIO PSICOLOGICA, 124, Article 124. <https://doi.org/10.14635/ipsic.1948>
- Gonzáles Eggerstedt, A. G. J., & Gutierrez Hanco, J. X. (2022). Narrativa visual y percepción de la serie Arcane en las audiencias que participan en el videojuego en línea League of Legends. Universidad Tecnológica del Perú.
- Hernández, M. (2024, marzo 4). Historia de los eSports: ¿cómo empezaron las competiciones de videojuegos? Telefónica. <https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/historia-esports/>
- Lacort, J. (2019, noviembre 3). Ibai Llanos, o cómo el nerd de los esports pasó del nicho a ser uno de los personajes más famosos de internet en España. Xataka.

cARMOPs://www.xataka.com/videojuegos/ibai-llanos-como-nerd-esports-paso-nicho-al-mainstream

Liga de Videojuegos Profesional (2022). Informe del consumidor de eSports en España.

Lvp.Global. <https://insights.lvp.global/wp-content/uploads/2022/11/LVP-Deloitte-Informe-consumidor-de-eSports-Espana-2022.pdf>

Martín Muñoz, D. (2023). El fenómeno de los esports: Evolución, estructura y tendencias: el co-streaming como estrategia de generación y explotación de nuevas audiencias: el caso de League of Legends. Universidad Pontificia de Salamanca

Martín Muñoz, D. (2024). Co-streaming: From a community-driven audiovisual format to a new consumption channel in esports. In *Springer Series in Design and Innovation* (pp. 950–962). Springer Nature Switzerland.

Martín Muñoz, D., Pedrero Esteban, L. M., & Martín San Román, J. R. (2024). El co-streaming como catalizador de los esports: Análisis de la “Superliga” League of Legends. *Revista Comunicación y Medios*, 49, 105-118.

Navia,P (2016, mayo 11). *League of Legends: Organización impide la participación de equipos mixtos en Brasil*. Tarreo. Recuperado de: <https://www.tarreo.com/noticias/372487/League-of-Legends-Organizacion-impide-la-participacion-de-equipos-mixtos-en-Brasil>

Paredes Otero, G. (2021). La cobertura mediática de los eventos españoles de videojuegos en la prensa digital especializada. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(1), 375-384. <https://doi.org/10.5209/esmp.69503>

Ramos Adsuara, C. (2023). *Twitch.tv y el contenido generado por usuarios. Estudio de los casos de éxito de streamers españoles*. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/202830>

Rodríguez Fuertes, M. (2017). El tratamiento informativo de los eSports como especialización periodística deportiva en España.

8. Páginas web consultadas

- Antes de los esports: Los primeros campeones de videojuegos de la historia.* (2020, noviembre 3). MARCA. <https://www.marca.com/videojuegos/otros-juegos/2020/11/03/5fa11edc46163fa7508b462d.html>
- Arcilla, A. (2022, noviembre 7). Riot y el co-stream: ¿Debería permitirlo en la LEC? Esportmaniacos. Recuperado de: <https://www.esportmaniacos.com/lol/lec-co-stream-temporada-2023-posibilidad/>
- Caedrel—Streams List and Statistics.* (s. f.). TwitchTracker. Recuperado de: <https://twitchtracker.com/caedrel/streams>
- Darvin, L. (2021, marzo 12). At colleges nationwide, esports teams dominated by men. The Conversation. <http://theconversation.com/at-colleges-nationwide-esports-teams-dominated-by-men-154793>
- El fenómeno de los esports* (s. f.). SUMMA. UPSA. Recuperado de: <https://summa.upsa.es/viewer.vm?id=156241&view=main&lang=es>
- ElAfterLoL - Twitch.* (s. f.). Recuperado de: <https://www.twitch.tv/elafterlol>
- Esportmaniacos—Twitch.* (s. f.). Recuperado de: <https://www.twitch.tv/esportmaniacos>
- eSports, M.* (s. f.). Movistar eSports. Movistar eSports. Recuperado de: <https://esports.as.com/>
- ibai—Streams List and Statistics.* (s. f.). TwitchTracker. Recuperado de: <https://twitchtracker.com/ibai/streams>
- League of Legends How to Play.* (s. f.) Recuperado de: <https://leagueoflegends.com/es-es/how-to-play>
- League of Legends.* (2024, junio 26). Fnatic. Recuperado de: <https://fnatic.com/esports/league-of-legends>
- League of Legends.* (2024, junio 5). Newzoo. Recuperado de: <https://newzoo.com/games/league-of-legends>
- League of Legends.* (s. f.). EU - G2 Esports. Recuperado de: <https://g2esports.com/blogs/teams/league-of-legends>

Leaguepedia | League of Legends Esports Wiki. (s. f.). Recuperado de: https://lol.fandom.com/wiki/League_of_Legends_Esports_Wiki

LEC - Streams List and Statistics. (s. f.). TwitchTracker. Recuperado de: <https://twitchtracker.com/lec/streams>

LEC | League of Legends Team. (s. f.). Team Vitality. Recuperado de: <https://vitality.gg/teams/league-of-legends-lec/>

LEC League of Legends: Todos los equipos que han ganado en la historia. (2023, septiembre 12). Dexerto. Recuperado de: <https://www.dexerto.es/league-of-legends/lec-league-of-legends-todos-los-equipos-que-han-ganado-en-la-historia-1502336/>

LEC Team. (s. f.). COMIENZA UN NUEVO CAPÍTULO CON GIANTX. Recuperado de: <https://giantx.gg/es/league-of-legends/lec>

LoL Esports | PROGRAMACIÓN. (s. f.). Recuperado de: <https://lolesports.com/es-ES>

LOL LEC TEAM. (s. f.). teamheretics. Recuperado de: <https://teamheretics.com/es/content/lol-lec-team>

LoL: 9 datos que cuentan la historia de LEC, la máxima competición europea de League of Legends. (2021, abril 7). Millenium ES. Recuperado de: <https://www.millenium.gg/noticias/35135.html>

LVPes—Streams List and Statistics. (s. f.). TwitchTracker. Recuperado de: <https://twitchtracker.com/lvpes/streams>

Mika, S. (2021, septiembre 3). e-sports: ¿A qué se debe la falta de equipos mixtos? Press Over. <https://pressover.news/articulos/e-sports-a-que-se-debe-la-falta-de-equipos-mixtos/>

Noticias sobre videojuegos y streamers—Marca Gaming. (2024, junio 29). Marca.com. Recuperado de: <https://www.marca.com/videojuegos.html>

Page esport lol. (s. f.). Karmin Corp. Recuperado de: <https://www.karmincorp.fr/pages/page-esport-lol>

SK LEC League of Legends | SK Gaming. (s. f.). Recuperado de: <https://www.sk-gaming.com/teams/sk-lec-league-of-legends>

Team BDS. (s. f.). Recuperado de <https://teambds.gg/>

TeamHeretics—Streams List and Statistics. (s. f.). TwitchTracker. Recuperado de: <https://twitchtracker.com/teamheretics/streams>

Werlyb—Streams List and Statistics. (s. f.). TwitchTracker. Recuperado de: <https://twitchtracker.com/werlyb/streams>

9. Anexo documental estadístico

- Tablas realizadas a partir de los datos de audiencia recabados en la investigación

Tabla 4. Jornada 1 de la competición de invierno (13-01-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
BDS vs G2	83.636	-	72.510	31.224	-	103.734
RGE vs SK	95.252	-	78.855	35.413	-	114.268
KC vs FNC	78.291	-	101.889	35.947	-	137.836
VIT vs GX	92.547	-	106.732	37.244	-	143.976
MDK vs TH	86.992	-	148.881	33.924	3.596	186.401
Duración de emisión	7h	-	5h 21m	5h 31m	1h 5m	
Peak de audiencia	102,902 (KC vs FNC)	-	148.881 (MDK vs TH)	47.428 (KC vs FNC)	3.596 (MDK vs TH)	
Seguidores ganados	8.444	-	2.125	1.488	203	
Total						686.215

Fuente: elaboración propia

Tabla 5. Jornada 2 de la competición de invierno (14-01-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
GX vs BDS	94.453	13.207	121.835	33.200	-	262.695
MDK vs SK	97.293	14.253	84.948	39.640	-	236.134
G2 vs KC	97.985	13.160	73.614	40.998	-	225.757
FNC vs VIT	84.538	14.070	77.813	47.715	-	224.136
RGE vs TH	92.398	10.801	71.550	41.050	3.077	218.876
Duración de emisión	7h 8m	6h 30m	6h 15m	6h 24m	1h 16m	
Peak de audiencia	121.273 (G2 vs KC)	18.392 (MDK vs SK)	168.272 (MDK vs SK)	51.274 (G2 vs KC)	4.745 (RGE vs TH)	
Seguidores ganados	8.127	2.316	2.316	1.420	241	

Total	1.167.598
-------	-----------

Fuente: elaboración propia

Tabla 6. Jornada 3 de la competición de invierno (15-01-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
VIT vs BDS	64.227	9.169	93.753	29.112	-	196.261
G2 vs RGE	78.886	11.746	109.135	42.464	-	242.231
TH vs GX	79.934	12.608	137.600	47.399	1.506	279.047
KC vs MDK	74.869	12.148	134.174	40.975	-	262.166
SK vs FNC	81.881	13.614	90.454	48.160	-	234.109
Duración de emisión	6h 33m	5h 49m	5h 37m	5h 54m	1h 13m	
Peak de audiencia	98.445 (KC vs MDK)	17.047 (KC vs MDK)	225.817 (KC vs MDK)	51.137 (KC vs MDK)	2.912 (TH vs GX)	
Seguidores ganados	4.618	181	2.558	1.291	115	
Total						1.213.814

Fuente: elaboración propia

Tabla 7. Jornada 4 de la competición de invierno (20-01-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
VIT vs RGE	57.905	18.323	-	33.178	18.323	127.729
SK vs TH	75.967	29.412	-	33.993	29.412	168.784
MDK vs G2	76.285	22.466	48.760	43.169	22.466	213.146
FNC vs BDS	66.455	17.969	-	31.855	17.969	134.248
GX vs KC	73.072	27.015	-	35.544	27.015	162.646
Duración de emisión	6h 21m	5h 52m	6h 53m	5h 33m	5h 52m	
Peak de audiencia	90.815 (MDK vs G2)	33.658 (SK vs TH)	128.090 (MDK vs G2)	48.714 (MDK vs G2)	33.658 (SK vs TH)	
Seguidores ganados	3.276	449	2.001	967	449	
Total						806.553

Fuente: elaboración propia

Tabla 8. Jornada 5 de la competición de invierno (21-01-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
MDK vs BDS	56.647	15.003	97.362	30.542	14.215	213.769

FNC vs RGE	73.275	19.424	-	40.985	23.726	157.410
TH vs G2	71.706	20.039	-	45.195	10.694	147.634
SK vs GX	65.949	16.661	-	32.269	11.550	126.429
VIT vs KC	81.323	24.707	-	41.089	14.710	161.829
Duración de emisión	6h 12m	5h 39m	1h 20m	5h 26m	4h 46m	
Peak de audiencia	98.223 (TH vs G2)	26.923 (TH vs G2)	107.151 (MDK vs BDS)	46.828 (TH vs G2)	27.982 (TH vs G2)	
Seguidores ganados	2.893	309	292	847	3.381	
Total						807.071

Fuente: elaboración propia

Tabla 9. Jornada 6 de la competición de invierno (22-01-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
SK vs BDS	56.207	17.643	-	-	13.158	87.008
FNC vs GX	66.331	18.697	-	33.577	16.932	135.537
MDK vs RGE	73.057	18.455	61.839	-	10.907	164.258
VIT vs G2	78.597	19.293	-	-	21.045	118.935
TH vs KC	53.736	16.846	-	-	23.843	94.425
Duración de emisión	6h 9m	5h 14m	1h 10m	50m	4h 28m	
Peak de audiencia	105.741 (VIT vs G2)	29.609 (FNC vs GX)	104.632 (MDK vs RGE)	33.577 (FNC vs GX)	32.347 (TH vs KC)	
Seguidores ganados	2.889	263	117	2.016	2.666	
Total						600.163

Fuente: elaboración propia

Tabla 10. Jornada 7 de la competición de invierno (27-01-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
BDS vs TH	49.475	9.468	50.362	33.870	3.255	146.430
SK vs VIT	54.292	10.120	72.812	32.765	-	169.989
MDK vs FNC	80.207	14.343	100.760	35.196	-	230.506
G2 vs GX	35.962	9.458	55.846	45.380	-	146.646
RGE vs KC	51.037	11.216	63.220	35.212	-	160.685
Duración de emisión	6h	5h 51m	5h 21m	8h 6m	1h 5m	

<i>Peak</i> de audiencia	80.207 (G2 vs GX)	14.659 (MDK vs FNC)	122.100 (MDK vs FNC)	45.380 (G2 vs GX)	5.775 (BDS vs TH)	
Seguidores ganados	1.519	57	517	1.076	146	
Total						854.256

Fuente: elaboración propia

Tabla 11. Jornada 8 de la competición de invierno (28-01-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
TH vs VIT	66.876	13.314	60.386	36.644	3.584	180.804
RGE vs BDS	67.278	14.347	81.576	42.363	-	205.564
FNC vs G2	66.019	13.180	112.739	35.615	-	227.553
GX vs MDK	59.987	10.056	74.172	34.655	-	178.870
KC vs SK	65.876	11.267	65.449	31.723	-	174.315
Duración de emisión	6h 35m	5h 58m	6h 16m	13h 34m	1h 29m	
<i>Peak</i> de audiencia	94.227 (FNC vs G2)	20.509 (TH vs VIT)	149.180 (GX vs MDK)	54.514 (FNC vs G2)	5.901 (TH vs VIT)	
Seguidores ganados	1.953	100	771	1.546	126	
Total						967.106

Fuente: elaboración propia

Tabla 12. Jornada 9 de la competición de invierno (29-01-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
GX vs RGE	59.242	9.960	74.587	37.517	-	181.306
BDS vs KC	52.961	9.007	70.910	33.151	-	166.029
FNC vs TH	54.434	9.530	78.680	34.731	1.720	179.095
SK vs G2	52.020	10.191	108.345	30.220	-	200.776
VIT vs MDK	40.756	8.778	109.429	29.239	-	188.202
Duración de emisión	6h 35m	5h 54m	6h 5m	9h 9m	1h 5m	
<i>Peak</i> de audiencia	68.021 (SK vs G2)	13.043 (VIT vs MDK)	143.995 (VIT vs MDK)	40.857 (FNC vs TH)	3.457 (FNC vs TH)	
Seguidores ganados	1.554	43	659	596	71	
Total						915.408

Fuente: elaboración propia

Tabla 13. Ronda 1, segunda fase de la competición de invierno, formato BO3 (03-02-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
TH vs BDS	58.497	10.404	60.046	35.351	3.950	168.248
TH vs BDS	54.125	8.958	57.600	33.661	2.490	156.834
G2 vs GX	73.730	11.841	70.167	42.652	-	198.390
G2 vs GX	72.359	11.024	61.690	41.005	-	186.078
Duración de emisión	4h 55m	4h 19m	5h 5m	7h 33m	1h 51m	
Peak de audiencia	73.730 (G2 vs GX)	12.279 (TH vs BDS)	70.167 (G2 vs GX)	43.945 (TH vs BDS)	4.547 (TH vs BDS)	
Seguidores ganados	1.286	29	414	924	160	
Total						709.550

Fuente: elaboración propia

Tabla 14. Ronda 1, segunda fase de la competición de invierno, formato BO3 (04-02-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
VIT vs SK	56.736	13.730	65.884	39.046	-	175.396
VIT vs SK	56.404	12.321	94.774	41.622	-	205.121
MDK vs FNC	72.114	16.438	139.494	49.349	-	277.395
MDK vs FNC	53.333	10.449	73.850	44.285	-	181.917
Duración de emisión	5h 16m	4h 29m	4h 57m	8h 18m	-	
Peak de audiencia	87.924 (MDK vs FNC)	18.423 (MDK vs FNC)	165.513 (MDK vs FNC)	63.004 (MDK vs FNC)	-	
Seguidores ganados	1.372	87	787	1.092	-	
Total						839.829

Fuente: elaboración propia

Tabla 15. Ronda 2, segunda fase de la competición de invierno, formato BO3 (05-02-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
VIT vs BDS	42.996	6.870	43.924	34.164	-	127.954
VIT vs BDS	48.792	8.404	53.215	36.707	-	147.118
G2 vs FNC	65.662	10.819	69.561	56.273	-	202.315

G2 vs FNC	82.977	11.869	73.886	52.674	-	221.406
G2 vs FNC	40.094	12.342	81.958	28.054	-	162.448
Duración de emisión	5h 55m	5h 4m	4h 39m	7h 43m	-	
<i>Peak</i> de audiencia	88.758 (G2 vs FNC)	15.404 (G2 vs FNC)	92.158 (G2 vs FNC)	68.017 (G2 vs FNC)	-	
Seguidores ganados	1.512	34	150	965	-	
Total						861.241

Fuente: elaboración propia

Tabla 16. Ronda 1 *Loser bracket*, segunda fase de la competición de invierno, formato BO3 (10-02-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
SK vs TH	42.946	10.211	54.541	29.038	5.042	141.778
SK vs TH	62.221	13.148	71.766	39.069	5.541	191.745
SK vs TH	46.801	9.931	84.103	30.229	6.795	177.859
MDK vs GX	52.355	13.215	116.907	37.047	-	219.524
MDK vs GX	33.058	9.186	79.769	30.511	-	152.524
Duración de emisión	5h 37m	5h 12m	5h 35m	8h 45m	2h 51m	
<i>Peak</i> de audiencia	65.219 (SK vs TH)	13.256 (SK vs TH)	126.637 (MDK vs GX)	41.221 (SK vs TH)	6.795 (SK vs TH)	
Seguidores ganados	1.050	74	730	668	276	
Total						883.430

Fuente: elaboración propia

Tabla 17. Ronda 3, segunda fase de la competición de invierno, formato BO5 (11-02-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
G2 vs BDS	64.510	10.041	60.774	39.711	-	175.036
G2 vs BDS	64.845	11.040	70.326	43.241	-	189.452
G2 vs BDS	50.085	13.383	51.557	47.731	-	162.756
Duración de emisión	4h 2m	3h 25m	6h 25m	3h 23m	-	
<i>Peak</i> de audiencia	79.716	13.881	78.168	49.933	-	
Seguidores ganados	1.125	19	763	444	-	
Total						527.244

Fuente: elaboración propia

Tabla 18. Ronda 2 *Loser bracket*, segunda fase de la competición de invierno, formato BO3 (12-02-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
MDK vs VIT	38.871	8.310	109.628	31.951	-	188.760
MDK vs VIT	46.227	9.544	97.002	37.928	-	190.701
SK vs FNC	54.860	10.372	83.621	43.717	-	192.570
SK vs FNC	70.129	11.715	95.865	60.274	-	237.983
SK vs FNC	54.908	10.911	86.303	58.995	-	211.117
Duración de emisión	6h 7m	5h 40m	5h 28m	7h 45m	-	
<i>Peak</i> de audiencia	74.964 (SK vs FNC)	13.750 (SK vs FNC)	149.959 (MDK vs VIT)	60.274 (SK vs FNC)	-	
Seguidores ganados	1.227	20	579	814	-	
Total						1.021.131

Fuente: elaboración propia

Tabla 19. Ronda 3 *Loser bracket*, segunda fase de la competición de invierno, formato BO5 (16-02-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
MDK vs FNC	52.762	13.298	149.337	44.425	-	259.822
MDK vs FNC	52.618	11.654	138.693	43.283	-	246.248
MDK vs FNC	58.903	13.805	158.610	56.193	-	287.511
MDK vs FNC	69.231	15.165	146.492	52.645	-	283.533
MDK vs FNC	85.209	12.770	196.300	50.134	-	344.413
Duración de emisión	5h 59m	5h 21m	5h 36m	5h 28m	-	
<i>Peak</i> de audiencia	85.209	16.923	196.300	65.494	-	
Seguidores ganados	1.357	117	1.853	1.086	-	
Total						1.421.527

Fuente: elaboración propia

Tabla 20. Ronda 4 *Loser bracket*, segunda fase de la competición de invierno, formato BO5 (17-02-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
BDS vs MDK	63.940	13.530	146.108	-	-	223.578

BDS vs MDK	84.141	14.960	159.503	-	-	258.604
BDS vs MDK	85.803	14.465	157.552	-	-	257.820
BDS vs MDK	86.722	15.470	159.526	-	-	261.718
BDS vs MDK	70.709	14.443	170.423	-	-	255.575
Duración de emisión	5h 43m	5h 8m	5h 12m	-	-	
Peak de audiencia	114.385	20.026	213.688	-	-	
Seguidores ganados	2.264	255	1.732	-	-	
Total						1.257.295

Fuente: elaboración propia

Tabla 21. Final segunda fase de la competición de invierno, formato BO5 (18-02-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Team Heretics (ES)	Audiencia total
G2 vs MDK	86.706	22.294	228.305	58.085	-	395.390
G2 vs MDK	94.806	20.147	230.978	64.656	-	410.587
G2 vs MDK	101.334	21.227	239.042	69.723	-	431.326
G2 vs MDK	27.960	13.437	156.580	83.869	-	281.846
Duración de emisión	5h 22m	4h 39m	4h 36m	4h 54m	-	
Peak de audiencia	120.193	26.089	321,938	167.240	-	
Seguidores ganados	3.173	223	2.926	3.420	-	
Total						1.519.149

Fuente: elaboración propia

Tabla 22. Jornada 1 de la temporada de primavera (09-03-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
VIT vs TH	41.580	9.473	63.451	35.877	4.519	154.900
FNC vs RGE	40.094	8.630	65.226	33.368	-	147.318
BDS vs G2	42.895	9.353	73.560	35.097	-	160.905
KC vs GX	40.506	9.371	94.512	31.612	-	176.001
MDK vs SK	44.480	11.440	121.492	33.121	-	210.533
Duración de emisión	6h 3m	5h 45m	5h 21m	5h 34m	3h 45m	
Peak de audiencia	55,532 (BDS vs G2)	11.991 (MDK vs SK)	128,823 (MDK vs SK)	47.477 (BDS vs G2)	7.463 (VIT vs TH)	
Seguidores ganados	978	25	1.614	755	187	
Total						849.657

Fuente: elaboración propia

Tabla 23. Jornada 2 de la temporada de primavera (10-03-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
VIT vs BDS	38.948	12.021	52.791	33.684	-	137.444
TH vs RGE	43.161	11.428	65.495	38.656	2.875	161.615
FNC vs KC	45.288	11.727	82.128	40.204	-	179.347
GX vs SK	48.082	12.921	122.207	46.237	-	229.447
MDK vs G2	55.929	13.401	99.678	46.231	-	215.239
Duración de emisión	5h 40m	5h 5m	5h 21m	4h 53m	2h 46m	
Peak de audiencia	56,383 (FNC vs KC)	18.368 (VIT vs BDS)	140.351 (MDK vs G2)	56.196 (FNC vs KC)	4.491 (TH vs RGE)	
Seguidores ganados	729	92	1.447	547	82	
Total						923.092

Fuente: elaboración propia

Tabla 24. Jornada 3 de la temporada de primavera (11-03-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
RGE vs BDS	34.133	6.006	56.883	27.644	-	124.666
SK vs VIT	41.042	7.594	87.278	30.986	-	166.900
GX vs MDK	45.994	7.373	68.963	40.412	-	162.742
TH vs FNC	50.910	8.685	49.733	37.032	-	146.360
G2 vs KC	66.055	10.241	52.732	51.250	-	180.278
Duración de emisión	5h 45m	4h 54m	4h 30m	4h 54m	-	
Peak de audiencia	66.055 (G2 vs KC)	11.671 (TH vs FNC)	105.833 (GX vs MDK)	51.250 (G2 vs KC)	-	
Seguidores ganados	1.166	5	568	422	-	
Total						780.946

Fuente: elaboración propia

Tabla 25. Jornada 4 de la temporada de primavera (16-03-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
SK vs BDS	39.191	7.170	52.421	27.719	-	126.501
GX vs FNC	47.114	8.270	65.520	31.328	-	152.232
G2 vs TH	47.296	8.277	90.555	30.479	2.678	179.285

MDK vs VIT	49.566	9.738	107.919	39.870	-	207.093
KC vs RGE	48.560	6.619	47.877	35.051	-	138.107
Duración de emisión	5h 54m	5h 14m	4h 45m	9h 31m	45m	
Peak de audiencia	60.728 (G2 vs TH)	9.829 (G2 vs TH)	109.028 (MDK vs VIT)	39.870 (MDK vs VIT)	2.678 (G2 vs TH)	
Seguidores ganados	873	-109	-17	680	-26	
Total						803.218

Fuente: elaboración propia

Tabla 26. Jornada 5 de la temporada de primavera (17-03-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
GX vs BDS	38.771	9.145	50.851	26.699	-	125.466
RGE vs VIT	46.092	9.823	94.144	37.754	-	187.813
MDK vs KC	54.198	11.124	124.755	42.984	-	233.061
TH vs SK	59.008	19.861	-	39.845	4.569	123.283
FNC vs G2	51.371	14.533	-	55.424	-	121.328
Duración de emisión	6h 3m	5h 32m	3h 57m	5h 26m	1h 9m	
Peak de audiencia	78.905 (FNC vs G2)	29.222 (FNC vs G2)	124.755 (MDK vs KC)	55.424 (FNC vs G2)	7.947 (TH vs SK)	
Seguidores ganados	980	-209	-656	430	38	
Total						790.951

Fuente: elaboración propia

Tabla 27. Jornada 6 de la temporada de primavera (18-03-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
BDS vs TH	33.060	6.452	49.718	28.159	2.584	119.973
VIT vs FNC	39.766	7.854	63.430	36.049	-	147.099
G2 vs GX	42.325	7.681	83.239	32.326	-	165.571
RGE vs MDK	39.804	6.363	68.727	29.906	-	144.800
SK vs KC	43.862	7.031	56.285	34.451	-	141.629
Duración de emisión	5h 38m	4h 54m	4h 23m	5h 5m	1h 6m	
Peak de audiencia	51.046 (G2 vs GX)	9.522 (RGE vs MDK)	114.348 (RGE vs MDK)	39.702 (VIT vs FNC)	3.140 (BDS vs TH)	
Seguidores ganados	718	-102	-248	342	12	
Total						719.072

Fuente: elaboración propia

Tabla 28. Jornada 7 de la temporada de primavera (22-03-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
GX vs RGE	27.259	5.762	46.055	24.567	4.279	107.922
BDS vs FNC	36.855	7.122	59.721	35.425	4.833	143.956
G2 vs SK	38.155	7.444	77.770	39.490	5.677	168.536
MDK vs TH	41.177	6.716	61.552	31.514	5.539	146.498
VIT vs KC	40.633	6.186	42.100	30.828	3.942	123.689
Duración de emisión	5h 49m	5h 3m	4h 16m	8h 26m	4h 12m	
Peak de audiencia	46.526 (G2 vs SK)	8.678 (MDK vs TH)	101.882 (MDK vs TH)	39.490 (G2 vs SK)	6.792 (MDK vs TH)	
Seguidores ganados	541	7	403	582	183	
Total						690.601

Fuente: elaboración propia

Tabla 29. Jornada 8 de la temporada de primavera (23-03-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
SK vs FNC	23.285	7.425	63.116	35.170	4.340	133.336
VIT vs GX	31.631	8.605	89.540	35.752	4.104	169.632
BDS vs MDK	38.090	7.732	68.644	40.615	8.425	163.506
RGE vs G2	38.768	7.140	59.167	33.007	6.582	144.664
KC vs TH	31.497	5.312	46.773	37.888	9.278	130.748
Duración de emisión	5h 52m	5h 14m	5h 3m	7h 33m	5h 1m	
Peak de audiencia	56.689 (RGE vs G2)	9.811 (BDS vs MDK)	111.351 (BDS vs MDK)	44.907 (SK vs FNC)	10.301 (KC vs TH)	
Seguidores ganados	787	-18	473	581	223	
Total						741.886

Fuente: elaboración propia

Tabla 30. Jornada 9 de la temporada de primavera (25-03-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
TH vs GX	35.923	7.465	73.244	34.900	6.644	158.176
RGE vs SK	38.199	9.746	102.607	36.196	-	186.748
FNC vs MDK	43.495	9.188	98.523	37.688	-	188.894
G2 vs VIT	51.458	9.313	81.808	44.659	-	187.238

KC vs BDS	36.640	7.824	77.245	38.718	-	160.427
SK vs RGE (desempate en la clasificación)	28.626	7.119	74.032	29.436	-	139.213
Duración de emisión	6h 13m	5h 44m	5h 52m	5h 57m	5h 8m	
Peak de audiencia	55.229 (G2 vs VIT)	11.111 (FNC vs MDK)	123.454 (FNC vs MDK)	44.659 (G2 vs VIT)	6.644 (TH vs GX)	
Seguidores ganados	801	23	594	438	226	
Total						1.020.696

Fuente: elaboración propia

Tabla 31. Ronda 1, segunda fase de la competición de primavera, formato BO3 (30-03-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
VIT vs SK	31.274	9.108	46.095	31.249	-	117.726
VIT vs SK	37.933	9.767	57.772	34.483	-	139.955
VIT vs SK	35.211	9.322	58.424	32.740	-	135.697
FNC vs GX	41.056	9.964	60.407	37.085	-	148.512
FNC vs GX	31.471	7.330	50.040	43.303	-	132.144
Duración de emisión	5h 42m	5h 15m	4h 18m	17h 9m	-	
Peak de audiencia	48.954 (FNC vs GX)	11.791 (FNC vs GX)	68.178 (FNC vs GX)	44.041 (FNC vs GX)	-	
Seguidores ganados	668	20	596	1.343	-	
Total						674.034

Fuente: elaboración propia

Tabla 32. Ronda 1, segunda fase de la competición de primavera, formato BO3 (31-03-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
TH vs BDS	35.288	11.015	55.972	33.950	7.311	143.536
TH vs BDS	36.840	9.899	85.726	33.416	5.143	171.024
G2 vs MDK	46.629	10.816	115.461	39.359	3.049	215.314
G2 vs MDK	37.481	5.893	75.381	32.791	2.931	154.477
Duración de emisión	5h 2m	4h 14m	4h 40m	9h 34m	3h 37m	
Peak de audiencia	62.333 (G2 vs MDK)	17.955 (TH vs BDS)	142.186 (G2 vs MDK)	48.036 (otro contenido)	11.001 (TH vs BDS)	

Seguidores ganados	649	53	898	887	143	
Total						684.351

Fuente: elaboración propia

Tabla 33. Ronda 2, segunda fase de la competición de primavera, formato BO3 (01-04-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
VIT vs BDS	38.441	6.678	50.504	33.482	-	129.105
VIT vs BDS	45.658	7.868	56.304	38.575	-	148.405
VIT vs BDS	48.508	9.330	65.300	41.326	-	164.464
FNC vs G2	63.486	10.915	74.805	51.509	-	200.715
FNC vs G2	43.578	5.835	85.275	30.149	-	164.837
Duración de emisión	5h 27m	4h 55m	4h 12m	4h 45m	-	
Peak de audiencia	73.923 (FNC vs G2)	13.028 (FNC vs G2)	85.275 (FNC vs G2)	63.417 (FNC vs G2)	-	
Seguidores ganados	989	34	506	580	-	
Total						807.526

Fuente: elaboración propia

Tabla 34. Ronda 1 *Loser bracket*, segunda fase de la competición de primavera, formato BO3 (02-04-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
TH vs SK	31.318	6.438	64.505	34.549	5.876	142.686
TH vs SK	39.110	8.029	81.689	37.789	7.478	174.095
TH vs SK	36.961	8.615	99.952	35.137	4.083	184.748
GX vs MDK	40.105	9.251	116.639	36.613	2.606	205.214
GX vs MDK	41.756	10.620	135.211	37.713	-	225.300
GX vs MDK	31.919	7.193	112.588	44.030	-	195.730
Duración de emisión	6h 31m	5h 53m	5h 40m	7h 33m	5h 42m	
Peak de audiencia	50.811 (TH vs SK)	12.980 (GX vs MDK)	161.426 (GX vs MDK)	48.131 (TH vs SK)	8.213 (TH vs SK)	
Seguidores ganados	704	19	1.046	649	150	
Total						1.127.773

Fuente: elaboración propia

Tabla 35. Ronda 2 *Loser bracket*, segunda fase de la competición de primavera, formato BO3 (06-04-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
FNC vs TH	40.246	8.906	71.590	41.930	4.496	167.168
FNC vs TH	48.133	10.223	86.209	48.087	4.756	197.408
FNC vs TH	44.242	9.785	102.270	66.081	5.089	227.467
VIT vs MDK	45.531	10.976	130.487	43.565	-	230.559
VIT vs MDK	39.787	7.709	86.046	47.614	-	181.156
Duración de emisión	5h 36m	4h 55m	4h 39m	4h 43m	2h 41m	
Peak de audiencia	58.108 (FNC vs TH)	12.411 (FNC vs TH)	136.982 (VIT vs MDK)	66.081 (FNC vs TH)	6.460 (FNC vs TH)	
Seguidores ganados	813	32	1.034	677	92	
Total						1.003.758

Fuente: elaboración propia

Tabla 36. Ronda 3, segunda fase de la competición de primavera, formato BO5 (07-04-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
G2 vs BDS	47.775	8.890	43.856	47.070	-	147.591
G2 vs BDS	55.079	9.445	53.470	52.267	-	170.261
G2 vs BDS	57.859	10.191	56.704	57.293	-	182.047
G2 vs BDS	48.235	7.966	41.107	76.135	-	173.443
Duración de emisión	4h 50m	4h 15m	4h 44m	4h 20m	-	
Peak de audiencia	76.689	12.444	68.594	76.135	-	
Seguidores ganados	946	77	764	725	-	
Total						673.342

Fuente: elaboración propia

Tabla 37. Ronda 3 *Loser bracket*, segunda fase de la competición de primavera, formato BO5 (08-04-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
FNC vs VIT	36.413	6.725	42.712	44.731	-	130.581
FNC vs VIT	43.180	9.046	54.650	57.338	-	164.214

FNC vs VIT	45.991	8.557	57.499	55.304	-	167.351
FNC vs VIT	35.517	5.726	47.793	73.324	-	162.360
Duración de emisión	4h 48m	4h 15m	3h 56m	4h 7m	-	
Peak de audiencia	62.008	11.375	76.770	73.324	-	
Seguidores ganados	710	7	302	868	-	
Total						624.506

Fuente: elaboración propia

Tabla 38. Ronda 4 *Loser bracket*, segunda fase de la competición de primavera, formato BO5 (13-04-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
BDS vs FNC	38.461	7.243	48.962	50.003	-	144.669
BDS vs FNC	42.300	7.929	57.212	56.139	-	163.580
BDS vs FNC	50.313	9.469	65.378	65.764	-	190.924
BDS vs FNC	52.321	10.271	65.350	67.250	-	195.192
BDS vs FNC	39.486	7.921	51.111	55.761	-	154.279
Duración de emisión	5h 38m	5h 12m	4h 43m	5h 16m	-	
Peak de audiencia	67.508	12.752	82.668	89.042	-	
Seguidores ganados	1.243	57	825	1.583	-	
Total						848.644

Fuente: elaboración propia

Tabla 39. Final segunda fase de la competición de primavera, formato BO5 (14-04-2024)

	LEC (EN)	LVPes (ES)	Ibai (ES)	Caedrel (EN)	Werlyb (ES)	Audiencia total
G2 vs FNC	69.724	12.445	68.602	79.285	-	230.056
G2 vs FNC	80.240	14.815	83.676	91.038	-	269.769
G2 vs FNC	88.266	17.425	93.144	90.322	-	289.157
G2 vs FNC	53.086	8.478	49.781	110.521		221.866
Duración de emisión	4h 56m	4h 33m	14h 16m	13h 16m	-	
Peak de audiencia	110.201	19.826	106.992	132.227 (otro contenido)	-	
Seguidores ganados	2.259	183	2.640	6.450	-	
Total						1.010.848

Fuente: elaboración propia

