



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

**INVISIBILIZACIÓN Y MAL USO DEL PERIODISMO DE VIDEOJUEGOS
EN COLOMBIA**

Opción de grado: producción periodística

**Universidad Santo Tomás
Comunicación Social**

Andrés David Sánchez Granda

Bogotá D.C

2023 - 2025

**INVISIBILIZACIÓN Y MAL USO DEL PERIODISMO DE VIDEOJUEGOS EN
COLOMBIA**

Andrés David Sánchez Granda

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002138883

**Trabajo de investigación presentado como requisito para optar al título de:
Comunicador Social**

Modalidad:

Proyecto de investigación y producción periodística

Docente:

Luis Fernando Rincón Martínez

Universidad Santo Tomás

Bogotá D.C

2025

Tabla de contenidos:

Identificación y definición del tema:.....	4
Documentación.....	5
Antecedentes.....	7
Antecedentes documentales.....	11
Pregunta de investigación.....	13
Justificación.....	13
Línea de la investigación.....	14
Limitaciones e implicaciones.....	15
Formulación de objetivos.....	17
Búsqueda de fuentes.....	18
Marco conceptual.....	18
Marco legal.....	21
Caracterización de fuentes.....	22
Recursos.....	23
Viabilidad de la investigación.....	23
Diseño metodológico.....	24
Elaboración plan de trabajo.....	27
Ejecución plan de trabajo.....	28
Análisis de la información.....	29
Definición y justificación del género periodístico.....	31
Anexos.....	33
Anexos investigación.....	33
Certificación turnitin.....	33
Referencias.....	34

Resumen:

La invisibilización del videojuego en el periodismo colombiano sigue latente, a pesar de contar con nuevas alternativas tecnológicas y narrativas que permiten la exploración del videojuego como fuente de información periodística, en Colombia, los profesionales y los medios no han construido una línea editorial estable para tratar al videojuego dentro de las agendas públicas. Lo que impide que el ciudadano promedio que consume videojuegos no sea informado por periodistas o medios colombianos. A pesar de dicha ausencia, el colombiano sí consume productos sobre videojuegos, entre estadísticas inconclusas y cifras inexactas, se evidencia la necesidad de hablar sobre videojuegos en el territorio colombiano.

Abstract

The invisibility of video games in Colombian journalism is still latent, despite having new technological and narrative alternatives that allow the exploration of video games as a source of journalistic information, in Colombia, professionals and media have not built a stable editorial line to treat video games within public agendas. This prevents the average citizen who consumes video games from being informed by Colombian journalists or media. In spite of this absence, Colombians do consume video game products, among inconclusive statistics and inaccurate figures, the need to talk about video games in the Colombian territory is evident.

Palabras clave

Videojuegos, periodismo, Colombia, cultura, tecnología, economía, periodismo de videojuegos, medios de comunicación, historia de videojuegos.

Identificación de la problemática

El periodismo de videojuegos es una rama del periodismo que está teniendo una significativa invisibilidad, principalmente por el enfoque se le da a esta industria en el oficio que llega a tener un mal uso, reforzando estereotipos socialmente vinculados a los juegos de video o nombrando aquello que es noticioso y está relacionado a comportamientos y actos negativos.

En Colombia existen cerca de 7 millones de usuarios activos y un potencial de 15 millones de personas que han tenido algún tipo de acercamiento a un juego en línea, de acuerdo con lo expuesto por el portal “La PS4” (2023). Asimismo, el 72,9% de los adolescentes colombianos asegura que juega habitualmente con videojuegos o juegos de computador. Según el censo nacional de 2018 presentado por el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), Colombia tiene alrededor de 48.258.494 personas, (DANE,2018); por lo que se puede afirmar que al menos el 31 % de los habitantes del país jugó algún videojuego. Estas cifras merecen ser consideradas relevantes por el estado y los medios de comunicación para atender la invisibilización de la industria del videojuego en el periodismo y dejar de usarlo como tema extraordinario lejos de las agendas, lo cual plantea la duda, ¿por qué es necesario incluir los videojuegos en las agendas mediáticas? Conociendo que esto ayuda a crear estigmas en la comunidad que se identifica con los videojuegos y evidencia la ausencia de un espacio periodístico propio para la industria.

Documentación:

Al tratarse de videojuegos, se habla de un tema cultural, un espacio en el que se reúnen personas de distintas partes del mundo a compartir una historia y una actividad que ha hecho que poco a poco se logre hacer parte del desarrollo y crecimiento de la sociedad, a nivel tecnológico, económico y de entretenimiento.

Los videojuegos (comercialmente hablando) nacen entre las décadas de los 60 y 70 del siglo XX, durante su desarrollo y magnificación, al ser una tecnología en avance, han convivido en el mismo entorno donde se establecieron los medios de comunicación. Como lo menciona Milena Trenta, en *“Orígenes del videojuego: conexiones históricas y sociales de un producto cultural”* En el que rescata lo dicho por Patrice Flichy: “para entender las tecnologías actuales hay que dejar de considerar a los medios de comunicación como una invención exclusiva de la época contemporánea” (2012). Por ende, la relación entre los medios de comunicación y los videojuegos es mucho más estrecha de lo que se concibe de manera popular. El nacimiento del videojuego, a pesar de ser producto de las casualidades tecnológicas, también tiene un factor sociocultural importante.

En la década de los 80 nacería el primer producto de prensa especializado en videojuegos y tecnología con un enfoque al consumidor o ciudadano, una revista titulada, *Electronic Games*, que saldría a la luz en 1981. Sus creadores Arnie Katz Joyce Workey y Bill Kunkel, son lo que hoy se conoce como los antecesores del periodismo de videojuegos; aquellas personas cumplirían con uno de los factores que Flichy manifiesta en el nacimiento de un nuevo medio de comunicación, “la existencia de un apropiado imaginario socio-tecnológico” (1999). La existencia de este medio es un precedente importante para entender la coexistencia entre la prensa y el videojuego,

dado que, a partir de esta revista, el mundo de los medios de comunicación empezó una nueva adaptación junto a los videojuegos. Es así como en 1983 aparecería la crisis del mercado de videojuegos en Estados Unidos, un hecho que impulsaría el rol de la prensa en asuntos de análisis y divulgación de información sobre tecnología.

Esta crisis se produce tras la llegada de las consolas domésticas a Estados Unidos provenientes principalmente de Japón y de empresas como Nintendo o Sega; mientras tanto, en la región europea los ordenadores o microordenadores lideraban el mercado de videojuegos. Empresas reconocidas en el medio como la famosa Atari desaparecerían al no corresponder con la creciente demanda y calidad que se esperaba de la industria en pleno crecimiento.

Posteriormente, se viviría el nuevo auge tecnológico de los años 90, donde las telecomunicaciones empezarían su traslado al nuevo siglo, en esta época, se denota un rol prescriptor de la prensa que no deja de lado los intereses propios de la industria del videojuego, intereses ligados a la productividad y comercialización de sus avances tecnológicos, estos acontecimientos deformarían además la rúbrica rutinaria del trabajo periodístico en materia de videojuegos. No obstante, los sucesos presentados son nativos norteamericanos y europeos, en Latinoamérica el consumo de videojuegos y la forma en que estos ingresaban al mundo de los medios de comunicación era muy distinta.

En el año 2005, en Bogotá, se presenta el Acuerdo 176 del Concejo Distrital "Por el cual se dictan normas sobre la operación y funcionamiento de establecimientos que prestan el servicio de videojuegos en Bogotá D.C., y se dictan otras disposiciones" uno de los precedentes gubernamentales sobre el videojuego en el entorno social, siendo regulado en establecimientos comerciales de la capital. Aun así, existe un vacío legal en

cuanto al videojuego como medio de comunicación o como industria referente en Colombia.

Según El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en el año 2008, 3.732.196 de colombianos mayores de 12 años afirman haber practicado con videojuegos en el último mes de ese año, esta estadística es presentada en la Encuesta de consumo cultural (ECC), Información histórica en la página principal del DANE.

Durante el 2019 el mercado de los videojuegos supuso 148.800 millones de dólares en todo el mundo, y las previsiones apuntan a que superará los 189.600 millones de dólares en 2022, con un crecimiento anual medio del 8,1%, según recoge el Libro blanco del desarrollo español de videojuegos.

Antecedentes del tema:

La manera en la que el periodismo en Colombia cubre los temas relacionados a los videojuegos, deja en evidencia lo que se considera realmente relevante para hacer parte de una agenda mediática; lo que se podría tratar desde la cobertura de la industria, los juegos y su cultura, reseñas, análisis, eventos y E-Sports. En Colombia se abarca de la siguiente manera:

MAQUINITAS: BASUCO ELECTRÓNICO (El Tiempo, 1993)

MAQUINITAS: BASUCO

ELECTRÓNICO

En la esquina de la carrera 7a., con calle 24, un fornido hombre exhibe su cuerpo a los transeúntes. En el músculo que tiene más desarrollado el biceps tiene dibujado, con venas y arterias, un cerebro. Al estilo Rambo, invita a la gente que pasa por el lugar a ganar reflejos, lógica y memoria por medio del juego.

Por: REDACCION EL TIEMPO 12 de julio 1993 , 12:00 a. m.

“Los juegos electrónicos son tan mecanizados que limitan la capacidad creativa del niño y terminan por cuadrangular su pensamiento. El niño al obtener la suficiente

destreza no puede ir más allá de los parámetros establecidos por el juego.” (El Tiempo, 1993)

Este es un extracto de la noticia presentada por “El Tiempo” donde además de hacer uso de palabras comparativas como “Basuco” “Droga” “marcianitos” etc., se insinúa que los videojuegos son un alto riesgo para las generaciones más jóvenes del país comparándolos con la ludopatía. Es importante recordar lo limitada de la industria de videojuegos en el país. Este producto periodístico demuestra la propuesta narrativa de los medios frente a los videojuegos a finales del siglo XX.

CONVULSIONES: UNA ESCENA REAL DE LOS VIDEOJUEGOS (Coral, 2000)

CONVULSIONES: UNA ESCENA REAL DE LOS VIDEOJUEGOS

Una niña está a punto de ser rescatada. Ella, que desde hace varias semanas fue secuestrada por un grupo de muertos vivientes, se esconde acurrucada en una esquina del cuarto en donde ha pasado todo su cautiverio. En medio de una destruida ciudad solo el papá va en su búsqueda con munición y drogas para liberarla sana y salva.

Por: CLAUDIA CERON CORAL. Subeditora de Vida de Hoy
22 de marzo 2000 | 12:00 a. m.

Ponte al día | Lo más visto

Noticia de “El Tiempo” donde referencian varios casos de epilepsia asociada al consumo de videojuegos.

La periodista encargada, informa sobre el posible daño al que pueden estar expuestas las personas que consumen videojuegos y el riesgo de esta tecnología para los menores de edad. A pesar de contar con expertos médicos, como el aquel entonces presidente de la Liga Bogotana contra la Epilepsia, Carlos Medina, la noticia falla en varios puntos:

1. El lead no concuerda con los hechos de noticiabilidad de lo escrito.
2. La noticia hace uso de comparativas como “vicio” o “adicción” a casos aislados de la noticia en cuestión.
3. El objetivo de la noticia se asemeja a condenar el uso recreativo del videojuego y a proponerlo como amenaza a la primera infancia en Colombia.

EL CONSUMO DE DROGAS ES MENOR ENTRE LOS USUARIOS DE VIDEOJUEGOS. (El Espectador, 2007)

Actualidad

El consumo de drogas es menor entre los usuarios de videojuegos

Según un estudio, de los 'hábitos de consumo de drogas, alcohol y tabaco entre videojugadores los usuarios de videojuegos parecen...

El Espectador

13 Dec 2007 - 12:56 p. m.



En

esta noticia se presenta una temática diferente, un estudio sobre la conducta de las personas que consumen videojuegos, comparado con el consumo de drogas. El artículo, escrito por Antonio García Martínez, profesor titular de la UCM, en colaboración de la Asociación de Video jugadores española; presenta una mejora en la narrativa frente a la industria de videojuegos, sin embargo, sigue relacionando al videojuego con las drogas, contexto que continúa degradando la imagen de la industria y siendo relegada a noticias de menor importancia o relevancia netamente amarillista.

DOMINICANO ACUSADO DE MATAR A BEBÉ ALEGA “LOCURA” POR CULPA DE VIDEOJUEGOS (Agencia EFE, 2007)

Más países

Dominicano acusado de matar a bebé alega “locura” por culpa de videojuego

Un joven dominicano acusado de matar a golpes en 2007 a un bebé, hijo de su compañera sentimental, después de que le hiciese...

Agencia EFE

8 Jul 2008 - 10:18 a. m.



Luigi D.G., de 19 años, fue acusado de asesinar a un bebe de 11 meses, afirmando que *“si no hubiese tenido la videoconsola, puedo asegurar que algo así no hubiese sucedido”*. Este tipo de noticias se harían más frecuentes a nivel internacional generando controversias y visualizaciones desviando los hechos de la noticia en cuestión, crímenes cometidos donde quienes los cometen alegan que algún videojuego o aparato electrónico influye directamente en su actuar reevaluando así la influencia del videojuego en la violencia.

LOS VIDEOJUEGOS PERJUDICAN LAS RELACIONES SOCIALES Y LA CONDUCTA (EFE, 2009)

Tecnología

Los videojuegos perjudican las relaciones sociales y la conducta

El creciente uso de videojuegos entre los jóvenes perjudica las relaciones con los miembros de su familia y con los amigos,...

EFE

23 Jan 2009 - 2:47 p. m.



Del 2007 al 2015, las noticias sobre videojuegos se sumergen en investigaciones académicas sobre los efectos del consumo de esta industria en diferentes entornos sociales, por ejemplo, la siguiente propuesta por el científico Alex Jensen y Laura

Walker de la Universidad Brigham Young (Utah) donde los resultados de la información recolectada de casi 1.000 estudiantes destacan las afecciones directas de las relaciones interpersonales de las personas que juegan videojuegos, pues entre más tiempo se juega, peor es la relación de estas personas con sus familiares y amigos. Este tipo de apartados mantiene la narrativa discursiva entre el bienestar y el riesgo en torno a los videojuegos.

Fuentes documentales, otros productos periodísticos:

Entre los productos periodísticos relacionados a la problemática, se encuentra el podcast “Los videojuegos en Colombia: Una historia de otros universos en Efemérides” dirigido por Isabel Salas, líder del equipo de comunicaciones de BiblioRed, (2023) traza una línea del tiempo, sobre la llegada y consumo de los videojuegos en Colombia donde pioneros y expertos en el ámbito de los videojuegos en el país narran cronológicamente la llegada y consolidación de esta industria al interior del territorio y las incidencias sociales, políticas y culturales que ha creado, carece de periodistas o medios grandes a nivel nacional que ayuden a consolidar un imaginario más amplio de cómo ha sido la difusión del videojuego en Colombia.

Aunque el producto periodístico posee bastante información sobre el videojuego como producto cultural en Colombia, hace falta ampliar la información que ubique al oyente en las diferentes definiciones del videojuego en el territorio, incluyendo ámbitos legales y periodísticos. Los expertos en los videojuegos que son partícipes del podcast, no logran definir estos pantanos que atrasan el desarrollo del tema, ¿Que es el videojuego? ¿Que hemos informado del videojuego en Colombia? Son algunas preguntas que quedan por el aire, sin embargo, su claridad cronológica sobre el

consumo de videojuegos a nivel nacional ayuda bastante a la aproximación del tema de investigación del presente texto.

Durante el año 2018, se presentó: *La leyenda del videojuego* (DayoScript, 2018) un producto periodístico de carácter episódico, que narra el nacimiento de la industria del videojuego y su evolución a través de los años, tomando en cuenta los contextos sociales, culturales y económicos en los cuales se ha visto inmersa la industria dando también referencias bibliográficas en forma de línea del tiempo tomando como punto de partida a los años 50 del siglo XX hasta la actualidad. Los acontecimientos están descritos de manera cronológica y relevante, a pesar de contar con una construcción histórica sólida, el producto no presenta los contextos latinoamericanos ni busca indagar mucho en ellos, además de encontrarse incompleto a espera de una continuidad próxima.

Por ende, este producto periodístico deja en el aire la realidad latinoamericana del periodismo de videojuegos y cómo estos pueden llegar a ser contenidos culturales, la visión del producto es de carácter eurocentrista, el continente americano, aunque es mencionado solo se remite a la parte norte, y también posee carencia que determinen los estatutos paraxiales de esta profesión en el entorno de los videojuegos.

Tras el periodismo de videojuegos (DayoScript, 2017) Este video muestra los inicios de varios periodistas en el mundo de los videojuegos a través de entrevistas y crónicas cortas donde José Altozano (Dayo) nos muestra las incidencias de esta forma de hacer periodístico a nivel España y Europa en general. Altozano narra la operatividad de los medios de comunicación que cubren la industria del videojuego, además, usa la crítica como manera de aproximación al espectador, poniendo en evidencia los lazos entre los

medios, las empresas y la sociedad civil, y propone los valores profesionales a seguir para quienes desean especializarse o sumergirse en este entorno. Este video muestra los inicios de varios periodistas en el mundo de los videojuegos a través de entrevistas y crónicas cortas donde José Altozano (Dayo) nos muestra las incidencias de esta forma de hacer periodístico a nivel España y Europa en general. Altozano narra la operatividad de los medios de comunicación que cubren la industria del videojuego, además, usa la crítica como manera de aproximación al espectador, poniendo en evidencia los lazos entre los medios, las empresas y la sociedad civil, y propone los valores profesionales a seguir para quienes desean especializarse o sumergirse en este entorno.

Este archivo audiovisual tiene como fallos, el no explorar más allá de Europa y Estados Unidos, impidiendo así dar cuenta de la realidad de la profesión en el entorno latinoamericano. Aunque acierta en los inicios de la práctica profesional, no indaga en qué prácticas son las mejores para el desarrollo profesional de este entorno.

Elaboración de la pregunta de investigación periodística:

¿Por qué el videojuego ha sido invisibilizado y mal usado por el periodismo en Colombia?

Justificación de la investigación:

Los videojuegos, son un tema relevante en la sociedad desde su existencia ha impactado culturalmente en varios países y ha reunido a jugadores alrededor del mundo para desempeñarse en competencias, foros o colaborar con medios. Las actualizaciones, convenios, nuevos juegos en el mercado y demás, son temas de relevancia en la sociedad; pero, al hablar de videojuegos en la agenda pública, se limita a publicar noticias que contengan un contenido esporádico sobre diferentes lanzamientos o eventos

cercanos; temas que, si bien tiene relevancia, carecen de impacto social. Más allá de los conceptos banales que se crean alrededor de quienes usan los videojuegos, está su impacto cultural, importancia económica y reflejo de los avances tecnológicos, así que, sin un lugar establecido en la agenda, se incurre en la desinformación y estigmatización, constantes en la industria.

La presente investigación propone revisar los antecedentes del periodismo de videojuegos en Colombia analizando las causas que llevaron a invisibilizar esta temática en las agendas del país con las narrativas y recursos periodísticos pertinentes, además, se pretende atender a los vacíos legales, institucionales y sociales que impiden que los videojuegos sean temáticas importantes en los medios de comunicación del territorio, centralmente en Bogotá. Además, la creación de una pieza periodística sobre los videojuegos en Colombia, teniendo en cuenta que no hay mucha documentación al respecto, siendo este entorno uno de los más evolucionados y relevantes a nivel internacional.

El impacto que se busca a través de la investigación es plantear el cubrimiento adecuado del tema en los medios de comunicación del país para lograr llegar a una nueva audiencia e involucrar temas de tecnología, economía, cultura y sociedad.

Articulación con el programa:

La investigación busca reflexionar desde una perspectiva interdisciplinaria sobre las relaciones que se configuran entre comunicación y ciudadanía como escenarios fundamentales para construir sociedades menos desiguales y excluyentes, así como más abiertas a las diferencias humanas, culturales y políticas. En consecuencia, la línea de Comunicación, Gobierno y ciudadanía de la facultad de Comunicación Social apunta a

reconocer sujetos políticos con capacidad de agenciamiento en distintos procesos en el ámbito de la vida cotidiana.

La línea de Narrativas, Representaciones y Tecnologías mediáticas se encarga del estudio de las narrativas y representaciones, que circulan en la industria cultural y tienen como base plataformas tecnológicas y mediáticas. En este aspecto, se abordan las narrativas audiovisuales y visuales, así como los discursos multimodales que tienen como común denominador las tecnologías mediáticas. Se busca contribuir con la generación de conocimiento y la generación de audiencias críticas de los discursos que provee la industria cultural a partir de las narrativas que circulan en el mundo contemporáneo.

Este trabajo de grado encaja con estas líneas de investigación por sus características en análisis y exposición de las narrativas que se conjugan entre los medios de comunicación, la ciudadanía y la industria cultural del videojuego.

● **Limitaciones e implicaciones, "lagunas" legales del tema a investigar, jurídicos, sociales.**

- Las leyes presentes no tienen respuestas óptimas para solucionar la no distinción entre el aporte social y su contribución económica. El acuerdo 176 de 2005, "Por el cual se dictan normas sobre la operación y funcionamiento de establecimientos que prestan el servicio de videojuegos en Bogotá D.C., y se dictan otras disposiciones" se enfoca en los establecimientos comerciales y el uso de estos lugares que aportan a la ciudadanía.

No se da una consideración relevante al tema, por esta razón las leyes son pocas y evidencia la ausencia de información pública como aspecto relevante en la sociedad colombiana. (Alcaldía de Bogotá 2020)

- La infantilización de los videojuegos, no permite que se considere como un aspecto mediático, más allá de la visión conservadora que se ve en lo noticioso. La poca información de impacto social no se considera relevante en los medios de comunicación, por lo que se limita el acceso a información.

La recolección de la información, se basaría en el análisis de los aspectos que se obtienen y se indagaba en las razones por las cuales no hay información al respecto que aporte al desarrollo y cultura de la sociedad.

- Las estadísticas presentadas en el país, son confusas y se habla de ellas en términos generales, es decir, hay datos de la población que consume videojuegos, pero las especificaciones como edad, categoría que consume y la diferencia entre consumo de video y de videojuegos no se aclaran.

Al ser datos imprecisos, se busca información de años anteriores para confirmar las categorías desde las cuales se basan las estadísticas y se consultan diferentes investigaciones relacionadas al videojuego.

- Poca información en los medios de comunicación relacionada al uso e impacto de los videojuegos en la sociedad se contempla como un asunto netamente de entretenimiento ignorando los aportes culturales y económicos.

Contrastar lo publicado por los medios, aclarando la importancia de la falta de información que deje un aporte y mensaje a la sociedad, resaltando el trabajo de una de las ramas con poca visibilización en el periodismo.

- Los aspectos que se presentan en los medios de comunicación refuerzan estereotipos y creación de estigmas alrededor de sus consumidores, lo que genera desinformación.

Se aclara la importancia de incluir los videojuegos en la agenda mediática, visibilizando los aspectos positivos y negativos alrededor del tema.

- Acceso restringido a periodistas o editores que se dediquen al periodismo de videojuegos en Colombia.

Conocer aspectos analíticos de las publicaciones que hablan de los videojuegos en el periodismo, implementándolo como una herramienta narrativa.

- Subvaloración del tema, se considera un aspecto con poca importancia social, perteneciente a la categoría de entretenimiento, perdiendo difusión en la esfera pública.

Se evidencia cómo los diferentes eventos, cambios culturales, relevancia social e impacto económico son importantes en la sociedad y se contrasta con la información actual en el periodismo.

- **Formulación de objetivos de la investigación periodística**

Objetivo General: Visibilizar al videojuego como una temática necesaria y pertinente en las agendas mediáticas, sociales y culturales del país.

Objetivos específicos:

1. Identificar la problemática de la ausencia del video juego como fuente de información en la esfera mediática.
2. Describir la importancia del videojuego como tema mediático en Colombia

Búsqueda inicial de fuentes:

Como parte de la búsqueda, se recurre a las fuentes documentales que evidencien los diferentes argumentos que se presenten en la investigación y son esenciales para el desarrollo y objetivo de la misma. Para enfatizar en los objetivos y por viabilidades de la investigación, no se contarán con fuentes orales, los principales proveedores de información serán, datos brindados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, documentos relacionados con las leyes actuales en el país alrededor del tema, obras literarias que abarcan el concepto del consumo de videojuegos en la sociedad, y finalmente productos audiovisuales que construyen la narrativa completa del especial; entre ellos se destacan varios videos del canal DayoScript, administrado por José Altozano, periodista español dedicado a la prensa de videojuegos tanto independiente como de la empresa EuroGamer.

Anexo: [Mapeo de fuentes](#)

Fundamentos teóricos:

Conociendo la documentación expuesta anteriormente y teniendo en cuenta lo publicado por los medios de comunicación en relación con la invisibilización del videojuego en el periodismo, se identificaron distintos conceptos clave que ayudarán al desarrollo y entendimiento de la investigación.

Los videojuegos se pueden definir, según el periodista y profesor español Isaac López Redondo, como un juego digital que utiliza la tecnología informática para que los jugadores puedan interactuar con diversos dispositivos tecnológicos como ordenadores, videoconsolas, tablets o smartphones (López, 2014) pero la definición del tema no se limita exclusivamente a eso, también, se relaciona con lo social y la facilidad de las

tecnologías por crear interacción con otras personas en tiempo real, se empieza a ver un aspecto de la comunicación por su soporte visual y su uso para la diversión y entretenimiento. En la obra “Homo Ludens” el autor Huizinga, aborda el juego como un elemento fundamental para la cultura humana, destacando la importancia en el desarrollo de la sociedad y civilización (Huizinga,1996), asimismo, lo define como una actividad social fomentada por reglas que permite que los jugadores experimenten su libertad e ilusión.

Al tratarse de un tema social, los videojuegos tomaron un espacio en el periodismo, creando una nueva rama de la profesión enfocada al periodismo de videojuegos, un espacio enfocado en la industria y cultura de los juegos en las nuevas tecnologías, desde la cobertura, análisis, reseñas, eventos, o los llamados newsgames, que se encargan de transmitir información sobre temas de actualidad. El papel del periodista es fundamental y su figura ha estado presente en lo audiovisual y artístico, donde su periodista respondía a unas características que lo representaban, como habilidades de comunicación, cercanía a la sociedad y el servicio a las comunidades. Con el paso del tiempo se logra descubrir que las narrativas que convergen con el periodismo a través de obras ficcionales son en esencia cercanas al género del periodismo literario. El traslado del periodismo hacia los videojuegos, busca entender más allá de las razones que implica el ritmo y avance en la sociedad, se presenta para ofrecer entretenimiento al mismo tiempo que educa y trabaja para la sociedad; un artículo realizado por Congreso Internacional de Formación Permanente (NODOS) plantea las funciones del periodista de videojuegos, se evidencia a través de las acciones disponibles de los personajes, cuya labor se basa en investigación, interrogación, cruce

de pistas y observación del entorno; además de tratarse de un tema donde la narración que por medio de textos es fundamental. (Nodos, 2023)

Los productos comunicativos, se concentran en lo que se denomina “esferas mediáticas” que se refiere al espacio donde se genera la opinión pública, un espacio para la participación de uno o varios criterios de diferentes temas que implican a la sociedad, no todos los temas que parecen ser relevantes hacen parte de la esfera mediática, este debe tratarse de un tema que involucra comportamientos sociales, cambios que afecten a la mayor parte de la ciudadanía o puedan incidir en información relevante para su comportamiento. De acuerdo a la revista “comunicar” la esfera mediática, incluye procesos de mediación y mediatización, que implica la “no distorsión” de los procesos de comunicación pública (comunicar, 2018). Es decir, un aspecto relevante en la sociedad como la influencia, los comportamientos y avances tecnológicos que traen los videojuegos, necesitan un espacio en el periodismo para que las personas puedan obtener información directa sobre temas que no son aislados en el mundo, por el contrario, se han convertido en un tema fundamental para la sociedad moderna.

Así como los videojuegos están presentes en la esfera mediática, también lo están en las agendas públicas, que es el proceso de transformación, donde se plantean los asuntos que compiten por alcanzar la atención de un público objetivo. Para que un tema entre a hacer parte de la agenda, debe cumplir con lineamientos impuestos por su relevancia e impacto en el público, sea en temas políticos, económicos o sociales. Es importante conocer los asuntos o cuestiones que se consideran importantes para el interés público, que se convierta en debate público y genere reacciones.

Marco legal:

- Acuerdo 176 del 2005, *"Por el cual se dictan normas sobre la operación y funcionamiento de establecimientos que prestan el servicio de videojuegos en Bogotá D.C., y se dictan otras disposiciones"* (Concejo Distrital, 2005)

La ciudad abarca temas relacionados con el videojuego, como un asunto de comercio y la regulación de establecimientos; esto por lo que no se tiene en cuenta como una industria referente que pueda expresarse en la sociedad de maneras diferentes.

- El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en el año 2008, publicó que *" 3.732.196 de colombianos mayores de 12 años afirman haber practicado con videojuegos en el último mes de 2008"* (DANE,2008)

Los datos presentados sobre el uso de los videojuegos en la sociedad colombiana, se limitan a la cantidad, sin brindar información específica, lo que hace confuso los datos, dejando a la expectativa, el tiempo de conexión de cada encuestado, rango específico de edades, supervisión parental; la estadística presentada en la Encuesta de consumo cultural evidencia tan solo una parte del crecimiento que implica el uso de videojuegos en la sociedad.

- Durante 2019 el mercado de los videojuegos supuso 148.800 millones de dólares en todo el mundo, y las previsiones apuntan a que superará los 189.600 millones de dólares en 2022, con un crecimiento anual medio del 8,1%, según recoge el Libro blanco del desarrollo español de videojuegos.

Los videojuegos siguen una tendencia al crecimiento en utilidad y consumo; los más jóvenes tienen acceso a la información de manera inmediata gracias a los avances

de la industria tecnológica, las contribuciones económicas a diferentes países del mundo y la influencia sobre el comportamiento social.

Caracterización de las fuentes:

Como parte fundamental de la búsqueda de fuentes para el desarrollo de la investigación y cumplimiento de sus objetivos, se plantea analizar la recolección de fuentes primarias documentales como aquellos datos y cifras del país alrededor de este tema; de igual manera es importante conocer aquellos antecedentes que plantearon la conversación del periodismo de videojuegos y su importancia en la sociedad.

Es primordial conocer los antecedentes de la narrativa de los videojuegos en los medios de comunicación y entender cómo se ha modificado la fuente de información, y ha pasado de ser informativo, a ser tratado como un tema de entretenimiento, que con el pasar del tiempo y las exigencias que trae el consumo de noticias en el mundo, se crea una ausencia de la información relacionada a los videojuegos en la agenda mediática.

Al conocer la manera en la que se cubren estos temas en los medios, se explica el enfoque actual por el que las agendas públicas avanzan desde un punto de vista diferente, sin tomar en cuenta los beneficios que trae para el periodismo hablar de esta actividad que reúne a miles de personas alrededor del mundo, e influye de diferentes maneras, desde comportamientos sociales hasta desarrollo económico; por lo mismo se entiende que los videojuegos y su impacto son fundamentales para el contenido periodístico que ya le ha dado una rama de la profesión exclusiva para abarcar las posibles aristas en el campo mediático.

Anexo: [otras producciones periodísticas](#)

Recursos necesarios:

La investigación hace uso de material bibliográfico sobre los antecedentes periodísticos de los videojuegos en Colombia, sea, noticias, documentos, podcast, entrevistas, libros, videos, etc. Todo esto con el fin de construir una narrativa propia del periodismo en búsqueda de la resolución de la pregunta de investigación. Sumado a ello, se pretende analizar la información recolectada en el estudio del material documental,

Además, se deben constituir dos matrices que encaminan la investigación; matriz de datos y matriz de análisis, por un lado, se constituirán los tiempos y recursos necesarios para el desarrollo oportuno de la investigación, en segunda instancia, se establecen los hallazgos principales obtenidos de las herramientas previamente seleccionadas en la metodología en conjunto con los objetivos de investigación.

Viabilidad de la investigación:

La viabilidad de la investigación se analiza a partir de información recolectada de lo avanzado durante el proyecto, identificando las fortalezas, obstáculos y aspectos de mejora de la investigación, con el fin de condensar la información necesaria que será utilizada previamente en el producto periodístico.

Debilidades: Puede considerarse un tema poco sustancial al concebir los videojuegos como un tema relevante solo en el ámbito del entretenimiento, por lo que puede haber poca información del tema principal, o incluso que esté enfocada hacia otro estilo periodístico que impida el correcto desarrollo de la investigación.

Oportunidades: La falta de información periodística, leyes o estadísticas que sustenten que los videojuegos en los medios de comunicación son un tema con impacto

social, que refuerza la hipótesis planteada en la problemática de la investigación; lo que da la oportunidad de justificar la importancia de periodismo de videojuegos en las agendas públicas e identificar el porqué del mal uso de ellos en los medios.

Fortalezas: Un análisis de narrativas e información sólida que permita conocer el contexto desde una perspectiva global e internacional, para llegar a Colombia y ver la historia de esta rama del periodismo, con el propósito de que lo recolectado pueda sustentar la invisibilización de los videojuegos en los medios de comunicación, permite dar respuesta a la problemática principal.

Amenazas: El enfoque del periodismo en Colombia, abarca perspectivas diferentes que pueden influir en la falta de información documental para el desarrollo de la investigación. Por otro lado, la opinión pública y las agendas pueden considerarlo un tema de poca relevancia mediática, ya que actualmente se abordan estos temas desde lo noticioso y tendencial.

Metodología:

Desde un enfoque cualitativo, se pretende hacer un análisis narrativo de la información recolectada para visibilizar al videojuego como una temática necesaria y pertinente en las agendas mediáticas, sociales y culturales del país. Asimismo, entender la importancia de los consumidores tanto de videojuegos como de medios de comunicación que buscan comprender la subjetividad y la experiencia humana frente a un tema en específico, se basan en los comportamientos y acción social de los individuos para conseguir la comprensión de la realidad expuesta por otros investigadores.

Uno de los teóricos más influyentes en la comunicación en América Latina, es Jesús Martín Barbero, quien expresa su preferencia por la investigación cualitativa por la manera en la que le permite ir más allá de medir impactos o ausencias de forma cualitativa, buscaba comprender los comportamientos, la manera en la que interpretan y resignifican los mensajes. *“No busca comprender ni demostrar, sino comprender los sentidos que construyen los autores en su interacción social”* (Martín Barbero, 2002). En una de sus obras más reconocidas “De medios a mediaciones” plantea que los procesos comunicativos, no se pueden entender sin antes considerar las mediaciones culturales, familiares, sociales e históricas. Para conocer el porqué de la invisibilización de los videojuegos en el periodismo, se deben tener en cuenta los comportamientos sociales y análisis cualitativo de las realidades a las que se atañe este proyecto de investigación.

Objetivo 1. Identificar la problemática de la ausencia del video juego como fuente de información en la esfera mediática.

Por medio de la recolección de datos de medios de comunicación locales, se identificará y analizará la manera en la que el periodismo de videojuegos en Colombia se aborda, teniendo en cuenta cuál es el tema noticioso, la parte fundamental de cada elemento consultado y el enfoque para la agenda mediática. El acuerdo 176 de 2005 es el único documento legal consultado, lo que nos permite trabajar desde el testimonio legal frente al tema, al conocer el contenido de esta, en la que hacen referencia exclusivamente de los videojuegos para referirse a los establecimientos comerciales.

Objetivo 2. Describir la importancia del videojuego como tema mediático en Colombia.

Condensar la información encontrada en el proceso de documentación y su respectivo análisis en un producto periodístico audiovisual, con el fin de argumentar a través de lo descrito, la importancia de abordar los videojuegos en los medios de comunicación. Los productos antecesores que trabajan con este tema, funcionan como parte fundamental de la investigación para crear un contexto histórico de lo que se ha tratado en investigaciones anteriores y justificar la importancia del tema en la actualidad.

Para conocer en qué momento aparece el videojuego como tema periodístico, se condensó la información en una estructura de línea del tiempo, para comprender de mejor manera los años en los que empieza a tratarse este tema y con qué objetivo.

Anexo: [Línea del tiempo](#)

Planeación de la investigación:

Para iniciar la metodología del producto periodístico planteado y conocer la importancia de visibilización de los videojuegos como tema periodístico, se inició el proceso de análisis de narrativas presente en los documentos recolectados que abordan el tema desde la historia e inicios de esta industria en el mundo, donde se comprende el avance que implicó para la sociedad el contar con productos de juego diferente a lo que se conocía y que por su impacto marcó (junto a la llegada de lo digital) un punto de inflexión en la historia; por otro lado, se crea un perfil característico en las personas que consumen estos nuevos productos tecnológicos, quienes se identifican por ser aquellas que dedican tiempo y espacio para conocer a profundidad el funcionamiento y producción detrás de cada juego, se concibe como un hobby y un aporte a las relaciones de las personas, por lo mismo no se distingue entre sexos, edades o niveles de experiencias, así mismo, las interacciones sociales permiten que consigan habilidades

como resolución de problemas y conflictos, lo que se convierte en una constante en una comunidad diversa en línea. Por otro lado, la información sobre el periodismo de videojuegos y su impacto en la esfera mediática es fundamental para el desarrollo metodológico de la investigación y en la que se centra el análisis, de acuerdo a lo recolectado al inicio del proyecto, la manera de abordar temas relacionados a videojuegos en los medios de Colombia, cubría en su mayoría aspectos negativos que eran relacionados con los juegos, pero realmente esta rama del periodismo aporta más aspectos de análisis, reseñas, eventos, cultura, lanzamientos entre otros. Por lo que se expondrá la necesidad de hablar de este tema en los medios con un enfoque más claro y con aporte social.

Anexo: [Base de datos - Sánchez.xlsx](#)

Elaboración del plan de trabajo:

Para dar constancia de la importancia de incluir el periodismo de videojuegos en el medio, es necesario plantear una categoría donde se desglose el material consultado, su principal hipótesis, medio de publicación, información que se presenta en el titular; en cuanto a otras investigaciones con las que se comparte tema central, se tiene en cuenta la idea principal de las producciones periodísticas, sus conclusiones y resultados. Esto con el fin de lograr adquirir la información necesaria para crear bases históricas, las características y los avances que se han conseguido a lo largo de los años para terminar en el impacto que tiene hoy en día en la sociedad y en los comportamientos culturales, sociales, económicos y tecnológicos que se adentran en la actualidad, lo da paso a la explicación de por qué es necesario incluir los videojuegos en el periodismo y aumentar los espacios de periodismo de videojuegos en la agenda mediática.

Anexo: [cronograma, plan de trabajo](#)

Ejecución del plan de trabajo:

Para la elaboración del proyecto en cuestión se usarán herramientas técnicas y tecnológicas principalmente; con el fin de crear un producto periodístico audiovisual de una duración máxima de 10 minutos utilizando una de base autores académicos que ayuden a empalmar el producto final, se dispondrá de las herramientas ya establecidas como el análisis de contenidos referentes al tema propuesto para el desarrollo de la investigación, a partir de estos, se pondrá en ejecución un guión que oriente la realización del producto.

En cuanto a la temporalidad se usará un semestre compuesto de 3 etapas para la finalización del producto, estas etapas están divididas en: Captura de audio y video, edición y presentación del boceto, corrección de estilo. Finalizadas las tres fases del proceso, se presentará el producto a los asesores correspondientes para validar el producto final y ajustar los detalles correspondientes teniendo en cuenta además las fechas establecidas para su presentación con los jurados designados.

Anexo: [Guión](#)

Valoración de seguridad:

A pesar de que el proyecto no presenta un riesgo de carácter físico para su realizador al no indagar en temas de periodismo que pongan la integridad de este en riesgo, el proceso posee otros riesgos que aun siendo de menor intensidad, estos pueden afectar de manera significativa el óptimo desarrollo del producto periodístico. Uno de los riesgos encontrados que más han llegado a dificultar el desarrollo del proyecto, es la escasez de fuentes oratorias, personas o profesionales del periodismo que puedan dar aporte a la investigación, junto a esta carencia también podemos adjuntar la disyuntiva

que presenta el propio tema, al no estar bien definido dentro del periodismo su aproximación puede llevar a confusiones o respuestas no tan profundas o satisfactorias. En resumen, los riesgos del proyecto son de carácter documental.

Se plantea mejorar el repertorio de conexiones con periodistas o personas especializadas dentro del campo que permitan una mayor profundidad para el tema en cuestión, además, se advierte la necesaria actualización de los recursos técnicos y tecnológicos (cámaras, programas de edición, computadores, etc) que permitan optimizar tiempos en la edición del producto final.

Análisis de la información:

Tras la recolección de información a utilizar en la presente investigación, se puede conocer diferentes hallazgos y análisis relacionados a los objetivos planteados, referentes a la visibilizarían del videojuego como una temática necesaria y pertinente en las agendas mediáticas, sociales y culturales del país.

Uno de los hallazgos durante el desarrollo del proyecto, se centra en la poca información de los videojuegos como un aspecto periodístico, si bien esta es una rama específica del oficio, está dirigida a un nicho de población específica que siente atracción hacia las temas, más no se utiliza como una herramienta de comunicación que permita que la información relacionada a los juegos pueda llegar a cualquier persona en el mundo sin necesidad de que conozca terminaciones, nombres o códigos que hagan que la información sea confusa; se puede hablar del tema desde diferentes puntos de vista, e incluso se puede relacionar con otros temas de interés público, como la economía, política, tecnología, cine, entre otros.

El siguiente hallazgo se plantea desde el periodismo de videojuegos en Colombia, puntualmente, donde se evidencia que los temas que en la agenda pública son aquellos que contienen aspectos negativos, es poca la presencia de los medios especializados en estos temas y el espacio que ocupa en los grandes medios; parece que las oportunidades de hablar sobre videojuegos en los medios del país desde un lugar objetivo y aporte a la sociedad solo se logra si se hace desde un lugar independiente o se deja que los creadores de contenido sean quienes hagan estas precisiones, ya que se considera un tema de entretenimiento que no es necesario desarrollar y ocupar espacios en los grandes medios de comunicación.

Por otro lado, y de acuerdo a lo anteriormente planeado, no se puede utilizar como una fuente de información, debido a que lo publicado no se trata de temas de profundidad que funcionen como un espacio de información fundamental en la esfera mediática.

Por último, se puede inferir que los videojuegos condensan diferentes temas de impacto social y mediático, evidenciando su importancia para las relaciones sociales, prueba de los avances tecnológicos que alcanza el mundo y la contribución que esto supone a distintos países; quienes ejercen periodismo formal en el país, no contemplan los videojuegos como una parte fundamental de información, por lo mismo, no existe un espacio concreto de participación periodística en este contexto, dejando que se convierta en un tema volátil y desestabilizado en la industria.

Miro: [MATRIZ DE PRODUCCIÓN](#)

Definición y justificación del género periodístico:

Para poder visibilizar al videojuego como una temática necesaria y pertinente en las agendas mediáticas, sociales y culturales del país se ha determinado que el reportaje especial es el formato ideal con el cual se puede llegar a transmitir este objetivo, como nos indica *Nidia Callegari* en su libro *Géneros periodísticos de hoy: este es el manual* el reportaje es uno de los géneros del periodismo que permite mayor profundización debido que “ *Narrar no es enunciar hechos: es elaborar un discurso coherente con un orden determinado, que no necesariamente tiene que coincidir con el cronológico.*” (Callegari, 2020) Algo que permite el reportaje.

El reportaje audiovisual logra construir una narrativa más acorde para hablar sobre el videojuego, dado que, este es un tema con estímulos visuales muy amplios y recursos sonoros que ayudan al espectador crear ese ambiente necesario para comprender la realización de los objetivos planteados durante la investigación, esto le da un carácter trascendente que propone la discusión del tema por encima de las posibles carencias que posee su realización las cuales ya han sido mencionadas con anterioridad.

Conclusiones:

Los videojuegos han sido invisibilizados y han tenido un mal uso en el periodismo colombiano, ya que se tiene un concepto de consumo cultural y de entretenimiento, por lo que no se permite abordarlos desde otras perspectivas que se relacionan con el contenido diario que utilizan las personas; no es un secreto que los videojuegos dejan una huella a nivel mundial en diferentes aspectos que deben ser abordados desde el periodismo, haciendo uso de la rama destinada para ello y entender que se debería estar incluido en medios tradicionales y no limitarse a los alternativos, mucho menos a

creadores de contenido, quienes hablan del tema, en su mayoría, desde las reseñas y opinión.

Las dinámicas sociales, el impacto cultural, los avances tecnológicos y la influencia en la economía o contenido digital, son un ejemplo de lo que abordan los videojuegos a nivel mundial, por lo que se ve necesario y pertinente que haga parte de las agendas mediáticas, sociales y culturales del país, es necesario comprender que es un tema que va más allá de las noticias breves con poca información sobre juegos; se trata de una rama fundamental que impactaría a gran parte de la sociedad que muestra interés, de igual modo, aportaría al traslado de los medios tradicionales al mundo digital, que comprende las necesidades y temas de interés del consumidor.

Recomendaciones:

Para quienes decidan continuar con el enfoque de esta investigación, se recomienda la investigación de fuentes documentales que fundamentan la labor del periodismo de videojuegos a nivel mundial y en Colombia, así mismo, se puede contemplar la posibilidad de buscar fuentes orales como directores o voceros de medios independientes cuyo tema principal vaya enfocado a los videojuegos, para conocer el punto de vista de aquellos que no hacen parte de los medios tradicionales y no compiten con las agendas mediáticas, y consultar si esto se considera un beneficio o punto en contra para quienes llevan un medio de comunicación en el que se publica información de un tema en específico.

Otra de las recomendaciones necesarias para la continuación de la investigación, está relacionada a la manera en la que los medios tradicionales locales abordan los videojuegos, estudiar a nivel documental de estadísticas y cifras la cantidad de visitas que obtiene un medio al hablar del videojuego como tema netamente de entretenimiento

y el comportamiento de estas noticias cuando se habla de temas desarrollados de interés público.

Con esto, queda a disposición de la persona que se interese por la investigación y como continuarla sin perder la esencia de elaborarlo desde un lugar donde el impacto social es fundamental.

Anexos completos: [Carpeta de anexos](#)

Producto periodístico: [video](#)

Turnitin: [link](#)

● Bibliografía

- Agencia EFE. (08 de 07 de 2007). Dominicano acusado de matar a bebé alega “locura” por culpa de videojuego. Obtenido de <https://www.elspectador.com/mundo/mas-paises/dominicano-acusado-de-matar-a-bebe-alega-locura-por-culpa-de-videojuego-article-24822/>
- Alcaldía de Bogotá. (s.f.). Documentos para ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO:: Operación del Servicio de Videojuegos en Bogotá D.C. Obtenido de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=24028>
- BiblioRed. (12 de 09 de 2023). Los videojuegos en Colombia: Una historia de otros universos en Efemérides BiblioRed. Obtenido de <https://www.biblored.gov.co/noticias/video-juegos-colombia-efemerides-biblored>
- Coral, C. C. (22 de 03 de 2000). CONVULSIONES: UNA ESCENA REAL DE LOS VIDEOJUEGOS. Bogotá D.C. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1264508>
- DayoScript. (01 de 10 de 2018). Tras el periodismo de videojuegos. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=LITldKFhwEA&list=PLfbxvdoWEDa1ogAcUDjXpvWBQmxfkWJRd&ab_channel=DayoScript
- DayoScript. (30 de 01 de 2017). Tras el periodismo de videojuegos. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=E4hJ2M8vY2s&t=123s>
- EFE. (23 de 01 de 2009). Los videojuegos perjudican las relaciones sociales y la conducta. Obtenido de <https://www.elspectador.com/tecnologia/los-videojuegos-perjudican-las-relaciones-sociales-y-la-conducta-article-111113/>
- El Espectador. (13 de 12 de 2007). El consumo de drogas es menor entre los usuarios de videojuegos. Bogotá D.C. Obtenido de <https://www.elspectador.com/actualidad/el-consumo-de-drogas-es-menor-entre-los-usuarios-de-videojuegos-article-2147>
- El Tiempo. (12 de 7 de 1993). MAQUINITAS: BASUCO ELECTRÓNICO. Bogotá D.C, Colombia. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-168539>

- Newsgames. (12, 2017) periodismo y videojuegos: ¿una herramienta utilizada en el ámbito informativo colombiano? obtenido de:
https://www.researchgate.net/publication/324511734_Newsgames_periodismo_y_videojuegos_u_na_herramienta_utilizada_en_el_ambito_informativo_colombiano
- Jerjes, J. L. (2010). Los videojuegos on-line en Latinoamérica: impacto en las redes sociales y de consumo. *Icono 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 8(1), 59-74.
- Levis, D. (1997): *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Paidós
- López-Redondo, I. (2012). *El tratamiento del videojuego: De la prensa generalista a las revistas especializadas. Análisis comparativo de las ediciones impresas y digitales de El País, El Mundo, Público y 20 Minutos*. [Tesis doctoral]. Universidad de Sevilla.
- López-Redondo, I. (2021). *El videojuego como área de especialización periodística. Rasgos distintivos y perspectivas profesionales para un sector en auge*. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 27 (1), 319-332.
- Melo, N. C., & Ediciones, E. (2022). *Géneros periodísticos de hoy: este es el manual*. Ecoe Ediciones.
- Muriel, D. (2018). *Identidad gamer. Videojuegos y construcción de sentido en la sociedad contemporánea*. Barcelona: Anaitgames.
- Sedeño, A. (2010). *Videojuegos como dispositivos culturales: las competencias espaciales en educación*. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 17(34), 183-189.
- Trenta, M. (2012). *Orígenes del videojuego: conexiones históricas y sociales de un producto cultural*. In *Presentado en IV Congreso Internacional Lafina de Comunicación*, Laguna.