

**Periodismo deportivo en los Ciberdeportes: La figura del caster en los videojuegos
como disciplina deportiva**

Baquero Llanos, Luisa Fernanda

Chamorro Castellar, Nathalia Yulieth

Correa Sicachá, Angie Tatiana

Universidad Santo Tomás

2024

**Periodismo deportivo en los Ciberdeportes: La figura del caster en los videojuegos
como disciplina deportiva**

Luisa Fernanda Baquero Llanos

<https://n9.cl/sj1ba>

Nathalia Yulieth Chamorro Castellar

<https://n9.cl/e8gw3>

Angie Tatiana Correa Sicachá

<https://n9.cl/zchp7>

Dirigido por:

Iván René León Garzón

Trabajo de grado para optar por el título de comunicador social

Modalidad: Monografía

Facultad de Comunicación Social para la paz

Universidad Santo Tomás

Bogotá D.C.

2024

GLOSARIO.....	6
INTRODUCCIÓN.....	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
JUSTIFICACIÓN	17
OBJETIVOS.....	21
General.....	21
Específicos.....	21
ESTADO DEL ARTE	22
MARCO TEÓRICO	27
Conceptos	28
Digitalización	28
Interactividad	29
Multimedialidad.....	31
Categorías	32
Ciberdeportes	32
Periodismo deportivo	33
Uso del espacio	34
MARCO METODOLÓGICO	36
RESULTADOS	46
CONCLUSIONES.....	60
RECOMENDACIONES.....	70
BIBLIOGRAFÍA.....	73
ANEXOS.....	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1(Asociación Española de Videojuegos, 2018, p.11) Géneros y tipos de videojuegos más comunes.....	33
Tabla 2 Matriz de análisis de información	38
Tabla 3. Partidos de fútbol evaluados durante la etnografía.....	43
Tabla 4. Partidos de Valorant evaluados durante la etnografía.....	44
Tabla 5. Tratamiento de los eSports en canales y portales de medios tradicionales. Elaboración propia.	49
Tabla 6. Comparación del periodismo deportivo y el Casteo. Elaboración propia.	55

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Desfile Cosplay durante la competencia Super DOME LATAM 2023. Tomada por Angie Correa	47
Ilustración 2 Puntos del canal, adquiridos según la cantidad de tiempo conectado	57
Ilustración 3 Emotes disponibles y personalizados según el canal	57
Ilustración 4 Índice del incremento de usuarios en la plataforma durante 2020. Tomado de StreamElemnts y Arsenal	59

GLOSARIO

Broadcasting: Forma de enviar información a través de múltiples formatos a un público en especial. Puede emplear distintos canales de emisión como la radio, la televisión, y en este caso en streaming.

Caster: Persona que se encarga de la transmisión de eSports y por medio de la narración busca transmitir las emociones de la partida, además de ello, se complementa con información deportiva.

Cosplay: Representar o personificar un personaje ficticio, en este caso del videojuego.

Espectacularización: Función del caster que consiste en convertir un evento deportivo en un espectáculo.

eSports/Ciberdeportes: Competencias profesionales de videojuegos.

Gamer: Persona, cultura o medio relacionado con videojuegos.

Gamificación: Mecanismo que se usa en el ámbito educativo - profesional con el fin de fomentar el aprendizaje para un desempeño destacable en el mundo gamer

Hardware: Componentes que integran la parte material de una computadora.

Host/Hostess: Anfitrión (es) del evento que interactúan en primera instancia con el público

Lore: Historia o conjunto de datos que contextualiza la realidad de los personajes dentro del juego.

Mediático: Suceso relevante que concierne a los medios de comunicación.

Software: Componentes que integran la parte intangible o no material de una computadora.

Stream / Streaming: Transmisiones multimedia (videos, audios, fotos) que se emite a través de internet.

Twitch: Plataforma digital donde se realizan transmisiones Streaming.

Valorant: Juego competitivo de disparos y estrategia en primera persona.

Venue: Lugar o sitio de encuentro de un evento.

View: Índice de vistas que alcanza un contenido en línea.

INTRODUCCIÓN

El periodismo deportivo ha sido relevante en el cubrimiento de disciplinas como el fútbol, basquetbol y tenis, que a lo largo de los años ha logrado acoger un número importante de espectadores en todo el mundo. A raíz de la diversificación de estos campos y gracias al posicionamiento del mundo digital en los medios de comunicación, el periodismo se ha interesado por cubrir disciplinas deportivas propias de estos escenarios. Es por ello, que esta investigación busca analizar dicho papel dentro del mundo de los deportes electrónicos a través de las figuras que hoy lo ejercen; los casters.

Para lograrlo, se tomó como referencia dos de las disciplinas más destacadas de ambos campos: el fútbol y el videojuego Valorant. Con el propósito de comparar las funciones que cumplen los periodistas en cada una de estas modalidades, se realizaron entrevistas a organizadores, jugadores, hostess, comentaristas, analistas y periodistas deportivos. Además, se recopiló información de material investigativo que data la trayectoria de las primeras competencias y el ascenso de los eSports como deporte.

Fue primordial para la recolección directa de datos en cuestión, el trabajo de campo enfocado en puntos de análisis relacionados a la distribución del espacio en los eventos (virtual y presencial), interacción con el público, estilos de narración, canales de difusión y desarrollo de la competencia.

En vista de que los deportes electrónicos convergen en espacios mediados por la tecnología, se tuvo en cuenta lo expuesto por Carlos Scolari en su libro *Hipermediaciones*, donde se plantea la digitalización, interactividad y multimedialidad como procesos comunicativos que establecen las nuevas narrativas mediáticas.

Palabras clave: Periodismo, eSports, caster, hipermediaciones y escenarios deportivos.

Abstract

Sports journalism has been relevant in the coverage of disciplines such as soccer, basketball and tennis, which over the years have managed to attract a significant number of spectators worldwide. As a result of the diversification of these fields and thanks to the positioning of the digital world in the media, there have emerged sports disciplines specific to these scenarios that challenge journalistic coverage. That is why this research seeks to analyze this role within the world of e-sports, through the figures who exercise it today; the casters.

To achieve this, two of the most prominent disciplines in both fields were taken as a reference: soccer and the video game Valorant. In order to compare the functions performed by journalists in each of these modalities, interviews were conducted with organizers, players, hostesses, commentators, analysts and sports journalists. In addition, information was gathered from research material dating the trajectory of the first competitions and the rise of eSports as a sport.

Field work was essential for the direct collection of the data in question, focusing on points of analysis related to: the distribution of space in the events (virtual and on-site), interaction with the public, narrative styles, broadcasting channels and development of the competition.

In view of the fact that e-sports converge in spaces mediated by technology, we took into account what was exposed by Carlos Scolari in his book *Hipermediaciones*, where digitalization, interactivity and multimedia are considered as communicative processes that establish the new media narratives.

Keywords: Journalism, esports, caster, hypermedia and sports scenarios.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El surgimiento de los ciberdeportes (*eSports* en inglés) se remonta al año 1972 en la Universidad de Stanford en Estados Unidos, gracias a que un grupo de jóvenes comenzó a competir por puntos en un videojuego de combate espacial llamado *Spacewar!*. Con la suscripción de un año en la revista 'Rolling Stone' como premio, *Bruce Baumgart* se alzó como el primer ganador y por 48 años permaneció invicto. Este acontecimiento se considera como el primer torneo de *eSports* de la historia (Jeremias, 2022).

El alcance que estaban logrando los videojuegos hizo que la empresa *Atari* en 1980, decidiera organizar el primer campeonato oficial donde participaron más de 10.000 jóvenes. Así, la explosión de los videojuegos se avivó en los años 80s, con la propuesta de las empresas japonesas *Nintendo* y *Sega* que lanzaron sus propias videoconsolas, equipadas con un hardware nunca antes visto en el mercado (Reglero, 2020).

Con el incremento de la comunidad *gamer*, surge en 1982 la primera presentación en televisión de una competencia de ciberdeportes, gracias a la creación del programa "*Starcade*" a cargo del narrador - caster Kevin McMahan. Este tuvo lugar en San Francisco y contó con 133 episodios que se transmitieron desde 1981 hasta 1984, con rondas de 24 concursantes y divididos en tres equipos de ocho integrantes cada uno. Su propósito era convocar a jugadores de California, Texas y Florida que compitieran en los juegos *Defender*, *Centipede* y *Pac-Man*. A partir de ese momento, los torneos de videojuegos se popularizaron entre poblaciones jóvenes de Estados Unidos y Canadá.

Los medios de comunicación comenzaron a interesarse en documentar esta clase de encuentros como escenarios profesionales. Así lo hizo el periodista Paul L. Montgomery quien en 1981 realizó una nota para el periódico *New York Times*, en la que se analizaba la competitividad del torneo *Asteroids*, su dinámica de juego y a su vencedor Frank Cretella de 15 años (Montgomery, 2018).

Ejercicios como el de Montgomery aparecen en algunos periódicos norteamericanos de la época y con la fundación en la década de los 2000s de la *Electronic Sports League* (ESL) en Europa, los jugadores comenzaron a establecerse como un grupo organizado de competición, más tarde conocidos como *ciber deportistas* (Asociación Empresarial de eSports, 2018).

En las cadenas de radio y televisión, la programación deportiva logró establecer en su momento mayores audiencias y a su vez configuraron un formato clásico asociado a las transmisiones en vivo de competiciones deportivas. Sin embargo, estas dinámicas se diversificaron con la llegada de las plataformas digitales. Este nuevo panorama se caracteriza por difundir contenidos eficazmente y por tener una estructura de comunicación de masas predominantemente unidireccional en medios tradicionales. Aquello se transformaría gracias al uso del internet como una forma de comunicación interactiva y su capacidad de enviar mensajes en tiempo real (Castells, 2009).

Con el nacimiento de los deportes electrónicos y la articulación del internet con el periodismo, surge una nueva figura que se denomina '*Caster*':

“Los casters y analistas son los responsables de trasladar al espectador toda la emoción de los eSports a través de la narración y análisis de los partidos”
(Asociación Empresarial de eSports, 2018, p. 8-9).

La función del comunicador en el ciberdeporte es un cambio en los parámetros de emisión establecidos por el periodismo clásico o en este caso en el periodismo deportivo.

Así como lo plantea (Grimson, 2001) existen dimensiones de la comunicación que van más allá de las formas verbales, tal y como ocurre con el uso del espacio y la significación que diferentes grupos sociales le otorgan. En su escrito cita a Edward Hall para analizar el espacio como método de comunicación y producción de sentido:

“Los pueblos de culturas diferentes viven en mundos sensoriales diferentes. No sólo estructuran el espacio de una manera diferente, sino que lo experimentan de distinto modo porque su sensorium esta ‘programado’ de un modo diferente (...) el espacio no sólo comunica en el sentido más básico, sino que también organiza virtualmente todo en la vida” (p.73).

Enrique Montero, fundador del periódico online de eSports *Trasgo.net* y profesor del máster de gestión de eSports de la Universidad Rey Juan Carlos de España, concluye que el papel del ‘Caster’ equivale al mismo que cumple un periodista deportivo en el fútbol: analiza, narra y comenta (La pizarra del DT, 2020). Sin embargo, las dinámicas que implican este nuevo ejercicio de la profesión radican en cómo utilizar los medios de comunicación vía *streaming*:

“(...)fue el lanzamiento de ESL TV y otras plataformas de streaming, destacando Twitch desde 2011, lo que propició un cambio en el consumo de videojuegos que se hacía hasta el momento: ya no se juega únicamente, sino que también se ve jugar, y no sólo de forma presencial, sino que el consumo se hace, principalmente, online.

Ha nacido el espectador de los eSports (...)" (Asociación Empresarial de eSports, p.8).

Entendiendo que la función periodística acude al interés social del público, se hizo una revisión documental con aspectos relacionados al uso del espacio y tecnología, narración, interacción y tipos de público alrededor de los eSports, con el fin de delimitar esta investigación.

El espacio cumple una función fundamental en la industria de los eSports, ya que uno de sus distintivos está en el manejo de dos "clases de públicos": uno físico (quienes asisten al evento) y otro *online*. Las plataformas donde se transmiten estas competencias le permiten al usuario comentar y participar del hecho en tiempo real, por lo que quienes tienen la tarea de comunicar deben asumir el reto de dirigir la información a dos públicos diferentes en vivo y en simultáneo. Pese a que el uso del espacio ya supone cambios en las dinámicas del periodismo deportivo en los eSports, los ciberdeportes también se desarrollan dentro del mundo del espectáculo, lo que implica que:

"El caster tiene que tratar de acaparar la audiencia y el interés por el juego con sus palabras, pero también tiene que buscar una química entre lo que es la parte informativa y de entretenimiento" (Federico "Efe" González, citado en Olguín, 2020).

Para un caster es imperativo comprender las formas de uso del espacio físico y digital, ya que en ellas yacen aspectos del ejercicio periodístico y comunicativo que el uso de las tecnologías le está dando a campos tradicionales como lo es el deporte. La investigación de Olguín (2019) nos explica la función técnica que necesitan los periodistas en esta área, entre ellas habilidades relacionadas al *Broadcasting* y manejo de software.

Además, analiza el campo de acción laboral y las exigencias tecnológicas entorno al ciberperiodismo. Sin embargo, no aborda a profundidad en la influencia de la comunicación en el establecimiento de esta disciplina ni en el funcionamiento de las dimensiones comunicativas en plataformas digitales, ya que se enfoca en las habilidades técnicas requeridas y adquiridas durante su ejercicio.

Por otro lado, está la tesis “*La evolución de los eSports*” de Alba del Río quien inicia un análisis en los diferentes modos de jugadores que se encuentran en la actualidad y posterior a ello hace un recorrido de los videojuegos más famosos hasta la actualidad, con los que impulsaron a la conformación de los eSports y cómo estos influyen socialmente. Además, tiene en cuenta aspectos como los modos de juego que existen en los eSports e indaga desde la metodología cuantitativa los gustos actuales de los espectadores que hacen uso de las plataformas *streaming* para conocer por qué se interesan en visualizar las retransmisiones. Finalmente, describe qué características tiene cada país potencia en los eSports y cómo poco a poco han logrado catalogarse como los mejores en esta área. A pesar de analizar las diferentes aristas de este fenómeno, no aborda el papel que desarrollan los *casters* en los eSports, tampoco la influencia de este actor en la comunicación y se descarta por completo la transición a la que se han sometido los deportes de lo físico a lo virtual.

Adicionalmente, en el artículo académico “Un nuevo escenario en la comunicación digital: la cobertura de deportes electrónicos en las televisiones públicas de Europa”, los autores César Fieiras, Isaac Maroto González y Miguel Tuñez (2022), se centran en el análisis de la cobertura de los ciberdeportes por parte de las televisoras públicas europeas. Para ello, se realiza un seguimiento online de la actividad de los medios públicos y se desarrolla un análisis descriptivo a partir de una lectura de los contenidos, formatos, estrategias de difusión y retos del futuro del sector periodístico. Sin embargo, el artículo problematiza la falta de formación académica en los nuevos profesionales que asumirán las

funciones técnicas y narrativas de un periodismo dirigido a usuarios emergentes de los ciberdeportes, es decir, el análisis no se sitúa en los nuevos entornos comunicativos en los que se dan las disciplinas ya que para ese momento siguen siendo percibidos como incógnita.

Teniendo en cuenta las anteriores apreciaciones, se establece la importancia de investigar cuáles son los aspectos que caracterizan las dinámicas comunicativas del caster en los escenarios deportivos. Con base a lo anterior, se plantea la siguiente pregunta:

¿Cómo se desempeña el periodismo deportivo dentro de los eSports a través de la figura del caster?

JUSTIFICACIÓN

El tema “*Periodismo en los Ciberdeportes: La figura del ‘Caster’ en los videojuegos como disciplina deportiva*” se vincula a la línea de investigación de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás *Narrativas, Representaciones y Tecnologías mediáticas*. Por un lado, el concepto de narrativas formulado desde la línea activa de investigación se entiende como:

“La contribución en la construcción de sentido a la existencia de los individuos (...) Esa evolución de relato plantea que los sentidos que otorgamos a nuestra existencia se van nutriendo de la experiencia que no es siempre la misma pues también se transforma continuamente, así una de las características de la narración es su carácter de fluidez y dinamismo, una experiencia nunca es la misma, y una narración no se repite o se da en el momento en que se repite, se le atribuyen otros valores y acentos a lo narrado, lo que otorga otros sentidos a la realidad” (Suárez, M. 2008).

El tema de investigación se interesa por las narrativas periodísticas, comprendidas desde la flexibilidad del mundo en que rigen. Sí bien es cierto que el periodismo clásico sigue teniendo vigencia y relevancia en el mundo informativo, la actualidad nos propone miradas que discrepan del clásico modelo vertical comunicativo:

“En lo que respecta al carácter multimedia del relato periodístico, que se define por la variedad de lenguajes que utiliza (Deuze, 2004), con un potencial narrativo que ha revolucionado la manera de escribir y de leer, a través de “la extrema ductilidad del

texto” (Anichini, 2003, p. 3), condicionada por la variada naturaleza de su composición (texto, imagen, sonido, animación)” (Palau & Sánchez, p.3, 2019).

Es así como se implementó como segundo argumento a las *Tecnologías mediáticas* que, mediante estudios académicos de diferentes teóricos, definen la necesidad de la transformación de procesos comunicativos en nuevos contextos globales, y que a través de su comprensión se pueda entender el papel que deberá cumplir el periodismo como área de información en un mundo regido por la inmediatez.

Luego frente al tema de “*tecnologías de la información*”, la línea de investigación expone por medio de estas cómo se moldean las relaciones sociales, de modo que:

“La configuración de las convergencias mediáticas, necesariamente, incide en la presencia de formas de movilización y de parálisis para la participación activa como lo explica Pardo. Estas formas tienen unas implicaciones sociales determinantes y que inciden en las formas como se representa y recrea el mundo; es decir inciden en el lenguaje” (Suárez et. al, p. 178, 2016).

Este uso de la tecnología se ve presente en el área de los ciberdeportes y en como los usuarios y periodistas del área formulan parámetros de comunicación ligados al funcionamiento mediático de estas herramientas. Precisamente comprender a qué hace alusión el término *ciberdeportes* también es relevante para el objetivo de esta investigación, por lo que, pese a no estar definida dentro de la línea de investigación abarcada se trae a colación:

“El significado de la palabra “eSports” responde a su traducción del inglés. La “e” se trata de una abreviatura de la palabra inglesa “electronic”, cuyo significado en castellano es electrónico. “Sports”, por su parte, se traduce como “deportes”; por lo que su traducción completa al español sería “deportes electrónicos”. La profesionalización de estos, que ha dado lugar a eventos mundialmente conocidos, ha puesto en el escaparate el mundo de los gamers. Entrenadores, preparadores físicos, psicólogos e incluso nutricionistas y fisioterapeutas ya se han adentrado en el mundo gamer para otorgarles la importancia y la profesionalización que requerían” (Rodas, p.7, 2021).

De esta manera, la categoría de análisis *ciberdeportes*, analizada por Ufredo Borbor (2022), explica la evolución comunicativa que se presenta gracias al fenómeno de la globalización y cómo surgen propuestas narrativas a través de la exposición de deportes electrónicos en plataformas digitales que atañen el mundo de los videojuegos.

“Para Antón (2018), los deportes electrónicos han incursionado en los medios informativos y ámbitos deportivos, creando una oportunidad de crecimiento a este sector innovador, donde el espectador es parte de una audiencia considerado un público consumidor, con un nuevo perfil participando remotamente incluso como parte de un equipo de las grandes ligas de forma interactiva, diferenciándolos del tradicional jugador de videojuegos” (p.20).

Si bien algunos ejercicios académicos realizados en este campo analizan las funciones que cumplen los casters en los *eSports*, el aporte de esta investigación a la línea

de “*Narrativas, Representaciones y Tecnologías mediáticas*” es abarcar desde el fenómeno de los ciberdeportes, los mecanismos que se están implementando en el campo de la comunicación, a través del ejercicio periodístico que realizan los casters, entendiendo la adaptabilidad de los medios de comunicación en las plataformas vía *Stream*, en este caso Twitch.

OBJETIVOS

General

Analizar el periodismo deportivo dentro de los ciberdeportes a través de la figura del caster.

Específicos

1. Argumentar el valor social de los ciberdeportes en el periodismo deportivo.
2. Comparar el deporte tradicional (Fútbol) con los eSports (Valorant) desde las funciones que desempeñan los periodistas deportivos en cada una de estas modalidades.
3. Describir desde la comunicación digital, la plataforma Twitch como medio de transmisión de eSports.

ESTADO DEL ARTE

Con el fin de conocer información documentada sobre al fenómeno de los eSports dentro del mundo de la comunicación, se recopiló un total de 30 trabajos académicos que previos a esta investigación indagaron aspectos relacionados a la función de este campo en los ciberdeportes. De ellos se traen a colación nueve investigaciones que fueron fundamentales para la fase de planeación y durante el desarrollo del tema que se abordó en este proyecto.

El perfil del comunicador en los ciberdeportes atraviesa cambios frente al relato y desafíos en el ámbito laboral. Nahuel Olguín, en su artículo publicado en 2019 *“Los Caster de eSports: El nuevo perfil profesional del relato deportivo”* toma en cuenta los aspectos que determinan al profesional en esta área: sus competencias profesionales, los tipos de relato que emplean, las funciones que cumplen dentro del juego y dificultades frente al estigma en el mundo laboral. Para su análisis delimitó su estudio al Área Metropolitana de Buenos Aires, utilizando una metodología cualitativa que aplicaba la sistematización de datos bibliográficos y entrevistas a trabajadores del campo. Sus observaciones establecieron el casteo como una actualización del relato deportivo tradicional y la incertidumbre que existe en el sector laboral, ya que a diferencia de países como Estados Unidos donde esta disciplina es mucho más comercial, en Argentina sigue proyectándose como un mercado en ascenso.

Por otro lado, el trabajo de Sergio Serrano titulado *“Los eSports en los medios digitales y su incorporación en los medios de comunicación tradicionales”* tiene como propósito investigar el crecimiento progresivo de los eSports dentro de España y en un contexto internacional, centrándose especialmente en el entorno de los medios de comunicación clásicos (2018). A través de la recopilación de cifras de las audiencias,

factores económicos y los portales de medios locales en España e internacionales, el autor concluye que desde 2016 los espectadores en el mundo de los ciberdeportes acumularon un aproximado de 32 millones de seguidores y frente al recaudo económico, el número de patrocinios y clubes en torno a esta disciplina también ascendió desde dicho año. Además, gracias al análisis de contenido que implementó en medios locales y extranjeros, observó que la noticia, la crónica y el reportaje eran los estilos periodísticos más implementados.

Alienado a los números que manejan las estadísticas de transmisión, se tuvo en cuenta el estudio realizado por Juan Manuel Caro en 2021 *“Esports: un horizonte de beneficios de mercadeo para las marcas en Colombia”* perfila las necesidades del consumidor de eSports, con el fin de proponer un nuevo lineamiento con el cual las marcas en Colombia puedan elaborar estrategias publicitarias orientadas al público en este medio. Su estudio concluye que el patrocinio en este negocio debe proyectarse como una construcción de identidad al usuario, es decir, que la cultura *gaming* ya no solo busca adquirir una experiencia a través de un producto, sino que como toda comunidad pretende establecerse por medio de elementos o factores con el que se sientan representados, y así, llegar a distinguirse socialmente.

Ligado al análisis económico de cara a los ciberdeportes, el autor Carlos Vargas en su artículo *“eSport como factor económico”* publicado en 2020, establece que quienes se adentran en este campo no solo representan el interés de la audiencia por consumir esta clase de contenido, sino que también reflejan la utilidad económica que viene en aumento en dicha área. Mayoritariamente, la proyección de este medio hizo que algunos deportistas de alto rendimiento y empresas que suelen patrocinar deportes tradicionales se involucraran en esta industria. El artículo incorpora datos cuantitativos de un estudio realizado por Newzoo, una plataforma encargada de registrar información en torno a los videojuegos, con

el fin de analizar el aumento de los patrocinios y exponer cómo históricamente los videojuegos han logrado traspasar la barrera comercial para posicionarse en lo que se conoce hoy en día como competencias de eSports. Para ello, compara el auge actual del campo de los eSports con eventos deportivos como la final de la Champions League de Fútbol o el Super Bowl, teniendo en cuenta aspectos ligados al número de espectadores e ingresos de cada modalidad (2020).

Según Manuel Rodríguez en su trabajo de grado del 2017 y titulado *“El tratamiento informativo de los eSports como especialización periodística deportiva en España”*, los eSports cuentan con la idea preestablecida de relacionar deporte – espectáculo, dicha unión tiene como objetivo alcanzar la mayor audiencia posible. Por otro lado, comenta que hay presente un fenómeno de masas en entorno al ciberdeporte, este método estratégico se implementa para destacarse en el ámbito social y de esta manera captar el interés del periodismo deportivo quien configura cualidades que logran adentrarse en los mismos canales de comunicación que emplean para llegar a su público. Una de las conclusiones de este trabajo es la presentación que hace el periodismo deportivo en los eSports, es narrado a través de formatos audiovisuales, escritos y radiales, pero allí está presente el reto de explicar toda la información recopilada en una terminología que no sea compleja para todo aquel que reciba la información; es decir, los eSports cuentan con su propio lenguaje y para profundizar en ellos primero se debe hacer un estudio de su jerga.

Introduciendo el uso del lenguaje en los eSports, se tiene como referencia el estudio de caso realizado por Ana Postigo y Manuel Fernández en su artículo *“Factores que Influyen el Aprendizaje de Lengua Extranjera en los eSports”* de junio del 2020 donde de manera cualitativa se expone que, gracias a la diversidad cultural que se puede encontrar en los videojuegos, suele destacarse el idioma inglés denominando así a este como la

lengua universal en este ámbito (Postigo y Fernández, 2020). A partir de este establecimiento, se presenta la necesidad del aprendizaje de una nueva lengua extranjera empleándose la técnica de *gamificación* reflejada en mejor rendimiento, puntuaciones y mayores conocimientos para los videojugadores. Se debe destacar que este es un proceso individual en el que se basa la experiencia de vida de cada uno, es por esto que cada jugador construirá sus competencias en relación con las diferentes oportunidades de interacción que se presenten con otros competidores.

Twitch es una plataforma con características particulares en su ecosistema, que ha logrado atraer una gran cantidad de visualizaciones y conformar un consistente dominio frente a otros canales de visualización. Así lo expresan los autores Jie Deng, Félix Cuadrado, Gareth Tyson y Steve Uhlig en su artículo académico publicado en el 2015 “Detrás del juego: Explorando la plataforma de transmisión Twitch”. Este artículo explora la naturaleza única de la plataforma a través de recopilación documental de un conjunto de datos en un periodo de 11 meses. Los autores describen la plataforma como un ecosistema de juegos complejo que introduce una nueva forma de multimedia que posee características de popularidad únicas (distintas de los canales tradicionales), que la posicionan como la cuarta plataforma más grande del internet de Estados Unidos. Permite tener diferentes canales de transmisión que incluyen aficionados, torneos competitivos de eSports con comentarios, sesiones de juegos de entretenimiento y eventos cooperativos experimentales donde los juegos se realizan con un público mayor y su participación es más amplia.

Caracterizando el método de difusión en los eSports, Rubén Villalonga en su trabajo de grado del 2020 titulado “Las prácticas y tendencias de Twitch.tv” realiza un estudio de los usos y tendencias de esta plataforma, con el fin de identificar si es posible considerarla una nueva forma de televisión a través del internet. Para ello, el autor explora dos metodologías

principales. En primer lugar, un análisis documental de las concepciones teóricas de la televisión actual para comparar las más relevantes con las dinámicas comunicativas presentadas en Twitch. Posteriormente, un análisis de contenido emitido en la plataforma digital para caracterizarla y evaluar su evolución presente y futura. El autor concluye que, a lo largo de los últimos años, esta plataforma funciona de manera similar a la televisión moderna y participativa, una en constante reconstrucción que gracias a los ciberdeportes promueve la entrada de nuevos streamers y espectadores que interactúan entre sí. Lo anterior, promete que Twitch tenga cualidades propias que permiten que estos actores magnifiquen su personalidad volviéndola parte del contenido, y de esta manera exista una relación más estrecha entre el creador y la audiencia.

De esta manera, se analiza el futuro potencial de los videojuegos y sus distintas modalidades en medios digitales y la tecnología streaming. Así lo explican Benjamin Burroughs y Paul Rama en el artículo “El caballo de Troya de los eSports: Twitch y el streaming” en el año 2015. En este artículo se profundiza en la función de los espacios de streaming como la plataforma Twitch, en difuminar los límites entre espacio de juegos, las redes sociales y la comunicación cara a cara. Además, desarrolla una caracterización en donde explican cómo converge la realidad y la virtualidad en un sólo espacio y este tipo de investigaciones se vuelven pertinentes para la investigación de dinámicas sociales y comerciales de una cultura de streaming emergente. Los autores concluyen que Twitch actualmente determina el presente y el futuro de los videojuegos, para esto plantea una pregunta que da pie a reflexiones investigativas futuras para explicar cómo influye en la construcción de experiencia por medio de una interfaz innovadora.

MARCO TEÓRICO

La teoría de las mediaciones propuesta por Jesús Martín Barbero se define como un proceso comunicativo en el que los medios de difusión de masas son fundamentales para la configuración de identidades colectivas delimitadas y homogéneas (Scolari, 2008). Gracias a los aportes de Barbero, Carlos Scolari plantea el término “hipermediaciones” el cual deja a un lado los soportes analógicos fundados en el Broadcasting (de uno a muchos) para describir a los escenarios digitales (de muchos a muchos). Esta investigación parte desde la teoría de las hipermediaciones, ya que en esta se plantea la necesidad de renovar el sistema de comunicación tradicional gracias al crecimiento exponencial de las tecnologías.

Su análisis frente a la convergencia de múltiples formatos dentro de un mismo entorno contribuye a esta investigación en el entendimiento del funcionamiento de las dinámicas comunicativas que envuelven el mundo de los ciberdeportes.

“(…) como decía hace dos décadas Martín-Barbero, perderíamos el objeto para ganar un proceso: el proceso de hipermediación (...) procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí (Scolari, 2008, p 113 - 114)”

El modelo de Scolari plantea cinco aspectos que caracterizan esta nueva era de la comunicación: Digitalización, Hipertextualidad, Reticularidad, Interactividad y Multimedialidad (Gutiérrez & González, 2019).

La Digitalización permite que se transformen los medios con los que se construye la información e intenta evitar la mayor cantidad de distorsión, generada a raíz de los procesos

analógicos en los que se basaban los medios clásicos. La Hipertextualidad hace referencia al enlace de diferentes formatos digitales que funcionan como vínculo de la información disponible dentro de la red. Posteriormente, a través de la Reticularidad se ofrecen múltiples tipos de esquemas de comunicación: uno a muchos, muchos a uno, uno a uno y muchos a muchos. La Interactividad surge mediante las relaciones entre sujetos y objetos tecnológicos presentes en la comunicación. Por último, la Multimedialidad configura un conjunto de formatos que mezclan sonido, imagen y vídeo en un mismo medio comunicativo (Scolari, 2008).

La intención del autor es problematizar la percepción actual que se tiene de la comunicación, desde el análisis de las herramientas digitales que hoy en día comprende gran parte de la información que consumen las audiencias. Es así que, con el periodismo aplicado en los eSports, podemos identificar las características de esta teoría que yacen dentro de las dinámicas comunicativas que envuelven el ejercicio del caster.

Conceptos

Basados en los aportes de Scolari, en esta investigación se tomaron en cuenta tres conceptos principales: Digitalización, Interactividad y Multimedialidad.

Digitalización

Scolari expone que con el auge de las tecnologías los procesos de comunicación han sufrido alteraciones que ayudaron a la optimización de su funcionamiento, por lo que establece que:

“La digitalización es un proceso a través del cual las señales eléctricas pasan de un dominio analógico a uno binario (...) nace del interés por reducir o directamente

erradicar estas distorsiones y pérdidas de información. Por medio de este proceso la señal analógica original se convierte en un valor numérico en sistema binario” (Scolari, 2008, p. 80).

El periodismo se ha transformado al igual que los medios de comunicación por el impacto de la digitalización. Este oficio ha tenido que adaptarse al establecimiento de nuevas plataformas digitales como es el caso de los medios vía *streaming*, los cuales son empleados para la transmisión de ciberdeportes. Para los casters, fue necesario generar habilidades relacionadas al manejo del público y al contenido con base a la multimedialidad que en estos entornos se emplean:

“Sin digitalización no tendríamos hipertexto ni interacción. Al reducir la textualidad a una serie de bits podemos construir, manipular y navegar una red de documentos de manera mucho más simple y rápida” (Scolari, 2008, p. 82).

En este caso, la digitalización alteró el ejercicio periodístico para así mismo emplear su poder de difusión en el establecimiento de los eSports como deporte. La importancia de los casters no solo radica en la organización del evento, sino que también orientan, en muchas ocasiones, a los espectadores en el funcionamiento y entendimiento del juego.

Interactividad

La interactividad según Scolari, se representa entre sujeto – sujeto y entre sujeto - tecnología; de esta manera se desenlaza una interfaz entre ambos actores. A medida que la

interfaz empezó a ser primordial para el sujeto, este mismo fue desarrollando diferentes herramientas que lo acercaran de manera más sencilla. Para ello, Licklider asemeja la simbiosis entre una persona y la computadora (que para el momento se estaba examinando con el fin de crear herramientas que facilitaran la relación entre ambos) donde declara:

“(...) En esta relación simbiótica el hombre fijará los objetivos, formulará las hipótesis, determinará los criterios y realizará las evaluaciones. Las computadoras harán el trabajo rutinario necesario para preparar el camino hacia las comprensiones y decisiones en el campo técnico y científico” (Scolari, 2008, p. 94).

Teniendo en cuenta que se desarrollaron elementos que perfeccionaron la relación entre sujeto - tecnología, es el sujeto quien decide de qué manera usar la interactividad acogiéndose a sus necesidades y a la interfaz que usa:

“Aprender la lógica de un software o interpretar el funcionamiento de un teléfono móvil con decenas de funciones obliga al usuario a amoldarse a la interfaz y aclimatarse a un entorno de interacción. Estos procesos de adaptación tecnológica se han naturalizado de tal manera que se han vuelto casi imperceptibles” (Scolari, 2004, p. 98).

En esta ocasión la relación que se desarrolla a lo largo de la investigación es entre sujeto - tecnología desde la multimedialidad. Es decir, los contenidos se predisponen al usuario y es este quien determina qué tiempo se le dedica al mismo. Entre más

interactividad, mayor será la complejidad del producto ya que implica una mejor gestión del contenido.

Multimedialidad

La multimedialidad definida desde Carlos Scolari, se refiere a la capacidad de los medios de comunicación de entrelazar diversos tipos de lenguaje en un mismo producto comunicativo. Esta conceptualización es reconocida en la era digital, ya que la comunicación análoga (como la televisión, radio o prensa) se ha transformado de manera significativa gracias a la convergencia tecnológica. Scolari, considera que la multimedialidad es una forma de aprovechar las sinergias de diferentes medios para lograr en las audiencias una experiencia multidimensional, por lo que señala:

“En este marco tecnológico el producto cultural es diseñado para ofrecer un sistema integral a sus audiencias, un paquete textual que abarca todos los medios y lenguajes imaginables (largometraje, tráiler, videojuego, serie televisiva, tipografía, diseño gráfico, música, etcétera)” (Scolari, 2008, p. 100).

Desde la perspectiva de la comunicación digital, la multimedialidad configura la experiencia del usuario quien puede interactuar con diversos lenguajes. Además de ello, Scolari expresa que es pertinente hacer referencia al término de *convergencia* que implica la intersección de medios comunicativos, tecnologías y culturas en el entorno digital. Esto ha permitido un cambio importante en la producción, distribución y consumo de contenidos, gracias a la participación de los usuarios en su práctica comunicativa, en este caso, alrededor de los eSports.

Categorías

Teniendo en cuenta las definiciones anteriores se relacionó una categoría por concepto, con el fin de orientar cada una de ellas al análisis del periodismo deportivo dentro de los eSports:

Ciberdeportes

Los ciberdeportes o eSports, son consideradas las prácticas competitivas contra otros jugadores o contra distintas variables (contratiempo) en videojuegos. Los eSports son parte de una tendencia de la industria del entretenimiento que permite disfrutar de los videojuegos de manera individual o colectiva como ejercicio profesional.

“La “e” se trata de una abreviatura de la palabra inglesa “electronic”, cuyo significado en castellano es electrónico. “Sports”, por su parte, se traduce como “deportes”; por lo que su traducción completa al español sería “deportes electrónicos” (Rodas, 2021, p. 7).

De esta manera, la categoría de análisis de los *ciberdeportes* analizada por Ufredo Borbor (2022), vincula la evolución comunicativa desde las propuestas narrativas de los deportes electrónicos en plataformas digitales, que atañen el mundo de los videojuegos. Al igual que ocurre con los deportes tradicionales existen múltiples disciplinas dentro del mundo de los eSports, con modalidades de juego y reglamentos distintos (*ver tabla 1*). Para la realización de este proyecto, se analizó el videojuego *Valorant*, un juego *First Person Shooter* de competencia entre dos equipos.

NOMBRE	¿DE QUÉ TRATA?	JUEGOS
Multiplayer Online Battle Arena	Juegos de estrategia donde dos equipos se enfrentan. Intervienen varios jugadores	League of legends, Dota 2
First Person Shooters	Juegos de disparos en primera persona	Call of Duty, Counter Strike, Valorant
Battle Royale	Juegos de supervivencia	Free Fire, Fornite
Collectible Card Games	Juegos de cartas coleccionables que otorgan habilidades	Clash Royal, Hearthstone
Real Time Strategy	Juegos de estrategia en tiempo real	Warcraft
Fighting Games	Juegos de lucha, normalmente basados en el cuerpo a cuerpo	Street Fighter II, Karate Champ
Sport games	Juegos simuladores de deportes tradicionales	FIFA, NBA
Racing	Juegos de conducción	Gran Turismo Sport, MotoGP

Tabla 1(Asociación Española de Videojuegos, 2018, p.11) Géneros y tipos de videojuegos más comunes.

Periodismo deportivo

El periodismo deportivo es una rama de la comunicación que se encarga de informar acerca de los diferentes deportes con base a los mecanismos de juego de las competiciones que se hacen a nivel local, nacional e internacional. Con el surgimiento de nuevas disciplinas a través de los años, esta área de la comunicación ha cambiado sus canales y métodos de producción para adaptar sus formatos de presentación.

“La verdadera revolución periodística provocada tras la irrupción de Internet no sólo ha obligado a los medios impresos, radiofónicos y televisivos tradicionales a reforzar su presencia online con portales y webs cada vez más actualizadas, interactivas y con mayor número de contenidos multimedia, blogs y hemerotecas en línea.

También ha supuesto la proliferación de medios deportivos exclusivamente digitales, que cuentan en muchos casos con un grado de especialización mucho mayor y compiten con productos propios y diferenciados” (Vita, 2018, p.40).

Con la llegada de los deportes a la virtualidad, quienes juegan videojuegos de manera profesional son considerados deportistas. Entre algunas de sus similitudes con otras disciplinas deportivas están: contar con espacios de entrenamiento, un equipo integrado por un cuerpo técnico y jugadores y el acompañamiento de profesionales de la salud.

De esta manera, aquellos que se dedican al periodismo deportivo de los eSports, son llamados bajo el nombre de "casters". Sus funciones se centran en narrar, analizar las partidas de los videojuegos, comentar acerca de los jugadores y acompañar al público durante la partida.

Uso del espacio

Aunque el uso del espacio dentro de los eSports inicialmente se estableció en la modalidad virtual, en los últimos años se ha visto el desarrollo de estas competencias en entornos presenciales, teniendo en cuenta su número de espectadores. Esto es lo que define Edward Hall como proxémica "Cómo el hombre estructura inconscientemente el microespacio" (Citado en Brando, 2012, p.3). Las personas generan comunicación desde el momento en el que ocupan conscientemente un espacio determinado e interactúan con los elementos que lo componen, ya que son estos lugares donde los seres humanos permanecen en contacto (Brando, 2012).

En los eSports, el manejo del espacio no solo se traslada a las arenas o estadios donde se desarrolla el evento de manera presencial, sino que también se traslada a las plataformas virtuales en las que se transmite. En este caso, la remisión de los partidos suele mostrar:

“(...) el contenido principal, el videojuego, que ocupa la mayor parte de la imagen, pero también hay dos cámaras donde se muestran las reacciones de los jugadores y varios marcadores” (Martín & Pedrero, 2021, p. 70).

Para los casters es primordial aprender a manejar los dos públicos: el virtual y el presencial. Ambos poseen dinámicas de expresión e interacción distintas, ya que se determina a partir del espacio en el que espectan la competencia. Así como lo plantea Hall, la organización del espacio físico deja entrever las formas de interacción que el público posee con los elementos que yacen en cada uno de estos lugares, y entender estas dinámicas se convierte en un factor a contemplar para los casters ya que permite establecer una relación entre los espectadores y la competición.

MARCO METODOLÓGICO

Con el fin de investigar el rol del periodismo en el campo de los eSports, se empleó una metodología que estableciera aspectos detallados sobre el comportamiento y las funciones que en este caso cumplen los casters dentro de los ciberdeportes. Es por ello, que se desarrolló una metodología de carácter cualitativo, la cual según Taylor y Bogdan (1986):

“(...) designa comúnmente la investigación que produce y analiza los datos descriptivos, como las palabras escritas o dichas, y el comportamiento observable de las personas” (citado en Deslauriers, 2004, p. 9).

La metodología cualitativa se centra en la comprensión de una realidad considerada desde aspectos particulares, resultado de un proceso histórico de construcción y desde una perspectiva subjetiva (Quintana, 2006). Esta investigación se realizó a través de dos fases, en ellas se utilizaron diferentes herramientas que se centran en la interpretación y análisis del recorrido histórico que enmarcan a los ciberdeportes hasta su actualidad y el papel que asume la figura del caster en los espacios comunicativos de estas competiciones en plataformas digitales.

Así mismo durante la recopilación de información en estas dos etapas, se emplearon una serie de instrumentos que orientaron el análisis de los datos recopilados en cada una de ellas:

Fases de investigación	Instrumento
Investigación documental	Documentos de investigación Se recopilaron datos en torno a: • El surgimiento y posicionamiento de los ciberdeportes como disciplina deportiva. • Los eSports como escenario de entretenimiento. • Caracterización del periodismo deportivo. Para analizar la información se tuvo en cuenta aspectos ligados a la comunicación en disciplinas deportivas (características y formas de narrar e interactuar con los públicos) y al uso del espacio (tecnología, distribución y formas de emisión).
	Entrevistas Para la elaboración de las entrevistas, se realizaron tres tipos de cuestionarios que se clasificaron según el rol de los entrevistados dentro de los ciberdeportes o profesionales en el periodismo deportivo: • Dirigido a Casters: Preguntas relacionadas a su trayectoria profesional, habilidades en el campo, funciones comunicativas y proyecciones frente al futuro de los eSports. • Dirigido a periodistas deportivos: Preguntas ligadas a su formación académica, su conocimiento frente a los ciberdeportes y la función del periodismo deportivo en la actualidad. • Dirigido a coordinadores de eventos de ciberdeportes: Preguntas relacionadas a su trayectoria profesional, contexto histórico de los deportes electrónicos y su proyección como industria. Cada una de las sesiones fueron grabadas y transcritas. Para la clasificar y citar la información se tuvo en cuenta el enfoque de cada objetivo.
Etnografía	Observación Este método se llevó a cabo desde la participación, durante eventos desarrollados de forma presencial y virtual de ambas disciplinas (eSports y fútbol). Para ello, se consideraron tres aspectos de análisis: • El lenguaje de los periodistas y casters • Participación e interacción de la audiencia

	• Uso del espacio Los datos obtenidos se documentaron en diarios de campo y luego se confrontaron en un esquema comparativo que reunió todas las características obtenidas por medio de este método.
	Análisis de contenido Por último, este instrumento se implementó de forma aislada a los diarios de campo ya que su ejecución ocurrió en tres momentos diferentes: • Cobertura de eSports en medios deportivos masivos: Se tomaron en cuenta cinco medios, en ellos se evaluó la periodicidad de sus publicaciones, las temáticas abordadas y si esta era o no una sección exclusiva dedicada a los ciberdeportes. Este análisis se hizo con la finalidad de entender la importancia de los eSports dentro de la agenda mediática. • Cultura de juego (Valorant y fútbol): Debido al uso de expresiones propias en cada una de estas disciplinas, fue necesario interpretar qué clase de códigos se implementaban en cada modalidad para un mejor entendimiento de la cobertura periodística. • Plataformas digitales: Aquí el análisis de contenido se llevó a cabo desde dos posturas. Inicialmente se estudió cómo los partidos de fútbol se transmitían por televisión y canales de YouTube y posteriormente se hizo el mismo ejercicio con la plataforma Twitch. En cada uno se analizó la interactividad con el público a través del medio, el manejo de los contenidos multimedia y las características de su interfaz.

Tabla 2 Matriz de análisis de información

La fase inicial de la investigación consistió en la realización de una investigación documental. Este método tiene sus propias técnicas de búsqueda y procesamiento de la información que puede encontrarse en documentos impresos, electrónicos y audiovisuales; enfocados en examinar fuentes de información existentes como libros, informes, sitios web, artículos, entre otros (Tancara, 1988).

“Por el contrario, requiere un gran nivel de creatividad y originalidad, además de una gran capacidad de análisis, síntesis y reflexión. Aunque fueron otros quienes produjeron inicialmente gran parte de la información, el investigador documental vive una experiencia de investigación similar a las que vivieron los otros: busca información, descubre la naturaleza del problema, establece conexiones, analiza, sintetiza e interpreta, para apropiarse de la información y convertirla en conocimiento” (Morales, 2003, p.4).

En este escenario, la investigación documental se desarrolla con el propósito de examinar contenidos bibliográficos (tesis de grado, estudios de audiencia, artículos de investigación, reportajes, entre otros) que puedan contextualizar acerca de las primeras competencias y el inicio del posicionamiento de los eSports como disciplina deportiva. Es necesario considerar la situación actual de esta industria en los países del continente asiático y europeo ya que, como pioneros en los eSports, concedieron a Latinoamérica referentes para iniciar en este escenario deportivo.

En relación con lo anterior, fue necesario indagar sobre las cualidades técnicas que los periodistas en la era digital están desarrollando para crear vínculos comunicativos con el público, a través de las diferentes plataformas digitales y las redes sociales. Estas características posicionan al caster dentro del ejercicio periodístico y establecen las habilidades necesarias para el análisis y la narración deportiva en videojuegos.

Emplear este método permite conocer el resultado de otras investigaciones y reflexiones teóricas basadas en un objeto de investigación específico (Morales, 2003). De esta manera, se interpreta el consumo de los ciberdeportes en los últimos años con el objetivo de entender el interés de los espectadores y la reproductividad que han tenido estos contenidos, ayudando a considerar la importancia de su espacio dentro de la agenda mediática.

Para poder implementar el método de investigación se plantearon dos técnicas: La primera que se utilizó fue el análisis de contenido que Francisco Bernete define como:

“Metodología sistemática y objetivada porque utiliza procedimientos, variables y categorías que responden a diseños de estudio y criterios de análisis, definidos y explícitos. Por esta razón, permite realizar estudios comparativos entre diversos documentos o distintos objetos de referencia, entre diversas fuentes o épocas”
(2013, p.194)

Se utilizó dicha técnica para comparar las narrativas periodísticas implementadas en medios tradicionales y plataformas digitales, para el cubrimiento de competencias nacionales e internacionales de fútbol y el eSport Valorant. Para llevarlo a cabo, se tuvo en cuenta, desde el contenido de las retransmisiones y partidas en vivo de cada deporte, las similitudes y diferencias a partir de: el lenguaje periodístico, la interacción con la audiencia y el uso del espacio. Desde la comunicación, se evaluó la manera en la que cada escenario deportivo se apropia del entorno digital, la narración y presentación del evento y el análisis táctico de los jugadores dentro del campo.

La segunda técnica implementada fue la entrevista. Para emplearla, se tuvo en cuenta lo dicho por Kaufman y Rodríguez sobre su uso en documento de investigación:

“los textos monográficos no necesariamente deben realizarse sobre la base de sólo consultas bibliográficas; se puede recurrir a otras fuentes como, por ejemplo, el testimonio de los protagonistas de los hechos, de testigos calificados, o de especialistas en el tema” (Citado por Morales, 2003, pág.2).

Allí se referencia la pertinencia de la entrevista en la recolección documental dentro de la monografía, definida como un diálogo entre dos o más actores entorno a un tema específico. En este caso, se implementó la entrevista semiestructurada respecto a la cual Bertomeu Folgueiras dice:

“(…) No obstante, las cuestiones se elaboran de forma abierta lo que permite recoger información más rica y con más matices que en la entrevista estructurada. En la entrevista semiestructurada es esencial que el entrevistador tenga una actitud abierta y flexible para poder ir saltando de pregunta según las respuestas que se vayan dando o, inclusive, incorporar alguna nueva cuestión a partir de las respuestas dadas por la persona entrevistada” (2016, p.3).

Los entrevistados fueron elegidos entre personas relacionadas al medio de los eSports y periodismo deportivo: dos casters, un periodista deportivo y dos coordinadores de

eventos de ciberdeportes. Las preguntas se orientaron hacia su trayectoria profesional, habilidades del campo, funciones comunicativas y posturas frente a la proyección de los eSports como industria en el deporte. ([Ver anexo: Entrevistas](#))

En la segunda fase de esta investigación tuvo lugar la etnografía. Esta es una herramienta empleada comúnmente en los procesos de investigación para recopilar información sobre el contexto, el entorno y algunas características sociales del objeto que se está analizando. Para ello, es importante delimitar el espacio y el tiempo en el que se desarrolla la problemática así como lo indica Eduardo Restrepo en su artículo *“Etnografía Alcances, técnicas y éticas”*:

“(…) La etnografía sería lo que hacen los antropólogos cuando trabajan con comunidades indígenas. En este caso, se dice que el antropólogo se va a vivir a lugares distantes por periodos más o menos largos con un pueblo indígena que estudia para, mediante una prolongada experiencia personal que en muchos casos pasa por aprender el idioma de esta comunidad, pueda conocer diversos aspectos de esa cultura diferente. Con este conocimiento, el antropólogo escribiría una monografía en la cual explicaría esta cultura a otras personas (…) hoy la etnografía no es solo utilizada por los antropólogos ni se limita a los estudios de las comunidades indígenas” (2018, pag.23).

En vista de que nuestro objeto de estudio, en este caso el periodismo en los ciberdeportes, se desenvuelve en entornos digitales, fue pertinente utilizar el método de etnografía virtual. Christine Hine lo planteaba hace unos años en su libro *Etnografía Virtual* al decir que el internet más allá de ser un canal de comunicación también es un espacio de

relación entre las personas (2002). Este tipo de etnografía contribuye al estudio de los mecanismos sociales ya que:

“El interés por la etnografía virtual o en línea surge cuando el objetivo es no sólo estudiar los usos de Internet, sino también las prácticas sociales en línea y de qué manera estas prácticas son significativas para la gente (Mason, 1999, citado en Ardèvol et. al, 2003)”.

Con el fin de contrastar el ejercicio periodístico deportivo tradicional y de los eSports, se observó, evaluó y recopiló información desde partidos de ambas disciplinas: fútbol y el videojuego Valorant entre junio de 2023 y febrero de 2024. Para ello, se tuvo en cuenta cuatro eventos presenciales (tres del videojuego Valorant y uno de fútbol) y cuatro jornadas deportivas desde sus retransmisiones (tres de fútbol y una del videojuego Valorant). Para un total de 8 contenidos; cuatro programas por cada disciplina. [\(Ver anexo: Diarios de Campo\)](#)

EVENTO	FECHA
Final Copa Betplay Nacional vs Millonarios	23 de noviembre de 2023 - Virtual
Amistoso Internacional Colombia VS México	16 de diciembre de 2023 - Virtual
Partido Liga Betplay Santa Fe vs Bucaramanga	06 febrero del 2024 - Presencial
Final Mundial Femenino 2023	20 de agosto de 2023 - Virtual

Tabla 3. Partidos de fútbol evaluados durante la etnografía

EVENTO	FECHA
Challengers Spain: Rising Mediamarkt INTEL SPLIT 2 2023	10 de junio de 2023 - Virtual
City Campus Challenge - Politécnico Grancolombiano	30 de septiembre de 2023 - Presencial
Final del Valorant Game Changers Latinoamérica 2023	15 de octubre de 2023 - Presencial
Valorant Superdome Bogotá 2023	11 de noviembre de 2023 - Presencial

Tabla 4. Partidos de Valorant evaluados durante la etnografía

Con el fin de delimitar los partidos, solo se consideraron contenidos de habla hispana para procurar una mejor comprensión de los tres elementos de análisis que se tomaron, los cuales son:

1. *El lenguaje utilizado por periodistas y casters:* Se estudiaron los términos técnicos, el empleo de la jerga, entonación en la narración de los partidos y las formas de expresión no verbal a través de la proxémica.
2. *Participación de la audiencia y sus formas de interacción con el periodista/caster:* Se revisaron los canales de comunicación entre los públicos que asistían en vivo y virtualmente.
3. *Uso del espacio:* Se evaluó el uso de la tecnología, los medios empleados para la transmisión de cada uno de los contenidos y la distribución de sus elementos.

Para llevar a cabo este método investigativo y de acuerdo con el carácter cualitativo de este proyecto, se utilizó la técnica de observación con el fin de recopilar información y datos referentes a los puntos previamente expuestos por medio de un diario de campo, ya que este:

“(…) puede definirse como un instrumento de registro de información procesal que se asemeja a una versión particular del cuaderno de notas, pero con un espectro de

utilización ampliado y organizado metódicamente respecto a la información que se desea obtener” (Obando, 1993, p. 309).

Por medio de este instrumento se registraron las experiencias que durante el proceso de la recopilación datos, facilitaron el análisis dentro del contexto que envuelve el ejercicio periodístico en cada una de estas disciplinas. Su implementación arrojó aspectos que posteriormente se emplearon para evaluar las similitudes y diferencias entre el periodismo deportivo tradicional y el casteo en los eSports.

RESULTADOS

Para comprender el interés de una disciplina que cada vez acoge a más espectadores, era necesario reconocer el crecimiento que los eSports han tenido en los últimos años. Por un lado, aunque los videojuegos suelen asociarse a espectadores jóvenes, este campo logra reunir a públicos de distintas edades e incita a la participación colectiva de sus jugadores, ya que el catálogo de modalidades permite que tanto la experiencia individual como la estructura del relato varíen. Estos aspectos encierran lo que se conoce como *cultura gamer* ya que se configuran bajo un mismo lenguaje, intereses, costumbres y comportamientos.

El valor social de los eSports ha hecho que el mercado publicitario disparara el reconocimiento económico de esta industria. Los patrocinios en competiciones de videojuegos y el giro de propuesta orientado hacia la identidad del consumidor, ha determinado el éxito de múltiples campañas publicitarias:

“(...) solo los e-sports en España ingresaron en 2016 un total de 14,5 millones de euros mientras que en 2019 la facturación alcanzó los 35 millones de euros, lo que supone un crecimiento de un 140%. Además, cabe destacar que dicha cifra proviene principalmente de la inversión publicitaria en el ecosistema, dado que el Estudio de Inversión Publicitaria en Medios Digitales de 2020 revela una inversión de 26,8 millones de euros” (IAB, 2021 citado en Sanajua-Peris et. al, p. 167, 2021).

Las jornadas de estos eventos intentan explorar todos los escenarios posibles para lograr llevar la experiencia completa del videojuego al usuario. Para ello realizan durante la competición concursos y dinámicas de cara al *lore del juego* o referenciando a los jugadores

de los equipos que participan. Todo esto con el objetivo de fomentar la interacción entre los participantes de la jornada: casters, hostess, jugadores y espectadores.



Ilustración 1 Desfile Cosplay durante la competencia Super DOME LATAM 2023. Tomada por Angie Correa

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, el interés del periodismo deportivo por cubrir los eventos relacionados al ciberdeporte e informar acerca de ello, ha sido gracias al número de espectadores que sintonizan estos torneos. No obstante, pese a ser un campo legalmente considerado deportivo, existen pocas reflexiones académicas sobre las características que debe encerrar el periodismo dentro del área, o simplemente un lineamiento formal que hable sobre qué cualidades comunicativas hacen falta para su ejercicio. El periodista deportivo Diego Chiriví del canal Red+ Noticias menciona lo siguiente en opinión de la cobertura de los eSports:

“(...) ese campo porque debe ser una mina, no solamente de dinero (para que no materialicemos mucho el tema) sino de conocimiento e interacción con la gente porque al fin y al cabo nosotros los comunicadores so-cia-les si nos acercamos a

ese público vamos a tener mucha riqueza de tipo social, vamos a aprender de la gente a través de ese nicho, de ese público cautivo, de esa manera de ver la vida y de ver el mundo. El deporte es una vida para eso, aprendes a conocer otras maneras de ver la sociedad a través de la interacción que tienes con la gente.”

No obstante, parece que cada vez más los medios tradicionales de información están añadiendo a sus agendas temas relacionados a los eSports. Para esta investigación se realizó un análisis de contenido de algunos medios de comunicación que han ido añadiendo a su catálogo los deportes electrónicos, con el propósito de ver cómo ocurre la transformación de la comunicación digital a medios de difusión clásicos como lo son la televisión. Para ello se tuvo en cuenta: un medio colombiano, un medio mexicano y dos medios españoles:

Medio	Contenido
 <i>Tomado de Caracol TV</i>	Caracol Televisión cuenta con un programa televisivo que se transmite todos los sábados a las 6:00 p.m. por Caracol HD2 y Noticias Caracol, el cual lleva por nombre Volk. En este programa se presentan datos sobre diferentes videojuegos, lanzamientos, eventos deportivos, entrevistas a casters, gamers y creadores de contenido. Además, cuenta con secciones como: diccionario gamer, tips/trucos, reseñas, sabías que y Volk news. Sus formatos de presentación siempre van acompañados de elementos audiovisuales que priorizan la entretención del usuario, como la realización de trivias que ponen a prueba el conocimiento del televidente.
 <i>Tomado de Claro</i>	Claro es un conglomerado mexicano que presta el servicio de telecomunicaciones, entretenimiento, servicios en la nube, streaming y comercio electrónico. Dicha empresa cuenta con un programa especial para los amantes de los videojuegos llamado Claro Gaming. Allí se informa acerca de novedades de los eSports, se realizan reseñas y entrevistas a destacados de este ámbito. Además, le ofrece al usuario planes en los que puede estar conectado jugando las 24 horas por un bajo costo.

	Cabe aclarar que tienen su propia plataforma donde los videojugadores pueden descargar diversos <i>gameplays</i>
 Tomado de Marca Gaming	El diario español Marca, cuenta con una amplia y experimentada trayectoria informando acerca de los eSports. Su sesión especial para los videojuegos lleva por nombre Marca Gaming. Tienen diferentes sesiones que se enfocan en un tema o videojuego en específico. Es decir, la sesión de “Juegos” está acompañada de los 11 videojuegos más destacados alrededor del mundo y cada uno de estos cuenta con noticias y análisis individuales. En otros apartados podemos encontrar observaciones sobre plataformas de transmisión, streamers y casters destacados mundialmente, avances tecnológicos en el campo y aspectos sobre la preparación de los competidores para próximas competencias. Se enfocan especialmente en el estudio del crecimiento de los eSports como disciplina deportiva global, teniendo en cuenta el interés social y económico que esté genera día a día en torno a él.
 Tomado de El País	El periódico español El País cuenta con la sesión llamada eSports. Su enfoque no es específico como ocurre con los medios mencionados anteriormente, sino que cubre aspectos de interés general para quienes tal vez no están completamente familiarizados con el campo. Hablan de temas como los tipos de personalidades que se interesan en esta industria, la influencia social de los ciberdeportes, aspectos dentro del marco jurídico, oportunidades de trabajo y la adaptación tecnológica. Relatan además aspectos ligados al impacto económico, como la clase de inversiones que exjugadores de diferentes deportes han hecho para crear o comprar equipos de eSports. Por último, hacen una propuesta importante sobre posibles profesiones que podrían llegar a intervenir en esta disciplina.

*Tabla 5. Tratamiento de los eSports en canales y portales de medios tradicionales.
Elaboración propia.*

A pesar del interés de medios de comunicación en generar espacios dentro de sus agendas relacionados a eSports y aspectos de la industria digital, el tema sigue sin ser incorporado a las secciones deportivas ya que como es de esperarse, su relación al mundo del entrenamiento le resta cierta rigurosidad deportiva ante los ojos de quienes desconocen su funcionalidad:

“(…) son una disciplina deportiva en la que los jugadores desarrollan y entrenan sus habilidades, tanto físicas como mentales, en el uso de tecnologías de información y comunicación (…) se deja de lado el propósito de entretenimiento de quienes lo practican y se reemplaza por la competitividad entre los equipos” (Wagner, 2007 citado en Pineda, p.5-6, 2022).

Pese a esto, es un hecho que el periodismo interviene de manera significativa en ambos campos ya que son ellos los que fortalecen la relación público-competición. Es por eso que, para esta investigación, se realizó un trabajo de campo desde ocho escenarios de una disciplina por modalidad: cuatro espacios de competencias de Valorant y cuatro encuentros de fútbol, entre junio de 2023 y febrero de 2024. Aquí se compararon las herramientas y habilidades comunicativas del periodista y caster, se caracterizó el espacio competitivo y la interacción con el público que auditó los eventos futbolísticos y ciberdeportivos. Todos los datos recopilados frente a estos puntos de análisis se establecieron a continuación:

Puntos de análisis	Características	Deporte tradicional (Fútbol)	eSports (Valorant)
Herramientas y habilidades comunicativas del periodista o caster	Lenguaje	“El periodista intenta embellecer las crónicas con expresiones nuevas y creativas que, a través de los medios de comunicación, entran a formar parte de la tradición, de la “cultura” futbolística” (Mapelli, 2004, p.171). En el fútbol, la locución es un ejercicio fundamental, donde factores como los modismos, la expresión, la fluidez, la rapidez y la técnica actúan en conjunto para darle al espectador un mejor panorama del juego. En el análisis etnográfico de la Final del Mundial de fútbol femenino, España-Inglaterra, se logró evidenciar que: Los narradores son conocedores de la modalidad de juego y la explican a lo largo de la jornada deportiva (Recorrido de las jugadoras, principales fortalezas o debilidades). Se habla con términos técnicos o propios de la disciplina “saque de banda”,	El ejercicio del casteo, representado por los casters, hostess y analistas, es fundamental para la explicación general de las jornadas competitivas y el entretenimiento de la audiencia. Esta es una de las características que más se asemejan entre las disciplinas tradicionales y los eSports, donde los casters fusionan un vocabulario especializado con un discurso enérgico y fluido para dar a conocer las estrategias, los movimientos tácticos y los momentos destacados del juego. La locución es condicionada por elementos como el tipo de modalidad que tenga el

		“progresiones”, “remate”, “tiro de esquina”, “robar la cartera”, etc. Además, las narradoras son fluidas, la rapidez de la locución va acorde con las jugadas en el campo, por lo que usan un lenguaje específico, enérgico y nutrido de tecnicismos que prioriza la emotividad y conexión con la audiencia.	videojuego, el público y la plataforma digital o red social donde es retransmitido. De esta manera puede utilizar un lenguaje más informal y cercano al público joven que acobijan. Estas expresiones forman parte del vocabulario de las narraciones en Valorant: - “Eco round”: Se refiere a una ronda en la que el equipo gasta lo mínimo en armamento y equipo para ahorrar dinero y comprar mejores armas en las siguientes rondas. - “Clutch”: Cuando un jugador está en una situación de desventaja numérica y logra salir victorioso. - “Headshot”: Impacto de la bala en la cabeza del oponente. - “Ultimate”: Habilidad de un personaje de Valorant que suele ser poderosa.
	Interactividad	Los narradores de fútbol son vistos como una fuente de información unilateral, en la que su función principal es contextualizar y describir de manera directa lo que está sucediendo en el terreno de juego. Sin embargo, a lo largo de los años, el fútbol ha tratado de adaptarse a las redes sociales, como lo expresaba Diego Chivirí, periodista deportivo, al mencionar que, gracias a las redes sociales, el público se acerca más al deporte y posee libre acceso a la información, lo que le permite opinar frente a aspectos en relación con el juego. De esta manera, las redes y las plataformas digitales le han permitido a la audiencia convertirse en una voz relevante del deporte e incluso en la televisión, donde se conoce el apoyo a los equipos, posibles marcadores, análisis de las jugadas u opiniones sobre las condiciones de juego.	Los ciberdeportes nacieron en un contexto tecnológico, por lo que el ejercicio del casteo está estrechamente relacionado con la utilización de los medios tecnológicos. Los torneos de Valorant a nivel mundial son transmitidos por plataformas como Twitch, donde se tiene la posibilidad de interactuar abiertamente con los espectadores, lo que hace que la comunicación sea multilateral y cada vez más el público se acerque no sólo a los casters sino también con los jugadores. Así como expresaba David Pulido “Thunder”, caster y streamer, al mencionar que gracias al interés de la plataforma de Twitch por incrementar la participación de la audiencia en sus transmisiones, los eSports pudieron impulsarse y fidelizar aún más a su público. La interacción con los espectadores puede ocurrir de distintas maneras. Por un lado, pueden ser un canal de

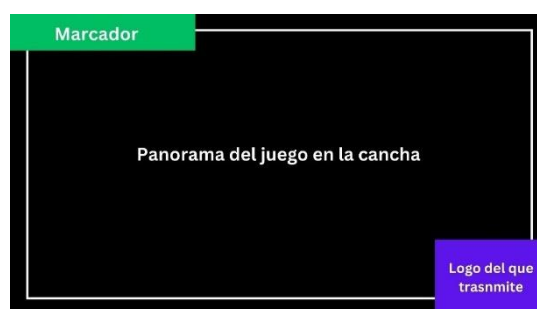
			comunicación directa con los casters o ayuda a que los tipos de públicos que convergen en la virtualidad y en la presencialidad, interactúen entre sí.
	Funciones	Los periodistas deportivos han tenido que adaptarse a las herramientas tecnológicas, ya que el fútbol a pesar de tener la misma modalidad de juego desde su creación, su manera de comunicar cambia conforme a lo que hacen sus audiencias. Entre estas funciones se encuentra la necesidad de investigar a profundidad los eventos deportivos, equipos y atletas relevantes, asegurando la precisión y veracidad de la información presentada. Además, deben tener en cuenta aspectos del ámbito social, económico y cultural que puedan estar relacionados con el juego.	En los eSports se da un fenómeno muy parecido, ya que los casters no sólo actúan como narradores, sino que explican las estrategias, tácticas y momentos claves del juego, facilitando la comprensión de la audiencia. Existen diferentes roles en el ejercicio del casteo tales como: -Casters: Narran y comentan de manera directa las jugadas en tiempo real. Proporcionan narrativas dinámicas y analíticas durante las transmisiones con conocimientos del “lore” (historia del videojuego), aspectos técnicos y posibles estrategias del juego. -Hostess: Desempeñan el rol de anfitriones y conductores de los eventos de deportes electrónicos en directo. Ellos son los encargados de presentar y moderar los diferentes momentos que conforman la competición: La introducción de los jugadores, tiempo de juego y entrevistas al público, jugadores o personalidades relevantes. -Analistas: Su función principal consiste en desglosar los puntos importantes de cada partida. Comentan las tácticas, estrategias, movimientos y decisiones importantes tomadas por los equipos con el objetivo de proporcionar a los espectadores un contexto y análisis de la competencia.
Caracterización del espacio	Distribución	La distribución en los partidos de fútbol cambia según la forma en la que se visualice. Por un lado, los espacios presenciales se organizan de la siguiente manera:	La distribución en los eventos de eSports varía según el tipo de competición y el público al que va dirigido. Con base al análisis etnográfico realizado presencialmente en



Se puede deducir que la organización de sus áreas determina los focos de atención durante la competencia. Los actores más importantes son los jugadores, ya que a su alrededor se sitúan todos los elementos que componen el evento deportivo: el público y prensa.

Las cabinas de prensa no suelen ser visibles para los asistentes, sin embargo, captan distintos ángulos del juego debido a herramientas tecnológicas que le permiten estar en varios lugares del estadio a la vez.

No obstante, pese a no relacionarse directamente con el público presencial, son quienes trasladan el ambiente de juego a los espectadores que acompañan la transmisión.



Aquí el espacio sigue siendo determinado por la relevancia de quienes participan. Los jugadores siguen siendo el enfoque principal en pantalla, seguido de las pautas publicitarias de quienes financian a los equipos y el logo del medio (privado o de acceso abierto).

El propósito principal de los periodistas es trasladar el ambiente de juego a múltiples escenarios. Para ello, acude a la emotividad a través de herramientas

tres arenas de juego, se evidenciaron diferentes tipos de actores que interactúan alrededor de la competencia (los casters, los jugadores y los públicos).

Se analizaron sus funciones dentro de competencias realizadas en el Movistar Arena uno de los venues más importantes de la capital colombiana y dónde se celebró el "Game Changers", la primera competición de Valorant a nivel internacional en el país. Aquí el caster se ubicaba en la tarima principal en los "entre-tiempos" para contemplar el panorama de juego e interactuar directamente con el público a través de preguntas o trivias relacionadas con la competencia y el lore del juego. Por otro lado, los casters se ubicaban en un punto estratégico, una tarima ubicada diagonal a la principal, donde tenían la oportunidad de ver el juego de cerca y analizar en tiempo real. Los espectadores se podían dividir en dos modalidades:

Presencial: Conformada por el público que se encontraba en las graderías y en las diferentes "arenas interactivas" que tienen consolas de videojuegos de uso libre, presentaciones de freestyle y desfiles de cosplays (caracterización física de un personaje ficticio), todo convergiendo en un mismo espacio.

Virtual: Conformada por todos usuarios que se conectaban a la transmisión de la competencia a través de plataformas virtuales y redes sociales.

En el evento "Final Challengers", ubicado en el Politécnico Gran Colombiano, se evidenció un público completamente presencial conformado principalmente por

		como la imagen, que deja explícita la reacción del público frente a los momentos más relevantes del partido.	estudiantes, los cuales tenían la posibilidad de ser jugadores o espectadores, participar en la competición y tener acceso a otros espacios interactivos en los que podían jugar videojuegos y ver un desfile de cosplays. Lo cual nos llevó a analizar la función que tienen las competiciones de eSports de buscar diferentes recursos que convergen en diferentes comunidades, ofreciéndoles una gama más amplia de participación del público en eventos deportivos a través del entretenimiento.
Interacción con el público	Mediador entre públicos (virtual y presencial)	En los deportes tradicionales también se manejan dos clases de público (uno presencial y otro virtual) pero la función de los periodistas durante el juego está limitada al espectador que se encuentra en casa o a quienes dejan sus comentarios en redes, los cuales son mencionados en la locución de forma esporádica. Específicamente en el caso del fútbol, los hinchas suelen ser entrevistados antes o después del encuentro, ya que los periodistas ubicados en el campo de juego se centran su atención en el terreno de juego y los jugadores o integrantes del plantel técnico de los equipos	El primer aspecto que destacamos es la flexibilidad que tienen ambos públicos (presenciales y virtuales) en la realización de estos eventos, ya que el ambiente de juego no se limita al latido como tal. Para aquellos que asisten de forma presencial, los hostess tratan de involucrarse con el público, les hace preguntas, indagan sus reacciones frente al juego y los invitan a participar de las arenas disponibles durante el entretiempo. Además, gracias a que las cabinas donde se encueran los casters son abiertas, ellos tienen la oportunidad de incitar la emoción u opinión del público en medio de las partidas cambiando el punto de atención que maneja el periodismo en el fútbol, ya que en este caso los casters son la cara visible de la transmisión más no la de los jugadores. Para los que expectan el evento desde <i>Twitch</i> (plataforma vía streaming), existen diferentes mecánicas dentro de la plataforma que les permite interactuar con el partido. Esto no siempre es de forma explícita con comentarios o <i>donaciones</i>

			de voz ya que suelen restringirse en eventos con gran afluencia de espectadores y podrían sobresaturar la transmisión. No obstante, gracias a las opciones del chat como los <i>emotes</i>, la audiencia puede mostrar su apoyo al equipo de su preferencia sin necesidad de incurrir en palabras, que en ocasiones pueden resultar conflictivas. Estos modos de participación son interpretados por los casters y expuestos en su locución del encuentro, ya que previo al partido, durante los entretiempos y luego de que culminan, los casters buscan generar las reacciones de ese público y constantemente los invitan a interactuar con la jornada.
--	--	--	---

Tabla 6. Comparación del periodismo deportivo y el Casteo. Elaboración propia.

Luego de comparar los espacios competitivos del Valorant y el fútbol, se pudo establecer que las herramientas comunicativas y habilidades que desarrollan los periodistas y casters en el marco de su ejercicio, “espectacularizan”¹ los eventos en torno a estas disciplinas, lo que se vuelve clave para su reproductibilidad. Así mismo, la organización del espacio puede modificar y condicionar los canales comunicativos, las modalidades de juego o las interacciones de los actores a través de la ubicación estratégica de sus diferentes elementos: las gradas del público, la arena de juego, la publicidad de los patrocinadores y las cabinas de transmisión. Además de considerar diferentes tipos de públicos o audiencias, se destaca la importancia, desde el ejercicio periodístico o casteo, por involucrar a dichos espectadores sin limitar su forma de participación (virtual o presencialmente).

¹ Se empleó esta palabra para referenciar cómo los eventos se convierten en espectáculos mediáticos

Por otro lado, el análisis de campo y la información brindada por los entrevistados permitió recopilar aspectos ligados al funcionamiento de la plataforma Twitch, el medio utilizado para analizar las competencias de Valorant aquí referidas, frente a la comunicación digital que expone Carlos Scolari. Para el autor existen cinco aspectos que la componen, pero en esta ocasión para dirigir la investigación al objetivo principal, se tomaron en cuenta tres de ellos: Digitalización, Interactividad y Multimedialidad.

Al comparar un medio análogo como lo es la televisión con una plataforma nativa digital como Twitch, se puede deducir que gracias a las herramientas tecnológicas que conforman dichos canales, se establecen las narrativas y el mensaje que cada disciplina utiliza durante sus cubrimientos. Si bien es cierto que el periodismo deportivo en el fútbol y en el eSport Valorant comparten el mismo objetivo de acompañar al público desde el relato, este varía según las herramientas que se usen para difundirlo.

Twitch como plataforma líder en transmisiones de eSports se centra en generar la mayor interactividad posible entre usuarios, utilizando herramientas como: *los emotes*; stickers personalizados por cada canal para el uso exclusivo de quienes los espectadores, *los cheers*; una forma en la que los usuarios “alientan” a su creador de contenido por medio del uso de *Bits* los cuales se adquieren pagando a la plataforma y, al ser donado, le generan un ingreso para quien transmite. Esta opción también le permite al espectador enviar un mensaje que será leído por un lector automático de voz y aparecerá durante la transmisión en vivo. También se encuentran *los puntos de canal*, los cuales se recolectan según la cantidad de minutos vistos por el usuario y los recompensa con beneficios que el mismo creador o canal establecen. Estas opciones las administra quien emite la transmisión, es decir, que pueden alterar, modificar o restringirlas al público.

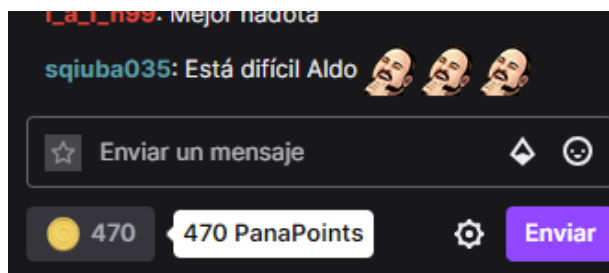


Ilustración 2 Puntos del canal, adquiridos según la cantidad de tiempo conectado



Ilustración 3 Emotes disponibles y personalizados según el canal

Twitch le permite al emisor gestionar directamente la interacción entre usuarios. A través de las *reglas del chat* los creadores de contenido establecen con qué condiciones las personas pueden participar dentro y estas suelen variar dependiendo del canal o la transmisión. Para garantizar su cumplimiento existe la figura de *Moderador*, quienes están encargados de censurar o en ocasiones expulsar de la transmisión a aquellos que divulguen contenido sin atender a restricciones establecidas. Si bien es cierto que los únicos con esta potestad son los emisores del contenido, los usuarios pueden seleccionar en menor medida los comentarios que aparecen en su chat, ya que cuenta con una opción que esconde los mensajes que la plataforma considera ofensivos. Además, tienen la posibilidad de enviar encuestas al chat, anclar y resaltar mensajes que funcionan como avisos relevantes durante el en vivo. Es necesario mencionar que para los casters es importante saber el

funcionamiento de estas herramientas ya que hacen parte del ecosistema comunicativo por el cual transmiten, pero normalmente existe personal fuera de cámaras que gestiona esta clase de comunicación con el público.

La flexibilidad de contenido es otra de las particularidades del medio streaming. El sistema de Twitch funciona las 24 horas, en cualquier momento del día las personas pueden encontrar transmisiones en vivo o grabaciones completas de las mismas. Funciona a través de lo que denominamos un “modelo híbrido de acceso” ya que, si bien solo hace falta estar conectado a la red para ingresar, ofrece servicios pagos que mejoran la experiencia del usuario:

“Nuestras opciones de suscripción permiten que los socios y afiliados recompensen a su audiencia e interactúen con ellos. Algunas de las ventajas para suscriptores son: acceso a emoticonos personalizados (...) emblemas de suscriptor que pueden cambiar con según aumente tu antigüedad (...) y otras ventajas que los creadores pueden elegir activar o no, como la visualización sin anuncios” (Twitch, 2024).

Al ser una plataforma digital también cuenta con una versión para dispositivos móviles y en ambas es posible activar las notificaciones para los canales que el espectador seleccione. Es decir, que desde el momento en que salga en vivo la transmisión, la persona estará enterada del inicio de la jornada. Varias de estas funciones han sido añadidas durante y posterior a la pandemia del COVID 19, debido al exponencial aumento de los usuarios en la plataforma entre marzo y junio de 2020:

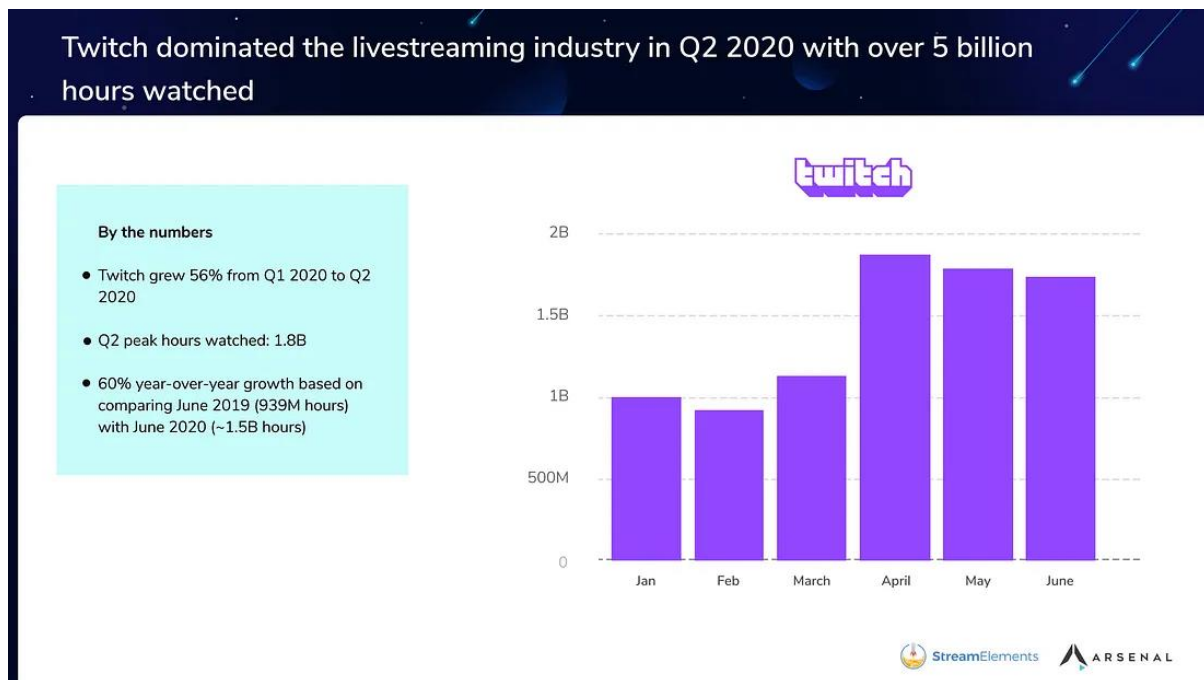


Ilustración 4 Índice del incremento de usuarios en la plataforma durante 2020. Tomado de StreamElements y Arsenal

Este hecho hizo que varias de las características previamente señaladas, se actualizarán dentro del formato de la plataforma ya que su propuesta de transmisión le estaba otorgando tanto a espectadores como a creadores de contenido, la posibilidad de compartir un mismo escenario facilitado por la comunicación digital sin tener que estar físicamente en él.

CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los resultados recopilados a lo largo de esta investigación, se concluyen aspectos sobre el papel que cumple el periodismo desde la figura caster dentro del mundo de los ciberdeportes:

1) El periodismo no determina la deportividad, pero sí la cultura alrededor de ella

El periodismo en los deportes tradicionales ha contribuido a que disciplinas como el tenis, el basquetbol y el fútbol tengan una mayor difusión en canales de comunicación masiva como la televisión y la radio. No obstante, dentro de los factores que determinaron su concepción como “deporte” no entra el cubrimiento periodístico ya que deportes como el waterpolo o actualmente el break dance son catalogadas como tal pese a su poca cobertura. Este hecho no niega el aporte del campo al posicionamiento de deportes como el fútbol ya que a través de los comentaristas y periodistas del área el funcionamiento del juego, las reglas básicas de los encuentros, e incluso la imagen de los deportistas, se exponen al público de tal forma que sean comprensibles. Uno de los entrevistados, periodista deportivo, Diego Chivirí habla sobre las funciones de su rol diciendo que:

“Lo básico es informar al respecto porque el público ama al fútbol, es el deporte rey por las masas que mueve y en la medida que tú le informes a esa gente (que es muchísima) lo ocurrido, ahí ya estás sentando una base y a partir de ese simple acto de informar, se desprenden otras cosas, como generar opinión, también se puede educar y enseñar a través del fútbol (...) el periodismo ha ayudado a que el deporte como el fútbol crezca como industria, el fútbol es una industria, es un generador de

capital impresionante que produce demasiado dinero y nosotros los periodistas nos hemos encargado de que esa industria crezca, es un negocio redondo” (2023).

[\(Ver anexo: Diarios de Campo - Fútbol\)](#)

En los eSports los casters son quienes cumplen el papel periodístico en esta área. Al igual que en el caso anterior ellos se encargan de guiar al espectador dentro de la jornada, narrar las secuencias de juego, analizarlas e interactuar constantemente con sus audiencias. Este último factor es uno de los más importantes dentro de este ejercicio ya que las plataformas de transmisión, y los mismos escenarios de juego, están diseñados para que el público tenga más participación. Es por eso, que a diferencia de lo que ocurre dentro del deporte tradicional, las “estrellas” o el centro de atención no son los deportistas propiamente si no los mismos casters, quienes terminan siendo muchas veces la cara visible de estos eventos tal y como lo expuso Hope David en una de nuestras entrevistas:

“(...) la interacción con la comunidad o lo que es el público es un factor muy importante del crecimiento como marca, entonces yo como ‘Hope David’ si quiero crecer como marca, si quiero agradecerle a las personas para que me vean pues tengo que interactuar con ellas. La interacción va en leer el chat, invitarlos a jugar, ofreciendo algún tipo de recompensa que nos da la plataforma por canje puntos entre más nos vean, más se acumulan los puntos y pueden canjear cosas. Yo no los veo como personas simples que me están dejando un view sino como amigos (...) gente de mi día a día que al final se vuelve mi círculo social porque es todo virtual” (2023).

Precisamente gracias al streaming, las personas tienen más variedad en el catálogo de contenido por lo que el público que especta estos eventos suelen ser jugadores

aficionados que están relacionados con las dinámicas propias del juego. La jerga en especial se distingue a la de cualquier deporte tradicional, ya que muchas palabras son extranjerismos que no poseen una traducción literal, lo que dificulta que personas que no estén familiarizadas con el juego conecten con el contenido de los eSports. Así lo explica el profesor Jorge Karam:

“Cuando alguien te habla de los esports, toma un código que no es tan fácil de entender entonces es bueno tener un programa que acerque a la comunidad general que acerque a la comunidad general frente a los eSports y lo haga cada vez más entendible para todo el mundo porque eso garantiza más gente. Uno de los problemas con el eSport es que a veces tiene un diálogo que se vuelve jerga, entonces empiezan hablarte en términos que tú no entiendes y es una enredología que a mi juicio no es funcional” (2023).

Si bien es cierto que esto puede ocurrir con cualquier otra disciplina, deportes como el fútbol tienen cierta ventaja en este aspecto, ya que sus términos se han vuelto populares dentro de la cultura global debido a la cobertura mediática y al mismo interés de la agenda pública por instaurar programas de transmisión masiva para su análisis y debate. El periodismo como ejercicio crea cultura, instaure, normaliza y difunde contenidos dentro de las audiencias y para el caso particular de los eSports esta función sigue siendo la misma.

2) El caster hace de su narración una experiencia única para el usuario

El manejo del espacio desde la virtualidad está configurado bajo las herramientas que las plataformas de streaming ofrecen, sin embargo, el caster es el encargado de

manejar e implementar estas u otras a lo largo de sus transmisiones. La importancia de entretener al público conlleva no solo a mantener la transmisión que puede extenderse por más de tres horas, sino que, a través de la interactividad, lograr acercar al público con el narrador por medio de diálogos que abarquen aspectos como estrategias a implementar de los equipos en juego, datos estadísticos, jugadas, hechos noticiosos del mundo de los eSports y todo aquello que pueda surgir como tema de interés para quienes están conectados. Como se ha mencionado anteriormente, esta metodología se referencia de otros deportes y al evidenciar resultados por parte de la audiencia presente, se busca implementar en estos espacios con el único fin de fidelizar a los espectadores dentro del mundo gamer, tal como lo mencionó David Pulido, un destacado caster conocido bajo el seudónimo Thunder:

“Yo creo que los casters como los narradores de fútbol cumplimos exactamente con el mismo prospecto. Un partido de fútbol no sería tan entretenido si no hay nadie detrás narrando y dando datos interesantes; ves esto, pero no tienes una opinión un poquito más conocedora, más entretenida... Los narradores siempre vamos a estar ahí independientemente del deporte, del eSport que sea, siempre vamos a estar ahí, que sea más o menos mejor para la plataforma de Twitch o para los eSports, es algo que va inherente y va a estar porque no importa qué deporte lo tenga, cualquier persona quiere narrar y cualquier persona quiere entretenimiento. (...) Una competencia así sin nada, la gente se aburre, se va, no les entretiene del todo o no es suficientemente bueno el partido a su ver para poder mantenerse ahí.” (2023)

Teniendo en cuenta el trabajo que desarrolla el narrador, es de mencionar que no solo ayuda hacer del casteo una experiencia deportiva, sino que logra espectacularizar el casteo. Allí es destacable que, la planificación de las narraciones dependen de la importancia de la partida que se esté desarrollando, es decir, si se juega la final de Valorant

del presente año, el caster hace un dateo con anterioridad de los equipos que vienen a enfrentarse, cómo ha sido su trabajo en conjunto a lo largo de esta competición, estadísticas de desempeño de cada uno de los jugadores, el entrenador que los acompaña en su momento, datos de impacto en cuanto al premio que se le entregará al ganador, etc.

[\(Ver anexo: Diario de Campo Valorant\)](#)

Todo lo contrario, sucede cuando es una transmisión desde un canal personal en donde el caster busca alimentar su crecimiento personal; en esta ocasión se proyecta la espontaneidad, pero se destaca más el acercamiento con el usuario ya que suelen dialogarse temas fuera del mundo de los eSports pero que se muestran atractivos para todos los que se encuentran conectados. Así lo manifestó David Pulido, conocido como Thunder en el mundo del casteo:

“(...) en mis streams en general investigo un poquito antes de qué cosas quiero hablar y hago un plantel pero completamente improvisado, unos 10 o 20 minutos antes digo quiero llevar esto, que hablemos de este tema y que la gente se interese. Ya cuando soy narrador profesional, sí hay un trabajo previo; siempre tiene que haber un trabajo previo, es un poquito más laxo para comunidades, lo único que le pides a la persona que te hizo el contacto es que te dé la información base, como los premios para después de empezar el stream pero siempre tiene que haber un trabajo previo, al fin y al cabo, como cualquier partido de fútbol, se enfrenta a tal persona, investigas a los jugadores, investigas el juego, investigas la meta, investigas la comunidad, qué personas están ahí, qué referencias puedes hacer... En mi caso me gusta hacerlo divertido entonces investigo los memes actuales, el chiste... Pero en mi stream, me gusta ser más improvisado, profesionalmente lo único que para mí es improvisado es directamente la narración.” (2023)

Para concluir, se puede afirmar que en la actualidad se vincula la figura del caster como una figura pública puesto que crea comunidad y fideliza una audiencia, gracias a su buen trabajo en cuanto al manejo del escenario y su estilo de casteo. Sus seguidores esperan transmisiones con nuevo contenido, mayor interacción y ven en estas un área de esparcimiento en la que se puede conversar acerca de un gusto en colectivo, esto no solo hace que se destaque entre sus seguidores sino que resalta en el campo de los casters donde la industria de los eSports también tiene su enfoque.

3) El espacio es un factor determinante en los eSports

Uno de los principales factores del crecimiento de la reproductividad de los eSports han sido los canales de transmisión y modalidades de juego que fueron analizados con diferentes metodologías en la investigación. En un primer momento, se pudo determinar que los entornos de juego son versátiles, lo que permite que el público no se limite sólo a disfrutar de las partidas, sino tener acceso a una experiencia de entretenimiento más amplia.

Lo anterior, no pretende afirmar que, en el ejercicio periodístico tradicional, el espacio no tome relevancia en las dinámicas deportivas. De hecho, es uno de los factores determinantes que condicionan la narración y la interacción con el público, pero maneja un formato único que se centra principalmente en cubrir la cancha y el desarrollo del partido que se hace dentro del tiempo de juego. Aunque la línea del periodismo digital y el tradicional (al menos en el fútbol) se ha difuminado con el tiempo, al ser transmitido en radio, televisión y portales web; la comunicación con los espectadores aún se limita a las entrevistas antes y después del encuentro, y en ciertas ocasiones la lectura de algunos comentarios que se presentan en las redes sociales.

“El proceso tecnológico está ahí también de frente y considero que hay una especie de proceso similar a lo que pasa con el fútbol, hay que entender que el fútbol va más allá de ser un deporte para hacer todo un show mediático y cuando hay un mundial de fútbol, cuando hay un evento de fútbol importante fíjense que tecnológicamente se avanza. (...) En el caso de los eSports, la relación va por el lado digital, en términos de los computadores que se requieren y los procesos de transmisión, más las plataformas de difusión.” Karam, (2023)

La ubicación de cada actor que participa directa o indirectamente en el partido, lo condiciona, en este caso: Los narradores se pueden ubicar en un punto estratégico del estadio en el que tengan una vista panorámica y los periodistas usualmente están en una cabina dentro o fuera del venue, cerca del terreno de juego para entrevistar a los jugadores o en las gradas y salidas para tener acceso al público. Este último, se ubica alrededor del terreno de juego para seguir el único actor foco de atención del encuentro, los jugadores.

La versatilidad es un aspecto directamente relacionado con el deporte que se esté cubriendo y su canal de difusión. Los videojuegos permiten que los encuentros deportivos presenten diferentes modalidades y existan diferentes arenas de juegos o actividades adicionales en la previa, entretiempo y análisis final del partido; esto determina de manera significativa la participación del público en los encuentros de una manera más directa e inmersiva, lo cual no es muy común en los deportes tradicionales. Un claro ejemplo de ello es la competición “Final Valorant Game Changers 2023”, realizada en el Movistar Arena en Bogotá, donde en los entretiempos se habilitaban arenas de diferentes videojuegos y actividades integrativas, lo que nutría la experiencia de competición. Las personas que se encontraban en el primer piso con boletería Platea tenían acceso a espacios para jugar Just Dance, Call of Duty, Gran Turismo y otros juegos más. Además, un minitorneo de Valorant

entre los asistentes, la presentación de un desfile de cosplay y representantes de FreeStyle a nivel mundial.

En la caracterización del espacio podemos notar aspectos importantes: La ubicación de los hostess, analistas y casters alrededor del Movistar Arena. En el caso de los hostess unos pueden estar entre la tarima de jugadores y otros entre el público, los casters principales están en una tarima a parte ubicada estratégicamente para tener un panorama de juego más completo y finalmente los analistas pueden estar en un entorno presencial o virtual haciendo un análisis especializado de las jugadas importantes de la partida (los casters pueden ser analistas).

Sin embargo, es importante resaltar que un factor determinante que alimenta esta relación entre el público y el medio o creador de contenido que transmite es la ventaja a nivel técnico y las posibilidades de la interfaz de Twitch, pionera en estas transmisiones. Se puede tener acceso a los Bits, una suscripción paga que te da la posibilidad de ver los contenidos sin interrupciones de publicidad, tener acceso a stickers personalizados, a comentar ilimitadamente (dependiendo el acceso de cada canal de Twitch), mandar un mensaje con lector automático que se escuchará en medio de la transmisión o puntos del canal que consiste en recolectar los minutos vistos de las transmisiones para acceder a beneficios. La aparición de plataformas digitales ha sido fundamental para reconocer los eSports como una disciplina deportiva, por lo que David Pulido (Thunder) explica que:

Twitch lo primero que hizo fue la primera jugada del ajedrez, inició, le dio la oportunidad a los esports y había muchos creadores de contenido fuera de lo clásico. (...) ya existía YouTube entonces la idea no era subir videos sino hacer contenido en vivo y en directo donde la gente pudiera disfrutar, donde la gente

podiera ver en vivo y en directo (...) Twitch se adelantó un poquito más a eso y dio la oportunidad de los videojuegos para tener eventos en vivo estando tú en tu casa sin tener que ir a los presenciales. (2023)

De esta manera, se analiza la interacción de los periodistas de eSports con el público a través de plataformas digitales como Twitch. Al ser transmitidas las partidas de videojuegos en vivo a través de portales streaming, se empiezan a expandir los límites del alcance periodístico. Se habla de un público virtual que puede espectral, compartir, comentar y reaccionar en tiempo real, lo que sin duda crea una mayor reproducibilidad de los contenidos.

“Como ha evolucionado tanto con los años, el campo se ha dispersado mucho porque el trabajo era ser narrador, pero también hay que ser influencer, hay que ser muy proactivo para llevar esos números como tu figura a los otros eventos que se vayan a hacerse en Twitch entonces no es que imposibilite, pero ha abierto muchos campos a que más personas que tengan más números, tengan más oportunidades para abrirse en ese campo” (Pulido, 2023).

En conclusión, Twitch fortalece la creación de comunidades digitales un concepto que describe un conjunto de personas que comparten elementos en común y desempeñan diferentes roles alrededor de un tema o personalidad que se da a conocer a través de plataformas streaming y redes sociales. (Quintero, 2019). Estas comunidades se fortalecen gracias a la labor de los casters, evolucionando en herramientas tecnológicas, habilidades comunicativas y empiezan a ser figuras públicas destacadas en los medios por elementos como su forma de narrar, su conocimiento en el ciberdeporte o su manera de interactuar

con el público que usualmente es a través de un lenguaje mucho más informal y directo que en los deportes tradicionales. Pero también, el periodismo evoluciona conforme al nivel de interacción que tienen con el contenido que se consume y el público. Las posibilidades técnicas que ofrecen las interfaces de la plataforma no sólo se vuelven un reto para el ejercicio del casteo, sino que también permite estar cada vez más interrelacionados con la disciplina deportiva acortando la distancia entre los tres actores principales: Los casters, los jugadores y los espectadores.

RECOMENDACIONES

Con el fin de ayudar a futuras investigaciones relacionadas al entendimiento de los eSports desde la comunicación, se recopilaron una serie de recomendaciones con base a los resultados que arrojó este trabajo y al proceso que se llevó a cabo para el mismo.

En primer lugar, debido a la novedad que sigue representando el campo de los ciberdeportes dentro de la academia, es importante resaltar la importancia de seguir investigando en torno a esta área. Gracias a la implicación tecnológica que requieren los eSports seguirán extendiéndose por medio del mundo digital y cobrará mayor relevancia debido a la audiencia que acogen sus cubrimientos.

Frente al proceso metodológico se recomienda alimentar el relato documental a través del material testimonial de personas involucradas en el medio. Para esta investigación fue fundamental entender el ecosistema del juego, lo cual no hubiese sido posible sin los puntos de vista que los casters y conocedores de los ciberdeportes, aportaron desde sus experiencias trabajando en el campo. Muchos aspectos de la comunicación digital alrededor de esta disciplina se pueden comprender mejor desde quienes se encargan de producirla y consolidar sus testimonios en trabajos académicos, permite forjar las bases para que futuras reflexiones referentes al tema se lleven a cabo.

Es pertinente remarcar la relevancia de seguir analizando el periodismo deportivo en los eSports por medio de herramientas como la etnografía, ya que pese a ser un método clásico de la investigación, su aplicación permitirá seguir comprendiendo los entornos que se están acentuando frente a la cultura digital. Los ciberdeportes siguen siendo un escenario novedoso y desconocido para muchos, por ende, trabajos de investigación que

brinden características alrededor del funcionamiento y el comportamiento dentro de estos contextos, contribuirán a que cada vez más personas estén familiarizadas con la aplicación de la comunicación en esta disciplina. Es así que con esta investigación se busca abrir paso a nuevas formas de pensar la comunicación desde el análisis académico, con el fin de proyectar los retos y devenires que la incorporación tecnológica a la vida cotidiana le depara a esta área estudio.

Para abordar de manera precisa el crecimiento de los eSports, concierne un análisis de su establecimiento como disciplinas deportivas, focalizado en Latinoamérica. Como es expuesto en esta investigación, las plataformas digitales han posibilitado que los ciberdeportes puedan tener reproductibilidad en cualquier parte del mundo en tiempo real, por lo que la popularidad y el libre acceso a estos contenidos permitieron que el fenómeno de los eSports se diera paso en la región y se empezaran a consolidar con mayor fuerza a través de los últimos años. Existen diferentes variables que juegan un papel importante a la hora de hablar de competencias profesionales, por lo que esta investigación puede ser un punto de partida para ahondar a mayor profundidad en cómo se consolidan los eventos deportivos en medio de los retos tecnológicos, económicos y logísticos que implica convocar a las audiencias latinoamericanas en competencias de nivel mundial. Esto podría ampliar el espectro de concepciones teóricas que analicen las oportunidades profesionales que tienen jugadores de América Latina para llegar a otras audiencias y aportar en el fortalecimiento de una cultura deportiva alrededor de los videojuegos.

Así mismo, esta investigación se concentró en indagar cuáles eran las similitudes y distinciones entre los deportes fútbol y Valorant. Dos modalidades de juego distintas pero que comparten importantes puntos de análisis en su narración y cubrimiento, lo que permite contemplar cómo las disciplinas deportivas tradicionales se han diversificado y se han complementado con las emergentes que exponen los ciberdeportes. De esta manera, esta

confrontación puede ser un punto clave a la hora de explorar la relación e influencia periodística que existe entre otras disciplinas deportivas tradicionales y los eSports. A partir de allí, se puede realizar una comparación que permita conocer de qué manera aspectos como el espacio, las plataformas digitales y la reproductividad de contenido se pueden determinar en la amplia gama de deportes y videojuegos que se juegan de manera profesional.

Por último, en el marco del establecimiento de los eSports como disciplina deportiva resulta de suma importancia hablar de las audiencias. A lo largo de esta investigación, se precisó que los tipos de público caracterizaban el ejercicio periodístico dentro de los eventos deportivos al ser acogidos de manera presencial y virtual. Se sugiere un estudio de audiencias como metodología investigativa, con el fin de determinar cuál es la percepción del público frente a este tipo de competencias y cómo ha sido la transversalización de un espacio netamente digital con uno presencial en diferentes eventos deportivos. Lo que permitiría tener un concepto más preciso de las funciones de los usuarios consumidores de eSports y cómo pueden llegar a involucrarse en el proceso de espectacularización del deporte y relacionarse con otros actores (casters, hostess o narradores).

BIBLIOGRAFÍA

- Antón, M. (2018). Los deportes electrónicos (esports). El espectáculo en las competiciones de videojuegos. <https://www.eumed.net/actas/18/turismo/7-los-eventos-de-deportes-electronicos.pdf>
- Ardèvol, E.; Bertrán, M.; Callén, M.; Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. <http://antalya.uab.es/athenea/num3/ardevol.pdf>
- Asociación Empresarial de los eSports, A. (2018). Guía de los e-Sports: Retos de negocio y claves jurídicas. Madrid, España. <https://asociacionempresarialesports.es/wp-content/uploads/guia-esports-aees-2018.pdf>
- Asociación Española de Videojuegos. (2018). Libro blanco del los eSports en España. http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2018/05/ES_libroblanco_online.pdf
- Aznar, E. O. (2019). El periodismo y los eSports. IUSPORT: EL OTRO LADO DEL DEPORTE. <https://iusport.com/art/84232/el-periodismo-y-los-esports>
- Barrios, A. (2016). Narrativa periodística en la convergencia de medios. Estudios sobre el mensaje periodístico, 22(1), 163–176. https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2016.v22.n1.52587
- Bernete, F. (2013). Análisis de contenido. <https://n9.cl/7e543>
- Borbor, U. (2022). Narrativa e-Sport ante los nuevos ecosistemas de interacción digital. Guayaquil. ULVR. Facultad de Ciencias Sociales y Derecho Carrera de Periodismo. 127 p. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5276/1/T-ULVR-4269.pdf>
- Brando, D. (2012). Proxémica y comunicación: el espacio dentro de una organización.
- Caro, J. M. (2021). Esports: un horizonte de beneficios de mercadeo para las marcas en Colombia. Universidad EAFIT. <https://repository.eafit.edu.co/items/b40d7933-95fd-49ae-91b7-a09b576c0d65>
- Castells, M. (2013). Comunicación y poder. Siglo XXI Editores México. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=rvKkDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT20&dq=castells+2009,+comunicacion+y+poder&ots=kyLKzLI_qi&sig=Pvvebs5BxsPg_R4M_ZcGYhZFicw
- Del DT, L. P. (2020). El crecimiento y evolución de los E-Sports. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=c-WKo_tEMFs
- De la Rosa, S. S. (2018). Los eSports en los medios digitales y su incorporación en los medios de comunicación tradicionales. Unizar.es. <https://zaguán.unizar.es/record/76409/files/TAZ-TFG-2018-4313.pdf>
- Deng, J., Cuadrado, F., Tyson, G., & Uhlig, S. (2015). Behind the game: Exploring the twitch streaming platform. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7382994/>
- De Periodismo, G., Caso De El Desmarque, E., español, E., & País, E. (2020 - 2021). El tratamiento informativo de los eSports en los medios de comunicación en España.

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126496/PER_RODASNOGUERA_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Deslauriers, J. (1996). Investigación cualitativa: Definición y ámbito.

<https://acortar.link/wNExFm>

Fieiras Ceide, C., Túniz López, M., & Maroto González, I. (2022). Un nuevo escenario cibercomunicativo: la cobertura de deportes electrónicos en las televisiones públicas de Europa. *Revista latina de comunicación social*, 80. <https://doi.org/10.4185/rlds-2022-1782>

Franco, D. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. <https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/36726/35562>

Folgueiras, B. (2016). La entrevista.

<https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

García, I. G. (2022). E-SPORTS: LA OPORTUNIDAD DEL NUEVO PERIODISMO Y EL ENTRETENIMIENTO. *Ufv.es*,

<http://ddfv.ufv.es/xmlui/bitstream/handle/10641/3052/03%20E-Sports%2C%20la%20oportunidad...%20Ignacio%20Gonz%C3%A1lez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Grimson, A. (2001). *Interculturalidad y Comunicación*. Grupo Editorial Norma.

Gutiérrez, C. & González, R. (2019). Entre tradiciones e hipermediaciones: una reflexión para la comunicación digital. *Dixit*, (30), 98–107. <https://doi.org/10.22235/d.v0i30.1793>

Hine, C. (2004). *Etnografía virtual. Nuevas tecnologías y sociedades*.

<https://seminariosocioantropologia.files.wordpress.com/2014/03/hine-christine-etnografia-virtual-uoc.pdf>

Jeremias, J. (2022). Historia de los eSports: Como surgieron los deportes electrónicos.

<https://colegialesnoticias.com.ar/barrio/historia-esports/#:~:text=Corr%C3%ADa%20el%20a%C3%B1o%201972%20cuando,eran%20populares%2C%20pero%20no%20demasiado.>

Río, A. (2018). La evolución de los Esports.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/78511/TFG%20CAV%20-%20Alba%20del%20R%3%ado%20Gonz%3%a1lez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Marín-Sanchiz, C.R., Valero-Pastor, J.M., & Rojas-Torrijos, J.L. (2022). Periodismo deportivo en plataformas crecientes: análisis de las retransmisiones futbolísticas en Twitch a través de LaLiga Casters. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 28 (2), 329-339. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.77426>

Martin, D. & Pedrero, L. (2021). Deporte y espectáculo en la narrativa de los 'e-sports': el caso de 'League of Legends'.

<https://indexcomunicacion.es/index.php/indexcomunicacion/article/view/809/1143>

Mapelli, G. (2004). Locuciones del lenguaje del fútbol.

https://cvc.cervantes.es/literatura/aispi/pdf/18/18_169.pdf

Medina, F. (1995). Los narradores deportivos y sus epopeyas cotidianas. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 1 (2), 69-106. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/316/31600205.pdf>

Montgomery, P. (1981). For fans of video games, fast fingers are big help. <https://www.nytimes.com/1981/10/11/nyregion/for-fans-of-video-games-fast-fingers-are-big-help.html>

Morales. (2003). Fundamentos de la Investigación Documental y la Monografía. <http://www.webdelprofesor.ula.ve/odontologia/oscarula/publicaciones/articulo18.pdf>

Obando, V. (1993). El diario de campo. *Revista trabajo social*. <https://www.binasss.sa.cr/revistas/ts/v18n391993/art1.pdf>

Olguín, N. M. (2020). Los Caster de eSports: El nuevo perfil profesional del relato deportivo. *Sociales y Virtuales*, 7(7). Recuperado de <http://socialesyvirtuales.web.unq.edu.ar/los-caster-de-esports>

Starcade. (2019). YouTube. <https://www.youtube.com/@starcadetv>

Palau, S. & Sánchez, G. (2019). Recursos digitales en la narrativa periodística de actualidad: usos y limitaciones del hipertexto, el multimedia y la interactividad. <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/38023>

Postigo, A. & Fernández, M. (2020). Factores que Influyen el Aprendizaje de Lengua Extranjera en los eSports. https://www.researchgate.net/profile/Manuel-Fernandez-Navas/publication/342551188_Factors_Influencing_Foreign_Language_Learning_in_eSports_A_Case_Study/links/5efe1ac7a6fdcc4ca4454d6b/Factors-Influencing-Foreign-Language-Learning-in-eSports-A-Case-Study.pdf

Pineda Guzmán, J. F. (2022). ¿Pueden los e-sports ser considerados un deporte en Colombia? Retos para su regulación y fomento. <https://repositorio.uniandes.edu.co/entities/publication/b981d626-4509-44b4-9155-9c984f0bc0c0>

Quintana Peña, A. (2006). Metodología de investigación científica cualitativa. <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2724/1/Metodolog%c3%ada%20de%20investigaci%c3%b3n%20cient%c3%adfica%20cualitativa.pdf>

Reglero, J. (2020). La historia de Nintendo desde sus orígenes hasta hoy. AREAJUGONES. <https://areajugones.sport.es/videojuegos/la-historia-de-nintendo-desde-sus-origenes-hasta-hoy/>

Restrepo, E. (2018). Etnografía: Alcances, técnicas y éticas. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. <https://www.aacademica.org/eduardo.restrepo/3.pdf>

Rodas, D. (2021). El tratamiento informativo de los eSports en los medios de comunicación en España. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126496/PER_RODASNOGUERA_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez, M. (2017). El tratamiento informativo de los eSports como especialización periodística deportiva en España. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/78409/Manuel_Rodriguez_TFG_eSports.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Roncero, M. (2019). Los deportes electrónicos (esports): el espectáculo de las competiciones de videojuegos. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/54986/1/T41009.pdf>

Sánchez-García, Pilar; Salaverría, Ramón (2019). "Multimedia news story telling: Semiotic-narratological foundations". El profesional de la información, v. 28, n. 3, e280303. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.03>

Sanahuja-Peris, G., Mut-Camacho, M., & Balado-Albiol, M. C. (2021). El afianzamiento de los e-sports en pandemia, una oportunidad para las marcas. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/194972>

Scolari, C. (2004). Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales. https://gedisaeditorial.files.wordpress.com/2021/01/hacer_clic_prensa_extracto.pdf

Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Editorial Gedisa. <https://www.felsemiotica.com/descargas/97686682-Scolari-Carlos-Hipermediaciones.pdf>

Suárez González, M. T., & García Franco, J. M. Cuarta parte: narrativas, discursos, representaciones. Capítulo 1: Narrativa y representaciones: el lugar de la comunicación. Apuntes para la discusión. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/27922>

StreamElements - Legendary Content Creation Tools and Services (2020). State of the Stream June/Q2 2020: Livestreaming is getting much larger and more global, non-gaming content is on the rise, and nature channels are a thing. <https://blog.streamelements.com/state-of-the-stream-june-q2-2020-livestreaming-is-getting-much-larger-and-more-global-8acfc3fadbb>

Tancara, C. (2013) La investigación documental. <http://www.scielo.org.bo/pdf/rts/n17/n17a08.pdf>

Twitch (2024). Cómo suscribirse. <https://help.twitch.tv/s/article/how-to-subscribe?language=es>

Uxio, P. (2008). VIDEOGAME CULTURE: Magnavox Odyssey, la primera consola de la historia. Wayback Machine. <https://web.archive.org/web/20090310113124/http://dswii.es/9618/videogame-culture-magnavox-odyssey-la-primera-consola-de-la-historia/>

Vargas, C. (2020). eSport como factor económico. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8020865>

Vita, R. (2018). Esta narración clasifica a los profesionales como "casters" con o sin conocimientos en comentarios deportivos. <https://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC125959.pdf>

ANEXOS

Anexos generales	(Ver anexos generales)
Entrevistas	(Ver anexo: Entrevistas)
Diarios de campo	(Ver anexo: Diarios de Campo)
Diarios de Campo – Fútbol	(Ver anexo: Diarios de Campo - Fútbol)
Diarios de Campo – Valorant	(Ver anexo: Diario de Campo Valorant)
Resumen Turnitin	(Ver anexo: Resumen Turnitin)