



**MEMORIA TRABAJO DE FIN DE GRADO**

**(2020/2021)**

**GRADO EN PERIODISMO**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**

**REPORTAJE:**

# **EL FUTURO ES DE LOS ESPORTS**

**Autor:** José María Lillo González

**Tutor:** Isaac López Redondo

## ÍNDICE

- 1. Resumen (Abstract).....	3
- 2. Introducción (Key Words) .....	4
- 3. Metodología .....	6
- 4. Marco teórico .....	8
- 5. Referencias bibliográficas .....	9
- 6. Anexos .....	11
○ <i>Anexo 1: Entrevista Manuel Martínez, ‘Thinkii’, jugador profesional del equipo español de KPI de Valorant.....</i>	12
○ <i>Anexo 2: Entrevista a José Luis Aranguren, ‘Koldamenta’, jugador y capitán del equipo europeo Acend de Valorant.....</i>	16
○ <i>Anexo 3: Entrevista a Diego Soro, CEO de Cream Real Betis.....</i>	17
○ <i>Anexo 4: Entrevista a Sergio Ferra, cáster de la LVP para Valorant y Fifa.....</i>	21
○ <i>Anexo 5: Entrevista a Hara Amorós. Fotógrafo profesional de la LVP, Gamergy y otros eventos musicales.....</i>	26
○ <i>Anexo 6: Entrevista a David Martínez Robles, redactor jefe de HobbyConsolas.....</i>	28
○ <i>Anexo 7: Entrevista a Juan García, redactor jefe de MGG España.....</i>	30
○ <i>Anexo 8: Entrevista a Álvaro Guiñón, redactor jefe de Movistar Esports.....</i>	33

## 1. Resumen:

La situación de los *eSports*, los llamados deportes electrónicos, ha cambiado progresivamente en los últimos años hasta el punto de ser hoy un trabajo remunerado y crear otros tantos distintos más allá del jugador profesional que pertenece a un club. Desde CEO's que crean equipos de la nada, pasando por *coaches* y fotógrafos hasta comentaristas profesionales de ligas dedicados a videojuegos que narran partidos en directo como si finales de torneos de fútbol de primer nivel se tratasen. Ha cambiado tanto el mundo, ya no de los *eSports*, sino de los videojuegos, que incluso ha añadido una rama más al árbol del periodismo: el periodista de *eSports*. Se han generado diversas profesiones más alrededor de este mundo y generando cada vez más ingresos a nivel nacional (y mundial). Y, a pesar de todo, se sigue viendo con recelo desde medios tradicionales y audiencias de mayor edad acudiendo a la premisa de "son cosas de niños".

## Abstract:

The situation of eSports, the so-called electronic sports, has progressively changed in recent years to the point of today being a paid job and creating many different ones beyond the professional player who belongs to a club. Since CEO's who create teams from scratch, from coaches and photographers to professional commentators from leagues dedicated to video games who narrate live matches as if they were the finals of top-level soccer tournaments. The world has changed so much, no longer of eSports, but of video games, that it has even added one more branch to the tree of journalism: the eSports journalist. Not content with it, various more professions have been generated around this world and generating more and more income at the national (and global) level. And, despite everything, it is still viewed with suspicion from traditional media and older audiences, going to the premise that "they are children's things."

## Palabras clave:

eSports, videojuegos, periodismo de esports, jugador profesional, caster, CEO, mental. Periodismo especializado, deportes electrónicos

## Key words:

eSports, videogames, esports journalism, professional gamer, caster, CEO, mental.

## 2. Introducción

La aparición de los videojuegos competitivos ha traído consigo la actitud de “subir y subir de nivel” hasta el punto de que una vez se reúnen una serie de jugadores de máximo nivel se forman equipos para competir entre ellos. Ejemplo de ello es Diego Soro, CEO del club Cream Real Betis, que aparece en este reportaje para hablar sobre esa misma parte del club de *eSports*. Esta aglomeración de jugadores y clubes trae de la mano la creación de un circuito competitivo alrededor de esos clubes y jugadores en los que competir. A medida que avanza y se profesionaliza ese circuito los clubes se ven necesitados de otros profesionales que hagan a sus jugadores subir ese nivel de los jugadores: fisioterapeutas, *coaches*, psicólogos... Esto genera que haya quien se encargue de formar ligas y otras competiciones más allá de los propios clubes que son comentadas o, como se dicen en la jerga de los deportes electrónicos, “casteadas”, por propios comentaristas como si estuviesen narrando la final de la UEFA Champions League, como se podrá ver más tarde con Sergio Ferra, caster de la Liga de Videojuegos Profesional de España.

A día de hoy los *eSports* son un sector en auge todavía, pero que cada vez se profesionalizan más y están llamados a desbancar como una nueva forma de entretenimiento a los deportes tradicionales. Los jugadores profesionales ya cuentan con un contrato laboral en el que tienen un salario, obligaciones con el club y siguen una serie de horas de entrenamiento similares a las de un jugador de fútbol profesional. En este reportaje se verá la parte profesional de Manuel Martínez, Thinkii, jugador de KPI para el juego de *Valorant*.

A día de hoy, los *eSports* generan unas audiencias que cada vez aumentan más a cada año que pasa. Según la consultora Newzoo, en 2019, en España hay 2,9 millones de personas que siguen los *eSports*. Situando a España en la duodécima posición de audiencia de *eSports* a nivel mundial, con una audiencia total de 198 millones de personas. Y cuenta, además, con la mayor audiencia femenina de toda Europa, 1 millón de espectadoras femeninas (el 36%). Rompiendo estigmas de que los deportes electrónicos eran solo de chicos.

Las ligas, los partidos, los fichajes y esta cantidad de audiencia han generado un público necesitado de información sobre estos deportes electrónicos. David Martínez, redactor jefe de HobbyConsolas; Juan García, redactor jefe de MGG España y Alvaro Guiñón, redactor jefe de Movistar Esports son los encargados de definir esta nueva rama del gigantesco árbol del periodismo: los *eSports*. Se va a diferenciar el periodismo de *eSports* del de videojuegos e incluirlo dentro del deportivo con alguna que otra diferencia. Como, por ejemplo, esa faceta aún mayor de espectáculo, que la prensa deportiva tradicional no tiene a la hora de saber el resultado o ver el partido en cuestión.

Finalmente, para ver que esto no es “una cosa de niños”. Newzoo cifra en la audiencia una clara mayoría adulta: el 55% de la audiencia de los deportes electrónicos tiene más de 25 años y con unos ingresos de la industria que aumentan progresivamente. Desde 2016 a 2019, los ingresos en los *eSports* aumenten en 140%. En 35 millones se cifran actualmente, según AEVI, los ingresos de los deportes electrónicos (Asociación Española de Videojuegos y *eSports*) en comparación a los 14,5 millones cifrados en 2016). Según Newzoo, los ingresos a nivel mundial en 2019 fueron 950 millones de euros con una

previsión de 1.100 millones de euros para 2020. España representa un 4% de los ingresos de *eSports* a nivel mundial.

Todo esto es una pequeña manera de demostrar la profesionalización de este sector. Quién sabe si dentro unos años estaremos eligiendo entre ver: un capítulo de una serie de Netflix, un partido de la NBA o una competición de algún videojuego competitivo.

### 3. Metodología

Este Trabajo de Fin de Grado es un trabajo de carácter creativo. Para ello se optó por la realización de un reportaje más parecido a una revista sobre *eSports*. Además, como ejemplo de maquetación y semejanza, se ha optado por una maqueta de El País Semanal titulada ‘Gladiadores de los Videojuegos’ fechado en el 14/02/2018.

#### 2.1. Objetivos:

- Definir la especialización periodística de esta rama informativa que se está creando poco a poco: el periodista de *eSports*.
- Plantear la cuestión. Competición de *eSports* vs ajedrez. ¿Por qué uno no es y otro sí un deporte, cuando las mecánicas son las mismas?
- Definir las distintas ocupaciones dentro del mundo de los esports:
  - Definir la figura del club de *eSports*, juegos en los que participa y diferentes ligas y torneos.
  - CEO del club.
  - Canal de retransmisión de la competición
  - Caster de *eSports*.
  - Periodista de *eSports*.
- Mostrar la progresión de ingresos nacionales que ha generado la industria de los *eSports* en España durante la última década y que cada vez va más en aumento.
- Mostrar que el mundo de los *eSports* tiene una verdadera profesionalización como para tomarlos en serio.

#### Modo de realización:

Para la elaboración de este reportaje se ha optado por la documentación y, principalmente, la entrevista como métodos para conseguir el contenido del documento.

Entrevistas utilizadas:

- *Manuel Martínez, Thinkii. Jugador profesional el equipo de KPI en Valorant. Exjugador de Counter Strike: Global Offensive.* Para hablar sobre la vida del jugador profesional, su transición a otros videojuegos y sus rutinas de entrenamiento. Fechada en el 17/04/2021. Entrevista al anexo 1.
- Se contactó por mensaje directo de Twitter respondiendo a cuatro preguntas con *José Luis Aranguren, Koldamenta, capitán para el equipo europeo de Acend de Valorant.* Fechada en el 09/04/2021. Entrevista al anexo 2.
- *Diego Soro, CEO de Cream Real Betis.* Para comentar la función de un club de eSports y de él dentro del propio club. Fechada en el 31/03/2021. Entrevista al anexo 3.

- *Sergio Ferrá. Caster de la LVP para Valorant y Fifa.* Se trata la figura del caster en los eSports, sus inspiraciones y cómo llegó ahí a la corta edad de 16 años hasta hoy con 20 años. Fechada en el 15/04/2021. Entrevista al anexo 4.
- *Hara Amorós. Fotógrafo profesional de la LVP, Gamergy y otros eventos musicales.* Su figura viene a ilustrar este reportaje con la mayoría de fotografías y contar como vive un evento a gran escala presencial desde dentro. Fechada en el 28/04/2021. Entrevista al anexo 5.
- *David Martínez Robles, redactor jefe de HobbyConsolas.* Su papel es elaborar una definición de periodismo de videojuegos para, posteriormente, diferenciarlo del periodismo de eSports. Fechada en el 06/04/2021. Entrevista al anexo 6.
- *Juan García, redactor jefe de MGG España.* Medio exclusivo de eSports. Para definir el periodismo de eSports. Fechada en el 08/04/2021. Entrevista al anexo 7.
- *Álvaro Guiñón, redactor jefe de Movistar Esports.* Con matices distintos y añadidos a la definición de Juan García, su finalidad de establecer la diferencia con el periodismo de videojuegos y el periodismo deportivo tradicional. Fechada en el 13/04/2021. Entrevista al anexo 8.

### **Dificultades en la elaboración del reportaje:**

Reportajes de este tipo siempre suelen tener dificultades a la hora de llevarlos a cabo porque se fundamentan principalmente en las entrevistas. Las cuáles puede ser de muchos tipos, más largas, más cortas, con información más sustanciosa, con menos... Y este reportaje no iba a ser distinto en este aspecto. La elaboración de este TFG ha tenido principalmente dos dificultades claras:

- La principal ha sido encontrar al jugador. Parece que hay una especie de “secreto de confesión” en el que los jugadores no pueden dar entrevistas o responden con exactamente la misma frase: “solo puedo responderte a 4-5 preguntas por aquí” (refiriéndose, por ejemplo, al mensaje directo de Twitter o al correo electrónico, que eran los medios habituales de contacto para acordar las entrevistas).

Hemos contactado con: PopiFresh, jugador de 19esports de *Valorant* (respondió con que no podía conceder entrevistas en ese momento); Xenon, jugador de Cream Real Betis de *Valorant* (respondió a 4-5 preguntas), Miniduke, jugador de Giants de *League of Legends* (sin respuesta); Elyoyas, jugador de Mad Lions de *League of Legends* (sin respuesta), Kiles, jugador de Acend de *Valorant* (respondió a 4-5 preguntas); Fitinho, jugador de Giants de *Valorant* (sin respuesta) y Koldamenta, capitán y jugador de Acend de *Valorant* (respondió a 4-5 preguntas).

Hasta dar con Thinkii por una recomendación de Sergio Ferrá durante su entrevista.

- La segunda fue encontrar una maqueta de reportaje que tratase sobre eSports. No había. Solo encontramos tras una semana de búsqueda en distintos medios la que se ha utilizado para maquetar este reportaje. Porque

no se han hecho apenas en los últimos años reportajes sobre *eSports* de más de una o dos páginas máximo.

Por lo tanto, estos dos inconvenientes convierten al reportaje que ocupa este Trabajo de Fin de Grado en un reportaje con una información exclusiva sobre los apartados tratados.

## 4. Marco teórico

El trabajo que ocupa este Trabajo de Fin de Grado se encuadra en el género periodístico del reportaje. Este género no llegaría a España hasta la década de los años 60 con la influencia ya tomada del periodismo norteamericano y se trataba de profundizar más allá de la mera información de una noticia. Sonia Parrat (Parrat; 2008) profundizaba a la hora de definir este género periodístico utilizando a otros autores como Vivaldi, en el que se apoyarán la mayoría para definir al género, o Carl N. Warren. Este último, por ejemplo, caracterizaba al género del reportaje por su estilo más literario y de un contenido más Humano.

Gonzalo Martín Vivaldi, en su obra *Géneros periodísticos* y de la que se apoyan multitud de teóricos sobre los géneros periodísticos, define al reportaje así:

“Relato periodístico esencialmente informativo, libre en cuanto a tema, objetivo en cuanto al modo y redactado perfectamente en estilo directo, en el que se da un hecho o suceso de interés actual o humano; o también: una narración informativa, de vuelo más o menos literario, concebida y realizada según la personalidad del escritor-periodista”. (Vivaldi; 1973).

José Luis Martínez Almendros, catedrático de Redacción Periodística por la Universidad Complutense y que es otro de los grandes teóricos españoles sobre los géneros periodísticos, en su obra *Curso general de redacción periodística*, otorga al mundo su definición de reportaje además de apoyarse en la definición de Vivaldi:

“Relato periodístico -descriptivo o narrativo- de una cierta extensión y estilo literario muy personal en el que se intenta explicar cómo han sucedido unos hechos actuales o recientes, aunque estos hechos no sean noticia en un sentido riguroso del concepto”. (Martínez Almendros; 1983).

Siguiendo los requisitos previos a la elaboración de un reportaje, como, por ejemplo, tener más de tres fuentes de información distintas; y las definiciones de estos autores y teóricos de los géneros periodísticos, podemos afirmar y definir este trabajo como un reportaje periodístico. Un reportaje donde el tema es de relevancia actual sobre un sector en auge como son los *eSports*, donde se centra en las informaciones que han ido apareciendo en las entrevistas y documentación, con un estilo narrativo objetivo más allá del ambiente meramente informativo que pueda ofrecer una simple noticia, evitar opiniones del periodista y con la rigurosidad de aportar datos y experiencias de los protagonistas entrevistados para relatar la situación en la que se encuentran ahora mismo los deportes electrónicos y hacia dónde se dirigen.

## 5. Referencias:

### Capítulos de libros:

- Martínez Almendros, J. L. (1983). Géneros periodísticos: el reportaje objetivo. *Curso general de redacción periodística*. (pp. 313-341) Barcelona: Editorial Mitre.
- Parrat, S. (2008). El reportaje y la entrevista. *Géneros periodísticos en prensa*. (pp. 117-131). Quito: Ediciones Ciespal.
- Martín Vivaldi, G. (1973). El reportaje. *Géneros periodísticos*. (pp. 64-123). Madrid: Paraninfo.

### Artículos web:

- Alonso. R. (2021/03/16). Sesiones de entrenamiento maratonianas, trabajo psicológico y Twitch: así es la vida de un profesional de eSports. ABC. Recuperado de: [https://www.abc.es/tecnologia/videojuegos/esports/abci-sesiones-entrenamiento-maratonianas-trabajo-psicologico-y-twitch-vida-profesional-esports-202103140048\\_noticia.html](https://www.abc.es/tecnologia/videojuegos/esports/abci-sesiones-entrenamiento-maratonianas-trabajo-psicologico-y-twitch-vida-profesional-esports-202103140048_noticia.html)
- Carretero. A. (2019/11/29). Soler (LVP): “El modelo actual de poner todo gratis y que otro monetice no es sostenible”. Palco 23. Recuperado de: <https://www.palco23.com/competiciones/soler-lvp-el-modelo-actual-de-poner-todo-gratis-y-que-otro-monetice-no-es-sostenible.html>
- Collera. V. (2018/02/14). Los galácticos de los videojuegos. El País Semanal. Recuperado de: [https://elpais.com/elpais/2018/02/06/eps/1517934606\\_590806.html](https://elpais.com/elpais/2018/02/06/eps/1517934606_590806.html)
- Pacheco. J. (2021//09/01). Los eSports, de su auge en 2020 a su ¿inevitable? camino hasta ser olímpicos. El Español. Recuperado de: [https://www.elespanol.com/deportes/otros-deportes/20210109/esports-auge-inevitable-camino-olimpicos/549945622\\_0.html](https://www.elespanol.com/deportes/otros-deportes/20210109/esports-auge-inevitable-camino-olimpicos/549945622_0.html)
- Pérez-Barco. M.J. (2021/02/08). Los eSports buscan el mando para pasar al siguiente nivel empresarial. ABC. Recuperado de: [https://www.abc.es/economia/abci-esports-buscan-mando-para-pasar-siguiente-nivel-empresarial-202102080119\\_noticia.html](https://www.abc.es/economia/abci-esports-buscan-mando-para-pasar-siguiente-nivel-empresarial-202102080119_noticia.html)
- Prensario Internacional. (2021/29/03). Jordi Soler de LVP: ‘Los eSports no sólo crecen en volumen, sino que se mantienen’. Recuperado de: <https://www.prensario.net/32911-Jordi-Soler-de-LVP-Los-eSports-no-solo-crecen-en-volumen-sino-que-se-mantienen.note.aspx>

- Sánchez. JM. (2020/06/05). Cómo los eSports llenan el vacío de las competiciones deportivas. ABC. Recuperado de:  
[https://www.abc.es/tecnologia/videojuegos/esports/abci-como-esports-llenan-vacio-competiciones-deportivas-202004170121\\_noticia.html](https://www.abc.es/tecnologia/videojuegos/esports/abci-como-esports-llenan-vacio-competiciones-deportivas-202004170121_noticia.html)

Informe anual de AEVI:

- AEVI. (2020). LOS ESPORTS EN ESPAÑA: SITUACIÓN ACTUAL Y POSICIÓN DE LA INDUSTRIA. Recuperado de:  
[http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2020/12/Informe\\_esports\\_ESP\\_20.pdf](http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2020/12/Informe_esports_ESP_20.pdf)

## 6. ANEXOS

### **Anexo 1: Entrevista Manuel Martínez, 'Thinkii', jugador profesional del equipo español de KPI de Valorant**

- ¿Cómo definirías los esports?

Es el sector que más va a crecer en los próximos años. Es un trabajo muy venerado por la gente que no está en el sector, pero que para los que estamos dentro es un trabajo que podemos llegar hasta repudiar. La noche y el día, depende quién te lo diga.

- ¿Has jugado alguna vez al ajedrez?

Nunca en plan serio. Si ahora echamos una partida tú y yo no se por dónde me vienen.

- En el año 2000 fue considerado deporte. Mecánica similar al ajedrez: piezas que se distribuyen por un mapa/tablero y que cada una hace una cosa. ¿Se llegarán a considerar a los también esports como deporte?

Yo quiero pensar que sí. Al menos los shooters tácticos como CSGO o Valorant tienen su variante táctica en las que, comparándolo con el ajedrez, tienen diferentes variantes en las que puede suceder cualquier cosa. Y, a parte, tienes que trabajarlo mucho mecánicamente. Puedes haber trabajado mucho la táctica, pero si no apuntas a la cabeza no sirve de nada. Tienes que tener lo que tiene un buen jugador de ajedrez, la táctica. Igual estoy diciendo una tontería porque no soy jugador de ajedrez. Pero tienes que tener una buena táctica como un ajedrecista, pero aparte haber trabajado las mecánicas.

- ¿Qué te llevó al CS?

Fue el CS, como pudo haber sido otro. Me lo enseñó un colega y me gustó y decidí echarle horas. Fue en el 1.6. Ha llovido ya mucho de eso.

- ¿Qué te ha llevado a cambiarte a Valorant desde el que se supone que es el segundo sport por excelencia?

A parte de las necesidades económicas. A mí ya me habían llegado rumores e información de gente que está metida en ligas, o digamos que tiene información privilegia, y me dijeron que no iba a haber liga de CSGO. Y para estar en un juego en el que no iba a haber escena competitiva a nivel nacional, que es lo que nutre a los clubes, no iba a ser como muy reconfortante. "Puedes competir a nivel europeo" -dice para sí mismo-, sí, pero las ligas a nacionales para mí siempre han tenido un cariño especial. No sé decirlo de otra manera. Las ligas nacionales siempre han sido un pilar fundamental en las competiciones y un pilar para descubrir nuevos talentos. Porque si no hay ligas nacionales los nuevos talentos no van a aparecer por ningún lado. Y fue un punto de inflexión que me dijeran que en Valorant seguramente sí que las iba a haber. Y LVP con Riot se llevan muy bien. Y si LVP se anima a dar el salto con Valorant significa que hay algo más detrás. ENTREVISTA DIEGO SOROS ENLAZAR CON LA NO RENTABILIDAD, POR EJEMPLO VALORANT 1 MES Y MEDIO SIN COMPETICIONES. Thinkii sobre esto: es que las

ligas nacionales dan mucha visibilidad y al final es lo que le sale rentable al club. Tú como club español el único objetivo que tienes es la rentabilidad. Y si no hay ligas ni competiciones es un mes y medio en el que vas a estar perdiendo dinero. Y va a llegar un momento en el que se van a cansar, nadie abre el negocio para perder dinero. Y de cara al club es un mes en el que se tira dinero de cara al club. Trato de ponerme en la situación de los clubes y, como ya pasó en CSGO, es normal que si no hay competiciones de manera regular, que es lo que provoca una liga, que haya competición regular, se planteen salir del juego.

- ¿Cómo de efímeros son los juegos competitivos de esports?

Es complejo. Depende de cómo sea el desarrollador. Por ejemplo, CS lleva desde 1999. El CS ahora es el CSGO, Valorant imagino que seguirá la línea del LOL y aguantará bastante tiempo.

- ¿Es importante saber trasladarte de un juego a otro en los esports? ¿Son los esports una especie de “adáptate o muere” para el jugador?

Depende el nivel al que juegues. Por ejemplo, los jugadores tier 1 de CS como S1mple (llamado por el circuito competitivo como el mejor jugador de CSGO del mundo) por ejemplo, no van a tener ningún problema. El problema de adáptate o muere lo van a tener los escalones inferiores. Yo por ejemplo lo he tenido. Si yo no me adaptaba a Valorant, sabiendo que a CSGO no iba a volver, mi carrera se acababa. En KPI entrenamos todos los días con gente con la que jugábamos en CS porque están intentando adaptarse también. Yo pienso que los más afectados por ese “adáptate o muere” son los de abajo. Los de arriba ni han notado que ha salido Valorant.

- Imagino que el adaptarse a juegos nuevos conlleva más horas aún, ¿cuál es tu rutina desde que te levantas hasta que te acuestas?

Pues mira. En el equipo intentamos primero ver todos los partidos que podemos. Por ejemplo, al venir de otro shooter táctico, las bases ya las tenemos. Sabemos cuándo podemos jugarlos, cuando el equipo necesita información y como cogerla... Lo que no tenemos es la capacidad de usar los personajes y para eso nos vemos los partidos. Para ver cómo juega la gente, cuáles son las zonas donde hay más acción, cómo ataca la gente, cómo defiende... Digamos que nos fijamos en el aspecto táctico.

Yo por la mañana me despierto, me voy al discord con los colegas, caliento un poco de puntería... Si hay algún partido me lo veo, especialmente, los coreanos, que son los que juegan por la mañana. Cuando no hay partidos pues me veo streamings antiguos de jugadores que me gustan a mí y que juegan en la misma posición que yo y busco lo que necesito. O me meto en partidas personalizadas a practicar lo que estoy buscando. Hasta las 14h, más o menos, y hacemos parón para comer.

En el equipo, a las 15h, tenemos todos los días una hora de teoría o hablamos de lo que haya que hablar. A las 16h tenemos el primer partido, nosotros los llamamos ‘prac’ (de practise). A las 4 tenemos el primer prac, a las 5 el segundo, a las 6 hacemos un descanso de 1h, que usamos para charlar, un poco tomar un café, tartar los fallos de los partidos

de las anteriores 2h... Y cuando vuelve la gente a las 7, hacemos otros dos partidos a las 7 y 8.

- Se trabaja mucho el mental. Entonces, contra los prejuicios que tiene la gente de “son tíos que les pagan por jugar a muñequitos”, te pregunto, ¿es duro ser jugador?

De hecho, hablas con un tío que en los equipos en los que ha estado no tiene mucha confianza. Los equipos en los que he tenido mucha confianza son Team Queso y un mix que tuve hace mucho tiempo. [mix es la unión de jugadores profesionales que no tienen equipo y se unen puntualmente para competir en algún torneo, darse visibilidad y ser fichados por algún otro club oficial]. A mi se nota cuando no estoy a gusto. Y esos equipos no me pasaba.

Yo he tenido ocasiones en los que pensaba de mis compañeros porque habían cometido un error grave que habíamos ensayado y ensayado y he tenido ocasiones de pensar “los cogía y los desguazaba”. Y esas cosas tóxicas pueden pasar factura en una partida hasta el nivel de perderla. Yo he tenido mental coach, he estado en psicólogos y, en mi caso, lo más clave para tener un buen mental en un partido es tener un buen ambiente en el equipo y con tus compañeros. En el caso del Team Queso: el coach era un encanto, todos nos llevábamos que flipas, todos teníamos muchas cosas en común... Yo me sentía en un ambiente muy cómodo y muy integrado. Y cuando ocurren cosas en los partidos, como es normal, controlar el no venirte abajo es mucho más fácil en un ambiente cómodo. Porque yo he estado en otros equipos que había como grupitos. No éramos 5, era como 3 + 2 por otro lado que luego jugaban juntos. En Team Queso éramos 5, que íbamos a una los 5. Y eso para el mental del jugador es muy importante.

- Imagino que los propios jugadores os consideráis deportistas.

Sí, yo te diría que sí. Hay gente que me pregunta “pero, ¿tú haces ejercicio?”. Ahora con la pandemia no, porque no me agrada la idea de ir al gimnasio con mascarilla. Pero antes de la pandemia yo me levantaba todos los días a las 9 y me iba al gimnasio y volvía y hacía mis cosas en el ordenador. Porque hacer ejercicio y tener el cuerpo sano te hace también tener la mente más descansada y liberada. E ir al gimnasio me ayudó mucho a tener un buen mental.

- ¿Cómo te ves en el futuro? ¿Te ves compitiendo mucho tiempo? Ya sea como jugador u otra cosa.

Realmente no lo sé. Pero el día que deje de ser jugador, lo que tengo muy claro, quiero entrar en algún club a trabajar como director deportivo. Digamos que ese es mi puesto soñado. Y soy consciente de que no es entrar y besar el santo. Probablemente haya que empezar desde más abajo, pero no me importa. Es algo que me hace mucha ilusión y creo que es algo que se me puede dar muy bien: tratar con jugadores, con el staff... Porque al haber tratado con tantos jugadores, jefes, staff y clubes tengo una retaila de contactos importantes. Y claro, después de todo eso sabes cómo tiene que estar un jugador para estar agusto, sabes tratar con otros clubes, con los staff...

- ¿Te ves fuera del mundo de los esports? ¿A dónde irías?

No tengo ni idea. Pero siempre he dicho que si en el sector de los esports no encajo o no se me quiere pues hay que buscarse la vida. ¿Tendré que ir a un supermercado? Pues tendré. ¿Tendré que ir a una fábrica? Pues tendré que ir a una fábrica. A mi no se me caen los anillos. ¿Tendré que volver a estudiar? Pues tendré que volver a estudiar. No hay ningún problema.

- Una vez leí un artículo de que un jugador a partir de los 30 los jugadores ya pierden digamos capacidades físicas para competir (vista, reflejos...). Digamos que la edad de jubilación está en los 30 para los esports.

Pues yo con 26 me acerco peligrosamente a la treintena. Y yo eso lo voy notando. Cuanto más mayor te haces digamos que más reacio eres a cambios. Entonces, si en un juego como el Valorant lo llevan a una línea como el LOL en la que van cambiando el meta continuamente yo creo que jugadores que sean un poco mayores van a ser más reacios a cambiar.

- ¿Cómo ves a los esports en el futuro?

Pues pienso sinceramente que acabará siendo más grande que el deporte tradicional. Siempre pongo el mismo ejemplo. Una persona en silla de ruedas no puede jugar al fútbol, pero a una persona en silla de ruedas no le influye en nada para poder jugar al CSGO, Valorant, LOL, Fifa... Una persona que juega al fútbol si cae una tormenta enorme o nieva demasiado no puede salir a entrenar, pero en cambio esos problemas no están en las competiciones y entrenamientos de los esports. En los esports no importa cómo seas, da igual, porque todos tienen exactamente las mismas oportunidades. Y eso a la larga va a influir mucho en el desarrollo de los deportes tradicionales. A parte de que las nuevas generaciones ya van perdiendo mucho interés en los deportes tradicionales de la misma manera en la que lo están perdiendo en la TV.

- ¿Te imaginas un partido de un sport en un canal de TV en prime time?

Uf... Sinceramente creo que no. Creo que la gente se va a mantener fiel a las plataformas digitales como Twitch, por ejemplo. Si retransmiten el partido tanto en Antena 3 por ejemplo y Twitch yo creo que la gente se va a mantener fiel a Twitch. Si eso ocurre y la gente lo ve en TV será porque no le queda otra opción y no se retransmite por Twitch. Las nuevas generaciones son muy reacias a la TV. Yo no veo la TV, solo cuando como con mi madre o ceno. De hecho, cuando estoy solo me pongo una serie o como aquí en el ordenador. Cuando estuve en el equipo de Gbots, estábamos en un gaming house en Barcelona y ocurrieron los atentados de las Ramblas y empezaron a sonarnos los móviles a todos. Como no poníamos la TV nos enteramos por los teléfonos estando en la misma ciudad del atentado.

## **Anexo 2: Entrevista a José Luis Aranguren, 'Koldamenta', jugador y capitán del equipo europeo Acend de Valorant**

- ¿Qué te llevo a querer dedicarte a esto?

Fue pura casualidad, me gustaba jugar y competir y las dos cosas juntas llevaron a competir profesionalmente.

- ¿Cómo es tu día a día desde que te levantas, hasta que te acuestas?

Levantarme, tomar café e ir a andar, ando todos los días en torno a 2 horas. Después prepararme la comida y al terminar de comer solemos tener el horario de entreno que dura unas 7 horas con 1 hora de descanso en medio. Después si aún tengo tiempo quedar con algún amigo, o irme a cenar ver alguna serie y dormir.

- ¿Cómo de importante crees que es el mental en un partido vayas perdiendo o ganando? Y más en tu posición, siendo IGL.

La mayoría de jugadores sabemos que el factor mental lo es casi todo en la mayoría de ocasiones cuando compites a alto nivel en esports. Saber mantener la compostura y no tirar la toalla es lo que a la larga te hace ser constante, si eres IGL es el doble de importante, por eso mantener una vida equilibrada (hacer deporte, tener buen sueño, etc.) es incluso más importante para el IGL.

- ¿Cómo te ves en el futuro de los esports?

Espero competir durante al menos 3-4 años, ese es mi objetivo, me encanta Valorant y quiero seguir dedicándome a este juego durante muchos años, así que si un día dejo de ser jugador me gustaría ser coach.

### **Anexo 3: Entrevista a Diego Soro, CEO de Cream Real Betis**

- Quién es Diego Soro y qué hace en el Cream Real Betis.

Yo soy un empresario desde hace muchos y hace 3 años, viendo el auge de los videojuegos y cómo la parte de ocio se creaba una industria alrededor de clubes y ligas de franquicia tipo NBA en EEUU, pues vi la oportunidad de montar un negocio y monté Cream Sports en su día. El año pasado nos unimos con el Real Betis para formar Cream Real Betis y yo soy el CEO. Que soy el que gestiona un poco la sociedad, el que tiene relación con los inversores y patrocinadores; el que gestiona digamos la parte del negocio y la empresa. Algo así como el presidente de un club tradicional.

- En qué momento se produce la fusión del club con el Real Betis.

Nosotros llevamos ya un par de años viendo la sinergia que hay entre los clubes de deporte tradicional y los deportes electrónicos. No es algo nuevo aquí. Aquí ya ha habido alguna iniciativa, en mi opinión, no llevada de la manera correcta, con el Valencia o Vasconia. A nivel internacional ya había habido muchos movimientos: los Miami Hits compraron Misfits Gaming, el Schalke04 tienen una franquicia muy importante de League of Legends. Hay muchos clubes importantes que han ido entrando en este sector y ya no clubes sino los propios jugadores como inversores o propietarios: Casemiro con XS Esports, Kun Agüero con Krü, Borja Iglesias y Courtois invirtieron en Dux Gaming el año pasado... Básicamente ha ocurrido un movimiento natural. Los clubes tradicionales saben que aquí hay un futuro en los deportes electrónicos porque saben que hay audiencia. Y donde hay audiencia hay negocio. Y la gente joven de hoy lo que ve son competiciones de videojuegos. Y cuando hay alguna competición en algún estadio y ves el estadio lleno de gente animando a su equipo te das cuenta que el futuro pasa por ahí. Y, al final que el Real Betis compite en fútbol sala, baloncesto, remo; pues por qué no un club de esports también. Si al final el día a día y el negocio es muy parecido: buscar marcas, pagar a jugadores profesionales y llevarlos correctamente. La gestión es muy parecida a la gestión de un club de deporte tradicional. ¿Qué podíamos aportar desde Cream Esports? Pues acceso a patrocinadores, una marca consolidada joven de difícil acceso fuera de los esports, una audiencia joven, gestión de los juegos donde competir y hay mercado que ellos no saben... Mil cosas que en el deporte tradicional no hay o hay difícil acceso. Sobre todo cosas que la audiencia del mañana comunica de otra manera. La gente no ve TV, ve Youtube, TikTok.. Al final hay que entender cómo piensa la gente. Nos aportan una infraestructura, experiencia en otras cosas.

- Sin ir más lejos, los dos finalistas de la Superliga sois fusiones con otros clubes deportivos y parece que invertir en esports es algo que cada vez es más atractivo por parte de estos clubes deportivos tradicionales. Entonces, crees que la fusión con clubes esports, o la compra mismamente de clubes de esports por parte de clubes tradicionales, es algo que aumentará en el futuro o que incluso pueda adueñarse de los equipos.

100%. Es más, yo creo que va a ocurrir. El Betis ha sido bastante pionero en eso, pero es algo que va a acabar ocurriendo. Veremos cuán ocurre y cómo ocurre. Aquí el tema es que los clubes de deportes electrónicos cada vez valen más y por lo tanto dar el paso cada vez cuesta más dinero. Barca o Madrid, por ejemplo, factura 800 millones al año la mayoría de clubes no facturan eso. Para que te hagas, la lista de Forbes de los clubes tier 1 mundiales como G2, Team Liquid, Fnatic... Ese tipo de clubes están valiendo ya entra 200 y 300 millones de euros. No hay tantos clubes en el mundo que puedan hacer ese tipo de inversiones. Y el paso de hacer un club desde 0 es un coste también. Nosotros llevamos 3 años invirtiendo mucho dinero y tienes que contratar jugadores, quedar bien en las competiciones, tener posicionamiento de mercado... Y eso vale dinero. Entonces tienes que pensar qué sale más rentable si montar uno de cero o asociarte a un club endémico e ir de la mano con él. Y, te diría, que esa es la cuestión que va a surgir en los próximos diez años.

- Llegaron a estar en 11 juegos en paralelo y eso generó problemas a la hora de comunicar a los aficionados la situación del club en cada juego. ¿Crees que es algo que hay que pulir? Porque parece que la comunicación es una limitación muy grande para el club a la hora de elegir cuáles son los juegos en los que competir.

Hay clubes que lo que han hecho ha sido separar redes sociales. Por ejemplo, el Betis tiene redes sociales donde comunica la parte de féminas, otro el baloncesto, etc. Una manera es hacer Split en las redes. Pero nosotros no somos lo suficientemente grande como para hacer ese Split, en mi opinión. Entonces lo que hemos preferido es centrar un poco el tiro, centrarte en menos juegos. Este año nos vamos a centrar en 6 juegos. Si te centras en un solo juego dependes de un único publisher (Riot Games, Valve...) y si un día por lo que sea se le va la olla y dice “pues este año no va a haber liga”, que no es lo normal, pero puede ocurrir. Aquí la interpretación es que cada juego tiene un dueño y unas reglas de juego, entonces tienes que seguir esas reglas. Para mí estar solo en un juego: o eres el mejor del mundo en ese juego y tienes una narrativa muy fuerte en ese juego o el riesgo como empresa es muy alto. Y si falla el juego fallas también. A nosotros si nos falla uno tenemos más. El año pasado por ejemplo teníamos una gran narrativa sobre Clash Royal porque éramos uno de los mejores en Clash Royal, pero SuperCell decidió crear una liga de una forma más individual que a nosotros como equipo no nos interesa, entonces decidimos abandonar el juego. Nosotros tenemos un coste de jugadores y ese coste hay que rentabilizarlo. Entonces si ese coste la liga per se no me deja rentabilizarlo, nosotros nos vamos. Y en nuestra narrativa de este año decidimos que iba a ser la Superliga de League of Legends, que es el juego más importante de España. La idea es que puedas pivotar a más a juegos y diversificar. Para mí es importante que la gente no se vuelva loca, que es lo que nos pasaba cuando estábamos en 11 juegos, que la gente nunca se acaba enterando de cómo estás en cada juego, que es lo que nos interesa a nosotros.

- ¿Qué juegos son los que tiene en la parrilla Cream Real Betis ahora mismo?

(LOL, Fifa, Free Fire, R6S, VAL). Te falta Wild Rift, que no está anunciado todavía. Para nosotros el mobile es importante. Todos los estudian anuncian que el mobile es la parte que más va a crecer y nosotros venimos de ser un club endémico del móvil y de ser un equipo importante de Clash Royal. Por eso Free Fire para nosotros es muy importante y nos da una gran narrativa en Latinoamérica. En España, con la decadencia de Clash Royal, nos hacía falta un juego que pudiese suplir eso y Wild Rift creemos que va a ser el MOBA Mobile de referencia y creemos que se pueden hacer ligas y cosas interesantes. Así que ese es el sexto juego en el que vamos a estar.

- ¿Fue una de esas soluciones la de añadir los creadores de contenido a la plantilla del club?

El objetivo de los creadores no es tanto comunicar donde jugamos nosotros que ser embajadores – altavoces de lo que hacemos. El creador de contenido no va a solucionar que el fan medio conozca la situación del club en algún juego. Porque el fan que es muy hardcore de algún juego conoce la situación del juego que le gusta. Pero el creador de contenido en el fan medio no va a solucionar eso. La solución es centrarnos en una narrativa alrededor de la Superliga de League of Legends, que es el juego más importante, y luego píldoras en los otros juegos. Y al final la gente de España te sigue por League of Legends.

- Cómo ha cambiado el club desde que nace en 2017, se fusiona con el Real Betis el año pasado y acaba subcampeón de liga en menos de un año más tarde y representación en 5 juegos.

En la final hubo como más de 50.000 espectadores en directo viendo el partido y espectadores únicos como unos 200.000 o algo así. Nos ha cambiado la situación, pero para bien diría yo. Yo creo que la alianza fue una alianza muy buena y que se va viendo con el tiempo. Al final creo que nosotros estamos proyectando la marca del Betis en un terreno donde mucha gente no ve mucho el fútbol. Creo que es una sinergia bastante buena entre ambas entidades y creo que hemos sabido llevar muy bien esa integración. En números es un proyecto a largo plazo, pero que se verá viendo la asociación con marcas mucho más interesantes.

- De cara al futuro, ¿con cuántos juegos se ve Cream Real Betis para hacer una comunicación eficiente de cara al espectador?

Más o menos donde estamos ahora. Al final creo que es muy importante diversificar y estar en varios juegos y varios Publisher por lo que te comentaba. Por ejemplo, Valorant y LOL son los dos de Riot Games. Entonces lo ideal es varios Publisher. Pero creo que 5-6 juegos es un número interesante y eficiente para que la gente te pueda seguir y te ubique más o menos por dónde estás.

- Juego de tier 5 con los juegos en los que compiten a nivel europeo.

Fifa: 3 estamos en la liga más importante de España, pero hemos tenido una actuación bastante discreta.

Free Fire: 2. Somos un equipo muy importante de Latinoamérica. Estamos en la Free Fire League, que es la liga más importante. Allí es el juego nº1, las métricas son impresionantes: en el playoff hubo hasta 1 millón de personas viendo los partidos. Como no nos hemos clasificado para los playoffs no te puedo decir un 1, pero sí que somos un referente en LATAM.

VAL: 3. No estamos a nivel de los tier 1 mundial. Estamos entre un 2-3. En España, quitando Heretics, somos el segundo o tercer equipo español que más está haciendo.

RB6: 3. No estamos en la Proleague ni en las competiciones más importantes, pero en España si te diría que somos top 3.

LOL 3: en España sí que estamos entre los top 5 pero estamos lejos de los tier 1 mundiales, pero porque ni siquiera podemos llegar porque las ligas importantes se han franquiciado.

## **Anexo 4: Entrevista a Sergio Ferra, caster de la LVP para *Valorant* y *Fifa***

- ¿Qué te motivó para querer dedicarte a caster?

Fue el típico día que estás en casa y no te apetece hacer nada: ni estar con amigos ni jugar a la play... Y vi un comentario por Twitter que decía “buscamos comentarista para una liga”, que por aquel entonces era una liga de exhibición amateur de de Call of Duty que, para que te hagas una idea, es como la segunda B de España. Y dije “mira, ya estoy aquí muerto del asco, vamos a darle un intento”. El partido fue un Emonkeyz Storm (el segundo equipo de Emonkeyz) vs Game Adicts y de repente veo que hay 150-200 personas viendo. Claro y yo para ser la primera vez que lo hacía estaba flipando. Y a la gente de allí les gusté y me dijeron que para ser la primera vez no lo había hecho mal. Y a partir de ahí pues seguí y seguí hasta el día de hoy. Por casualidad.

- Sergio, tú has estudiado periodismo y comunicación audiovisual, pero, ¿es necesario tener la carrera de per o cav para llegar a ser caster? Porque hay muchos compañeros tuyos de oficio que no la tienen... Sin ir más lejos, Ibai.

Bajo mi punto de vista creo que no hace falta porque a día de hoy creo que ya se ha demostrado que no hace falta. De hecho, voy a ser el primer narrador de esports en activo que tenga periodismo (porque el primero fue Ander). Entonces, no creo que sea completamente necesario, pero, bajo mi punto de vista y para lo que yo considero hacer una retransmisión con un puntito extra de profesionalidad, para mí sí es necesario tener la carrera de periodismo. Yo creo que lo que más puedo aportar a la LVP es el tono y el apartado periodístico que tengo. Entonces el aporte que te da la carrera no es necesario, pero si aporta y ayuda muchísimo.

También hay que tener en cuenta que los esports no son como los deportes tradicionales. En los deportes tradicionales se pide mucho la excelencia. La excelencia en el apartado de que tienes que ser muy metódico, muy correcto. Aquí por ejemplo puedes escuchar a Ulises o Ibai en su día decir “se ha hecho una triple me cago en Dios” y a mí al venir de esta rama del periodismo eso no me sale y tiendo a ser bastante más correcto y más metódico a la hora de narrar. Pero al final, los esports son un mix de retransmisión profesional y entretenimiento más que como una retransmisión profesional y metódica únicamente. Y por eso todavía no se pide a los narradores tener la carrera de periodismo.

- Y de comentar en esa liga amateur de CoD, ¿cómo llegas a comentarista de la LVP? ¿En qué momento dices puedo vivir de esto?

En diciembre de 2016 yo hice mis primeros partidos y enero de 2017 pues esa liga cerró ya. Y en marzo o abril de ese año me llaman como desde la segunda división de CoD. Y claro, yo acepté. Fue un upgrade en mi carrera. Y yo ahí tenía todavía 16 años. Y de repente me dicen estos de la liga: “oye, que te vamos a traer a Málaga a hacer las finales”. Y claro, yo cuando se lo dije a mis padres para ellos fue un cuadro. “tú 16 años, chavalín, vete a estudiar biología que tienes mañana examen”. Pero bueno al final los convencí y conseguí ir. Y, a los 4 meses de llevar narrando regularmente me llama la LVP.

Para pasar de comentar la liga a comentar la final del mundo de Cod Infinite Warfare que gana Optic Gaming y que es el único mundial que tienen. Pasé de segunda división a hacer eso en 4 meses. Esa fue la primera toma de contacto con la LVP. Luego me fui con ellos a hacer la Superliga de ese año de Cod, pero CoD se acabó en España por mil historias de que Activision ya no se apoya en España. Y ahí ya pues me quedé sin curro. Entonces pasó un tiempo y al año y medio me llaman porque quieren incorporarme al equipo de comentaristas para hacer CS. Antes ya me llamaron para esto pero en su momento lo rechacé porque no me motivaba en exceso y porque no tenía los conocimientos del juego para narrarlo y yo confiaba en que CoD volviese. Pero bueno, como al final no volvió, de algo hay que vivir. Entonces, en enero del año pasado entré como narrador y presentador del proyecto de CS y más tarde al proyecto de FIFA. Y ahora con el proyecto de Valorant pues estoy únicamente en los proyectos de comentar FIFA y Valorant.

- ¿Cómo es tu día a día antes de un casteo? ¿Cómo te preparas?

Prepararme un casteo yo creo que si le preguntas a cualquier narrador de fútbol profesional te va a contestar exactamente lo mismo. Lo primero de todo es que esto es como un examen, tú el día antes de un examen no te vas a aprender cosas super heavys que te van a ayudar a sacar un 10. Un 5 tal vez sí, un 10 no. Por lo tanto, lo que tienes que hacer es tener el conocimiento al día. Porque yo no puedo ponerme hoy una review del equipo de Fnatic que juega esta tarde y estar estas 3h que quedan antes del partido y analizar sus jugadas. Porque me acordaré de una o dos, pero se me olvidarán todas. Las claves son: día a día hacer un seguimiento incluso en tus días libres. Sí es cierto que esto es una putada, pero esto es lo que toca y es lo que tiene el periodismo: que siempre hay que estar atento a la última hora. Y bueno, la otra clave es apuntar cosas básicas para recordar momentos y tener una mini chuleta. Yo llevo mi libretita a todas las retransmisiones con los todos los nombres de jugadores y algunos nombres de pila si me gustan para enriquecer un poco más la retransmisión y para hacer coñas con los demás casters, los últimos resultados de los equipos que juega ese día en partidos y torneos, me pongo las estadísticas de los mapas de cada equipo, las estadísticas de algún jugador si son muy relevantes... Cosas del estilo: "Mixwell tiene un 37% de 'clutch rate' en el último mes", que eso es una barbaridad. En resumen, es una preparación día a día más a una preparación de datos específicos que apunto en la libreta para tener de guía y luego comentar en la retransmisión para hacerla más enriquecida.

- ¿Cómo se hace un casteo a día de hoy? ¿De dónde coges la señal en cuestión y realizáis el casteo?

La señal es lo que se llama una cleanfeed. Porque estos eventos no los producimos nosotros, cuando un evento lo producimos nosotros la señal la grabamos nosotros y nos pasan nuestra señal para comentarla. Cuando el evento lo produce otra gente nos pasan esta cleanfeed que te comentaba, en el caso de Valorant lo hace la productora europea (PREGUNTAR A SERGIO) CIX FOR YOU, que es una señal del juego y del sonido del juego sin comentaristas para que nosotros hagamos de comentaristas. Esto se hace a través de Twitch. Ellos crean un directo en oculto del partido con un link en oculto para que

solo puedan visualizar el partido las personas que tengan acceso a ese link. Y nosotros lo pinchamos como tal. Por eso sí es cierto que no tiene el 200% de la mejor calidad que podríamos dar, porque la señal no es nuestra.

- ¿Qué sentisteis el grupo de comentaristas cuando visteis que habíais roto un techo en visualizaciones y personas en directo con el G2 vs Heretics del otro día?

[VALORANT sigue haciendo historia en LVP. La retransmisión en Twitch del clasificatorio a Challengers consiguió más de 220.000 espectadores únicos, la cifra más alta de la historia del juego en nuestro país hasta la fecha. Además, durante el primer mapa entre Heretics y G2 se alcanzó un pico de 36.290 espectadores. Las más de seis horas de programa de LVP en Twitch alcanzaron una media de más de 16.500 espectadores de AMA (Average Minute Audience), una cifra que tampoco se había conseguido nunca en España hasta el momento en VALORANT.]

Por el grupo de whatsapp tenemos una porra para estos partidos sobre la gente que entrará a streaming. Y el que la acierta pues se le invita a un café, a cenar o algo así algún día. Pues todos lo celebramos con mucha alegría. Pero en mi opinión ese récord no sirve de nada. Me lo tomo en el sentido de: “¿sí? ¿hemos hecho 36.000? Fantástico, en el próximo G2-Heretics, no quiero 36.000. Quiero tener 45.000”. Pacheta, el entrenador del Huesca, al sacar al equipo del descenso, dijo una frase que era: “sí, los he sacado del descenso ¿y qué? Quedan todavía 9 partidos, hay que salir a ganar, ganar y ganar”. Pues yo igual. Estoy super agradecido con el récord y con el trato que se nos ha dado por redes, pero es un escalón más y hay que subir y subir. Mi estilo de vida en el curro es que la vida va por objetivos y una vez conseguido uno se pasa al siguiente.

- ¿En qué te inspiras? ¿Quiénes son tus referentes como comentaristas, como casters?

Casters de esports ninguno. Pero el proyecto de FIFA tengo la oportunidad de estar con 3 de los 4 mejores comentaristas profesionales de España que son Miguel Ángel Román (comentarista de la Liga Santander en Mediapro), José Sanchís (cometa partidos de Barca y Madrid) y Héctor Ruíz (comentarista de la Segunda División en Gol). El cuarto que me gusta mucho pero que no estoy con él es Carlos Martínez (se reparte partidos de Barca y Madrid con Sanchís), digamos que eso son mis 4 ídolos. Y tengo la suerte de poder trabajar con 3 de ellos y contarme cosas con ellos mientras nos tomamos un café y demás. Y si te tengo que decir a alguien de esports, sí que es cierto que cuando empecé yo trabajaba de imitar mucho a Axel, pero con mi estilo. Lo he conocido y es de mis mejores amigos en este mundo. Es el mejor caster de esports que habrá jamás. Mezcla lo que yo quiero hacer, el toque periodístico y de comentarista de fútbol. Tiene un toque especial y yo cuando entré con 16 lo idolatraba mucho. Ahora nos reímos mucho cuando le digo que le imitaba mucho al principio.

- Digamos que bebes mucho de comentaristas del periodismo deportivo, ¿no?

Sí, bueno, lo he dicho muchas veces en público. Mi aspiración a nivel profesional es terminar narrando fútbol. Por eso mis ídolos son comentaristas de fútbol y por eso intento mostrarme en las narraciones de una manera más profesional.

- ¿Cómo diferenciarías el comentarista de deportes tradicionales y el comentarista de esports?

La diferencia fundamental es que los esports además de tener el toque profesional que pueda tener un deporte tradicional tiene un componente de show/entretenimiento extra que no tiene el deporte tradicional. EL fútbol te hace ser más metódico y correcto y los comentaristas de esports son más espontáneos. El tono de la narración de los esports es muy alto y frenético mientras que el tono del fútbol, en la mayoría de las ocasiones, es más tranquilo. No es lo mismo 30 segundos de un partido que una ronda de un partido de esports. Creo que eso también es la esencia del entretenimiento/show de los esports la diferencia del frenetismo del casteo.

- Sergio, Ibai y Ander han comentado partidos de la Liga en el canal de Twitch de Ibai, ¿Qué te parece esto? Que en una plataforma relativamente nueva se den casteos de deporte tradicional por parte de casters que, al menos antes, eran de esports. Es decir, de cara al caster, ¿pueden ser los esports una puerta a comentar deportes tradicionales?

Genial. Me parece que es una buena herramienta para que el fútbol lo conozca más gente. El fútbol es el deporte más visto y más importante en España, y para mí lo será siempre. Y sí que es cierto que gente del público de Ibai o Ander no todo su público es fanático de fútbol. Entonces es una manera de introducir el fútbol en este tipo de público. Y esto por otra parte moderniza y potencia la marca de las ligas de fútbol españolas. Es una iniciativa maravillosa.

- ¿Cómo crees que será en un futuro la figura del caster?

Desde mi punto de vista la figura del comentarista de esports está demasiado valorada en el sentido de que mucha gente conoce más a los comentaristas por crear show en el casteo que a los jugadores que son la causa del show. Si te hablo de LOL a ti lo primero que se te viene a la cabeza es Ibai, no te viene a la cabeza un jugador jungla de S2V. Y cuando te hablo de fútbol se te viene a la cabeza Messi, Cristiano, Casillas... y el último que se te viene a la cabeza es el comentarista. Dentro de unos años la figura creo que estará aún más valorada, pero yo espero que se valore más al jugador. A mí cuando me halagan un casteo siempre digo lo mismo: te agradezco el comentario, pero aquí los que dan el espectáculo son los diez tíos que están en el servidor". Esto que estoy diciendo es pegarme un tiro en el pie pero, no digo que hagamos poco, sino que no se valora a los jugadores como deben. Ojalá estar un pelín un menos valorado, que se hable de nosotros, pero que también se hable de los jugadores.

- ¿Y de los esports, a nivel general?

Van a ser una puta locura, sin más. Si los eSports se mantienen así, profesionalizándose cada vez más, van a crecer exponencialmente hasta desbancar a nivel de audiencia a

deportes tradicionales. A nivel de audiencia nacional, el fútbol está el primero, pero en el segundo puesto no sabría si poner al baloncesto o a los esports, ¿eh?

## **Anexo 5: Entrevista a Hara Amorós. Fotógrafo profesional de la LVP, Gamergy y otros eventos musicales**

- ¿Qué te motivó y cómo llegas a ser fotógrafo de esports en la LVP o Gamergy?

Yo empecé muy joven por el mundo de la música. Mi padre es crítico musical entonces la música siempre ha sido muy importante para mí y yo empecé haciendo fotos en festivales a través de mi padre. El tema de videojuegos surgió un día de repente. Siempre me gustaron los videojuegos. Y un día, en la Final Cup 4, un chico que trabajaba en la LVP, Ricardo Herrero, que ahora trabaja para Riot Games. Era uno de los fundadores de la LVP. Él también iba a muchos festivales, a muchos conciertos, entonces los dos teníamos un nexo en común por la música. Él conocía mi trabajo en los festivales y algún día me pidió fotos para un blog que tenía él sobre música. Y, al organizar el evento de la Final Cup 4, me dijo que me daba un pase para entrar para verlo y, si quería, que hiciera fotos. Que tenía libre. Esto fue 2013. Entonces así fue un poco mi inicio en hacer eventos de videojuegos.

Entonces aproveché que me dejaron hacer fotos por mi cuenta, tenía unos amigos que tenían un blog y les propuse hacer un reportaje y que usaran mis fotos. Entonces yo ya me propuse tomármelo como si fuese a trabajar a un festival e intentar sacar fotos de calidad y sacar fotos todo el día. El reportaje acabó saliendo bastante chulo y la LVP cuando vio el reportaje pues me pidieron un par de fotos que su fotógrafo no había sacado. Ahí fue cuando me dijeron que para futuros eventos iban a contar conmigo. En la primera Gamergy en Madrid fue cuando fui como fotógrafo ya de la LVP y digamos que ese fue mi inicio serio como fotógrafo de eSports.

- ¿Qué es lo más importante a fotografiar en los esports? Es decir, vas a una competición y dices tú: de aquí no me puedo ir sin sacar esta foto.

Esto depende mucho del plan con el que vayas a trabajar. Porque, si vas por tu cuenta tienes vía libre para fotografías lo que quieras, y buscar sacar esa chispa de celebración de una jugada o una victoria del equipo que eso transmite mucho. Pero, si vas a trabajar para una organización estás más limitado a lo que te toque hacer. En el ejemplo de Gamergy, somos tres fotógrafos que cada uno tiene un escenario. Y estás limitado a que tienes que hacer unas fotos concretas que te pide el organizador. Como, por ejemplo, una foto del equipo mirando las pantallas, una foto individual de cada jugador... Cosas del estilo.

También dependes mucho de la competición y del juego. Juegos como CS:GO o Valorant tiene más 'momentos clutch' que League Of Legends y las reacciones de los jugadores no son tan explosivas. Entonces tienes que pensar qué magnitud tiene el evento, si va a ser en un pabellón o en un plató cerrado de televisión, como los de ahora de FIFA.

- ¿Has fotografiado deportes? Porque claro, entiendo que al estar en movimiento da lugar a que haya más posibilidad de foto que alguien sentado en una silla. ¿Cómo haces para intentar expresar la emoción del jugador en una foto?

Eso por ejemplo, a mí me ha tocado lidiar más con LOL y suele ser más difícil que haya momentos de euforia. Entonces lo que hago es fijarme mucho en como va la partida. O, si estoy cerca de los jugadores, escuchar los calls out (las comunicaciones) para saber qué van a hacer. Para adelantarme o intuir qué es lo que va a pasar y fotografiar la celebración de la jugada o algo así. También me fijo en los jugadores que mejor están jugando, porque es más probable que tengan un mejor momento fotografiable en una partida que uno que está jugando mal.

- Tú, que estás digamos a pie de campo, ¿qué sientes cuando ves a un estadio lleno de gente viendo a gente competir en videojuegos?

Me pasa igual que en un festival de música. Se te pone la piel de gallina. Porque en un festival la gente está cantando las canciones de música y en un evento la gente está coreando el nombre de algún jugador. Yo recuerdo la segunda Gamergy en la que de repente todo el mundo estaba cantando el nombre del jugador "Pepinero, Pepinero". Y cuando vives esos coros desde dentro es espectacular. Ahí dices: esto es muy grande. No sé cuánta gente podría haber, 2000 personas fácilmente y era imposible que cupiera más gente, estaba repleto. Se me pone a piel de gallina sólo de recordarlo.

- Imagino que tú habrás estado fotografiando en competiciones vacías y llenas, en pabellones más y menos excéntricos, pero habrás visto una evolución, ¿cómo crees que será esa evolución en un futuro? ¿Acabarás fotografiando estadios llenos de gente?

Ha habido una evolución por supuesto, pero es que yo desde que empecé lo llevo viendo bastante grande. En aquella primera Final Cup 4 con la que empecé en 2013 ya había unas 1000 personas y aquello me pareció muchísima gente. La cosa ha ido poco a poco, pero hubo un par de años, 2015 a 2017 o así, en los que esto creó de golpe exponencialmente. Con el All Star de League of Legends se llenó el Palau San Jordi de Barcelona, que son 15.000 personas. Se limitó el aforo a 12.000, pero aun así se llenó. Y a mí, que haya 12.000 viendo League of Legends jugarse en directo me pareció espectacular. Si comparamos las LAN Parties de hace 10-15 años en las que la gente iba a jugar hasta ahora que la gente va a ver competir a otros jugadores donde se sobrepasan las 10.000 personas es increíble. Con esto de la pandemia ha frenado que se normalice que se reúnan habitualmente 4000 o 5000 personas en eventos de videojuegos y ya mucho más en grandes competiciones como el All Stars de 2016 que te comentaba.

## **Anexo 6: Entrevista a *David Martínez Robles, redactor jefe de HobbyConsolas***

- Día a día de un redactor.

Hay distintos tipos de redactor. Hay un equipo de colaboradores que trabaja en noticias con los que nosotros estamos en contacto a través de una app de mensajería profesional. La cuestión es que estas personas deben localizar las noticias, publicarlas y después poner los correspondientes tweets para que aparezcan en Twitter. Las noticias se consiguen a través de una fuente primaria en una entrevista que nosotros hagamos, notas de prensa de la compañía o fuentes secundarias como otras noticias de otros medios u otras entrevistas ajenas. Además de estos colaboradores tenemos un equipo de redactores, en los cuales yo me encuentro porque me gusta seguir escribiendo, que lo que hacen es un contenido “más premium” como reportajes. Que van entre 2000 – 2500 palabras, una extensión notable para internet. En esto reportajes lo que hacemos es un poco de analítica. Nosotros mismos decidimos qué reportajes pueden tener sentido atendiendo a la actualidad o simplemente ese día nos hemos levantado con una idea que, propuesta en la redacción y aceptada, se saca para adelante. Pueden ser reportajes de retro, un juego actual, una polémica... A todo esto, hay que sumar los análisis que vienen dados por los lanzamientos del mes en los que las compañías se ponen en contacto con nosotros, nos mandan los códigos de los juegos y la persona que tiene que hacer el análisis pues dedica la mayor parte del tiempo a jugar el juego. Porque el periodista de videojuegos debe conocer lo que escribe y los juegos solo se conocen jugando y experimentando las sensaciones que te provoca mientras juegas.

o Ahora mismo mientras estoy hablando contigo tengo la consola en pausa y estaba jugando a una cosa...

o Siento pararte la partida.

o (Se ríe) No, no pasa nada, así me tomo un descanso.

Desde que trabajamos en casa corres el riesgo de pasar 10-15h al día tranquilamente sin enterarte. Te pones a jugar, se te pasa el tiempo y dices “bueno, ahora que me lo he pasado voy a escribir”, miras el reloj y son las 2 de la mañana. En tiempos de no pandemia pues habría que sumar cubrir eventos, entrevistas...

- Cómo comentabas antes, el periodismo de videojuegos ha cambiado mucho y yo diría que crece cada vez más, tanto que cuando aparecen las competiciones de esports, aparece también el periodismo de esports. Pero claro son dos cosas distintas, ¿definirías el periodismo de esports como una rama del periodismo de videojuegos o del periodismo deportivo? Porque, aunque las informaciones sean sobre videojuegos, yo cuando leo un resumen de algún partido parece que estoy leyendo una crónica del Marca.

El periodismo de esports está más cerca del periodismo deportivo. Nosotros en Hobbyconsolas tuvimos una sección de esports y nos dimos cuenta de que la gente que

consume esports se dedica a ver las retransmisiones y no tiene tanto interés en la crónica. En el periodismo de videojuegos importa el producto y el creador, en el periodismo de esports importa el jugador. Yo he ido al famoso torneo del millón de dólares de Call of Duty, a varios mundiales de Call of Duty... Y he hecho una cobertura deportiva de la información. Es un tipo de texto donde no me preocupo en decir si Call of Duty es divertido, cómo se juega, de dónde viene... No. Lo que interesa es saber una jugada buena que ha hecho un jugador, que le han pillado recargando y le han matado... Es periodismo deportivo.

Uno de los problemas que tienen los esports es su principal fuente de interés: el jugador. El jugador de esports tiene una fugacidad fulminante. Todos los años aparecen y desaparecen nuevos y viejos. Viejos que solo llevan un par de años a lo mejor, pero que en este ámbito ya son viejos.

- Hay un artículo de Reason Why en 2018 (medio especializado en comunicación, actualidad y marketing) que habla sobre el avance de los esports y del periodismo de esports y se titula así: "Los periodistas del mañana serán periodistas de esports". Y claro, a mí me llama la atención que, a día de hoy, al entrar en cualquier medio de videojuegos, los esports están relegados a un papel secundario dentro del medio de videojuegos. Entonces, ¿estás de acuerdo con este titular? ¿Crees que en un futuro los periodistas serán más periodistas de esports que de otra cosa?

No, en absoluto. Primero porque el consumidor de videojuegos es muchísimo mayor que el consumidor de esports. Hay mucha gente que está más interesada en conocer juegos que gente que se interesa en las competiciones de esports. Porque en los esports hay un muy problema muy importante de propiedad intelectual. La LVP retransmite partidos de unas competiciones de un juego cuyo dueño es alguien externo. Tú imagínate que Valve le dice a la LVP que cada vez que retransmita un partido de CSGO le tiene que dar cierta cantidad. La LVP, que no obtiene un gran retorno por las retransmisiones, tendría que abandonar CSGO. Entonces, los esports que de verdad tienen un gran futuro son los que pertenecen a las propias desarrolladoras.

- Si tuvieses que establecer diferencias entre periodismo de videojuegos y periodismo de esports, ¿cuáles serían?

Periodismo de videojuegos trata de ser informativo y lúdico, al igual que el de esports. Ambos comparten esas bases del periodismo. El periodismo de videojuegos tiene mayor permanencia en el tiempo y el tema principal es el análisis del juego. Incluso mucha gente vuelve después a releer ese análisis. Se hacen noticias sobre una industria que a día de hoy es la industria de entretenimiento que más dinero genera. El periodismo de esports trata el videojuego solo desde el aspecto competitivo. Entonces lo que le interesa son: los competidores, el próximo partido y el análisis del anterior partido. En realidad, es como hacer periodismo de cine, que es cultural, y el periodismo deportivo. En los esports muy pocas veces se habla del juego en sí. Del mismo modo que no se suele hablar del origen del fútbol en un medio deportivo.

## Anexo 7: Entrevista a Juan García, redactor jefe de MGG España

MGG es medio reciente, 2019. ¿Qué te llevó a ti y al equipo de Webedia a crear este medio mayoritariamente dedicado a los esports?

Sí, básicamente es complementar la información de otros medios de videojuegos que tiene la casa. Webedia, que viene de Webedia Francia, tiene por una parte 3D Juegos, que es un portal de videojuegos en general quizás para una audiencia un poco más mayor; por otra parte tiene Vida Extra, que es un poco más cualitativo en cuanto a que dan más opiniones personales; también está IGN, que es una mezcla de todo lo anterior. Pero claro, entre estos queda un hueco: los esports y la nueva generación de jugadores que no siempre diferencia de manera natural entre si esto es un sport o videojuego. Al fin y al cabo, hay muchos chavales que juegan todos los días a Fortnite, League of Legends, Valorant... y que ven estos esports como una parte del global de todo el mundo de los videojuegos y no tienen ese medio de referencia ese medio de referencia que pueda proporcionarles información de los medios que jugaban. Entonces nosotros queríamos cubrir ese mercado de gente que quiere que hablen de sus esports en profundidad. Y ese es el espíritu con el que nacemos.

Antes en Webedia tenían dos publicaciones distintas de esports: Trasgo, que es una de las publicaciones de esports más míticas de la historia de España y centrado en el contenido de esports; y Xataka esports, que además del contenido cubría la información yendo un poco más allá haciendo guías para jugadores y cosas de ese estilo. La idea era hacernos un nombre y crear un medio donde los esports sea una parte central para las nuevas generaciones y no algo de lo que se hable de vez en cuando.

- ¿Cómo definirías el periodismo de esports?

Es complicado. Al igual que el periodismo de videojuegos es tan vocacional, y de la que tanta gente quiere trabajar, que es muy difícil sacar la cabeza, diferenciarse y que alguien quiera pagar por ti. Y eso es un problema actualmente. Eso provoca que haya 100 millones de equipos, 100 millones de medios... La variedad es algo bueno porque significa que es un tema que funciona, pero, a la vez, implica que los recursos se dividen más y más.

- Qué formación debería tener un periodista de esports.

Tener el grado en periodismo es algo que siempre, nunca resta. Pero, siendo consciente del carácter aspiracional que tiene todo esto, la clave es tener un conocimiento muy alto en el sport que va a tratar. Si eres un experto en LOL, no puedes serlo en CSGO porque no se puede abarcar bien y de manera experta todo. Por ejemplo, Enrique Montero, el que fundó Trasgo en el año de Mari Castaña, era experto en CS. Los demás esports a él personalmente no le gustaban, pero tenía un equipo de expertos en otros juegos que le rodeaban. Entonces lo más básico es que tenga un conocimiento intensivo del sport que quiere tomar. Hace falta un estilo propio. Al final hay millones de personas haciendo lo mismo y al final si quieres destacar en algo tienes que encontrar tu sitio y escribir, escribir y escribir. Hacer periodismo no es requisito fundamental. Saber escribir bien sí.

Porque aprender a expresar ideas y conceptos que en tu cabeza están claros, pero hacer que queden claros para otras personas es mucho más complicado de lo que parece.

- ¿Cuál es el día a día de un redactor de esports?

Nosotros funcionamos un poco de una manera distinta al resto de medios. Trabajamos de una manera en la que tenemos un especialista por juego concreto. Por ejemplo, en plantilla ahora mismo somos 5 personas: Razablan en LOL, Bruno Ubiña, Valorant... Entonces lo que hacemos es: nos dividimos el trabajo, cubrimos la actualidad revisando nuestras fuentes en todas las redes sociales para poder ser los primeros en sacar la información, contactar con las desarrolladoras de juegos y competiciones, hacer entrevistas si hay para contenidos un poco más premium... Entonces el resumen es eso: revisar las informaciones para cubrir la actualidad y competiciones e intentar hacer contenidos un poco más premium. Muchas veces es estar mirando con un ojo en una pantalla un partido de LOL de G2, con otro ojo en otra pantalla leyendo un artículo de una actualización de LOL y con un tercer ojo en el frente inventado haciendo scroll en Twitter de las interacciones de la gente sobre algún jugador o influencer. Al final es como un malabarismo, pero un malabarismo divertido.

- Yo entiendo que cada juego es una simulación de un mundo completamente nueva, y mucho más en los esports donde hay mecánicas completamente distintas entre uno y otro, entonces, otra pregunta que va de la mano de la anterior es, para informar correctamente sobre el juego en cuestión, ¿el periodista tiene que ser jugador?

Debe ser, como mínimo, experto en ello. Hoy mismo (8/04) he visto un artículo de la web PS4, una web de videojuegos que está bastante chula, en el que hablan de una noticia que nosotros sacamos hace varios días, pero muy mal enfocada porque no tienen el mismo conocimiento que nosotros sobre el juego ni la competición. Como todo, para hablar de algo bien hay que saber. Si juegas y juegas bien, además, tienes una ventaja sobre el que solo lo ve.

- Hay un artículo de Reason Why en 2018 (medio especializado en comunicación, actualidad y marketing) que habla sobre el avance de los esports y del periodismo de esports y se titula así: "Los periodistas del mañana serán periodistas de esports". Y claro, a mí me llama la atención que, a día de hoy, al entrar en cualquier medio de videojuegos, los esports están relegados a un papel secundario dentro del medio de videojuegos. Entonces, ¿estás de acuerdo con este titular? ¿Crees que en un futuro los periodistas serán más periodistas de esports que de otra cosa?

Es complicado. Todavía queda mucho para eso. Solo hay que ver las cifras que se están cosechando. El evento más importante del año es Worlds, que no llegaron a 700.000 espectadores únicos en Twitch. Todavía es un camino en el queda mucho por recorrer, pero que se llegará más pronto que tarde.

- Entra mucha gente a informarse sobre esports. ¿Cómo son las analíticas de MGG? Contrastar con lo que decía David Martínez Robles de que la gente no se interesa demasiado por la información de esports y prefiere ver el streaming y ya.

Yo te diría que se equivoca. La gente lo que no quiere es que le narren el partido en la prensa. Lo que la gente quiere es enterarse algo que no vieron. Entonces, todos los contenidos que sacamos nosotros, que son distintos, son jugadas específicas, momentos concretos... Como un poco lo que hizo la sección esta de “El día después” de Movistar que se llamaba “Lo que el ojo no ve”. Esas cosas son las que quiere ver la gente, porque al final, ten en cuenta que todo el mundo se cree que es experto y cree que solo con ver el partido. Sin embargo, si tú vas un poquito vas un poquito más allá y les enseñas algo que no vieron en su partida entonces sí les interesa.

- Si tuvieses que establecer diferencias entre periodismo de videojuegos y periodismo de esports, ¿cuáles serían?

El periodismo de esports se parece mucho más al periodismo deportivo que al de videojuegos. El periodismo de videojuegos puede vivir con tranquilidad, no necesita estar pegado al día a día. Sin embargo, en el de esports pasa como el del deporte: esta semana juega G2 contra Heretics, y dentro de dos días esa información es vieja en el periodismo de esports. En cambio, en el periodismo de videojuegos sacas un análisis del juego X y dentro de un tiempo la gente lo va a seguir visitando. Entonces el ciclo de vida de la información de videojuegos es mucho mayor que en la de esports. Y, la especialización del periodista en esports, es mucho mayor en el periodismo de esports. Porque no tienes que saber solo del juego sino también de la competición, de los jugadores, etc. Y te lo digo yo que precisamente vengo del periodismo de videojuegos tradicional y ahora, desde el otro lado, veo que los esports son mucho más complicados.

## **Anexo 7: Transcripción entrevista a Álvaro Guiñón, redactor jefe de Movistar Esports**

- ¿Cómo llegas aquí? Roberto Hernández me dijo que estabas con ellos en una sección de esports en AS.

Sí, a finales de 2016, AS crea su sección de esports y yo entro con ellos en febrero de 2017. Estuvo un año y llegó a un acuerdo con Movistar Esports para ser su vertical de esports. Entonces se cierra la sección de AS y me incorporo un par de meses más tarde a Movistar.

- Oye eso fue antes del cese de Movistar Esports en TV, ¿qué fue de eso? ¿Por qué cerró y se pasó solamente al formato web?

Es el mismo proyecto. Pero web y TV estaban separados. Al final desde Telefónica entiendo que vio más interesante quedarse solo con la web y cerró el canal del TV porque imagino que el mercado no estaba preparado para el nicho de los esports. Y se decide concentrar esfuerzos en el ámbito digital.

- Imagino que Movistar le da mucha perspectiva de futuro en el periodismo de esports cuando aun cerrando la emisión en TV se pasó a la web, ¿no? Bueno, Movistar Riders es del verano de 2017 también.

Sí, bueno, al final pasa como en todos los mercados. Aquí hay un nicho de mercado entre los 18 y 34 años al que no se llega a través de otras vías que no sean los esports. Y básicamente por esta razón es por la que otros equipos apuestan por los esports. Y, por esto, a las marcas les conviene un buen posicionamiento en este nicho para cuando se pueda monetizar bien. Quizás ahora mismo solo las telecos [para compañías de telecomunicaciones] lo pueden monetizar bien de alguna forma. Porque estas compañías son líderes en las casas, les interesa que ese nicho de mercado tenga buena opinión porque normalmente los hijos son los que conocen las mejores compañías de internet. Y una manera de acercarse a esas edades es a través de los esports. Por eso todas las telecos tienen algo en los esports.

- ¿No se plantea la posibilidad de volver a TV? Porque claro, quizás la decisión de llevar los esports hace 3 años a TV fue temprana pero hoy cuajaría mejor con la cantidad de juegos y competiciones que hay.

- Contraste con lo que decía David Martínez Robles de que la gente no se interesa demasiado por la info de esports y prefiere ver el streaming y ya. ¿Entra mucha gente a informarse sobre esports? ¿Cómo son las analíticas de Movistar esports?

Es un poco verdad. Sí que hay gente interesada en los esports. Pero, si te fijas, en la mayoría de los medios hay dos campos especialmente diferenciados: videojuegos y entretenimiento digital. Que esto último quizá es lo que hemos hecho nosotros, Dexerto, Espormaníacos... Que es cubrir información relacionada con todo el tema de influencers, el mundo gamings... Pero no son esports como tal. Porque hablar solo exclusivamente de esports no da tráfico suficiente. En España el único esports que

funciona de verdad es LOL, FIFA y Valorant acaba de aparecer y está cogiendo mucha fuerza. Lo demás no funciona en España. De hecho, el mejor ejemplo es CS. En España no funciona, todos los clubes que tienen equipo de counter es porque tienen un equipo nacional. Y a nivel internacional es el segundo sport por excelencia por detrás del LOL.

Los 3 periodistas concordaron en que el periodismo de esports es un formato para recalcar algo puntual de un partido, por ejemplo.

La gente joven está más habituada al formato audiovisual. Y cada vez más. La gente mira Instagram y TikTok que funcionan a base de videos. Y Twitter cada vez más. No es como un partido de fútbol que dura 90 min y que a veces incluso no pasa nada. Y la prensa escrita no puede ver vídeos y la gente ya está acostumbrada a ese formato. Los videojuegos son formatos endogámicos audiovisuales, entonces en los esports una imagen vale más que mil palabras.

La gente está tan acostumbrada al formato audiovisual que, si no ha visto alguna final, la ve resubida y evita cualquier contacto para evitar spoilers. Que es algo que es impensable en la prensa escrita o prensa deportiva tradicional el no querer saber el resultado. En el deporte tradicional se da por supuesto que no hay spoilers. En los esports la gente quiere disfrutar del espectáculo de ver el partido. Son mentalidades muy distintas. En los esports no interesa leer algo que ellos mismo pueden ver.

- ¿Cómo definirías el periodismo de esports?

Yo creo que la peculiaridad del periodismo de esports es que tienes que contar lo que no se ve. Es decir, contar las curiosidades que la gente no puede ver a simple vista pero que es puede parecer interesante. No creo que el periodismo de esports se base solo en la competición, la competición es la punta del iceberg. El periodismo de esports trata todo lo que le interesa al público de los esports.

- ¿Cuál es el día a día de un redactor de esports?

Lo normal es: tú te levantas, te preparas los temas que crees interesantes para tratar, los comienzas a trabajar y así. Si sale algo urgente le das prioridad y ya.