



**Facultad de Comunicación
Grado en Periodismo**

**Trabajo Fin de Grado
Curso académico 2022/2023**

**La historia del periodismo de videojuegos en España:
pasado, presente y futuro**

**Realizado por Javier Gómez Romero
Tutorizado por Eduardo Bericat Alastuey**

Índice

1. **Resumen. Página 3.**
2. **Introducción. Página 3.**
3. **Justificación del tema escogido Página 5.**
4. **Objetivos. Página 6.**
5. **Metodología. Página 7.**
6. **Qué es un videojuego: precursores y orígenes. Página 7.**
7. **Nacimiento de la prensa del videojuego, cubrir una nueva industria. Página 9.**
 - 7.1. **La Primera revista dedicada a los videojuegos. Página 10.**
8. **La prensa de videojuegos en España, sentando las bases. Página 11.**
 - 8.1. **Microhobby. Página 12.**
 - 8.2. **Micromanía. Página 13.**
9. **Hobby Consolas, el referente en la prensa escrita. Página 14.**
 - 9.1 **Playmania, la hermana centrada en Playstation. Página 18.**
 - 9.2 **El crecimiento de Hobby Consolas. Página 19.**
10. **La llegada de Internet y Meristation. Página 20.**
 - 10.1. **Vandal. Página 22.**
 - 10.2. **3DJuegos. Página 23.**
 - 10.3. **Hobby News, la web de Hobby Consolas. Página 24.**
11. **GTM y Manual, los referentes actuales y el fututo. Página 25.**
12. **Conclusiones. Página 28.**
13. **Bibliografía. Página 30.**

1. Resumen

El periodismo de videojuegos es una rama especializada del periodismo que se centra en cubrir este citado producto cultural que no ha hecho más que crecer durante los últimos años. El periodismo de videojuegos nace de la necesidad de cubrir un nuevo sector, analizarlo e ir informando sobre sus novedades. Hoy día, este periodismo abarca diferentes formas de medios, incluyendo revistas especializadas, páginas web, blogs, podcasts o programas de televisión dedicados a los videojuegos y, al igual que cualquier otro tipo de periodismo, es necesaria una ética y transparencia fundamentales. Los periodistas deben mantener altos estándares de integridad profesional, evitando conflictos de intereses y revelando cualquier relación o influencia que pueda afectar su imparcialidad. Para comprender la escala y la importancia que tienen los videojuegos, el producto cultural más rentable de la historia es Grand Theft Auto V, lanzado en 2013 y que sigue manteniendo este récord. Es por eso que estudiaremos y analizaremos los comienzos de este periodismo en España y su evolución a lo largo de los años, pasando por el presente y finalizando con una reflexión de cómo será su futuro.

2. Introducción

La industria del videojuego es un sector en constante crecimiento y evolución que abarca la creación, desarrollo, publicación y distribución de videojuegos. Es un mercado global que genera miles de millones de dólares en ingresos cada año y ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años.

Hay diversos actores en la industria del videojuego, incluyendo desarrolladores de juegos, editores, distribuidores, fabricantes de hardware y plataformas de juego, así como jugadores, comunidades de jugadores y periodistas que cubren esta gran industria. Los desarrolladores de juegos son los responsables de crear los juegos, desde el diseño conceptual y la programación hasta los gráficos y el sonido. Los editores son las empresas que financian, publican y promocionan

los juegos, y a menudo trabajan en estrecha colaboración con los desarrolladores para llevar los juegos al mercado.

La industria del videojuego abarca una amplia gama de géneros y plataformas, desde juegos para consolas como PlayStation y Xbox, hasta juegos para PC, dispositivos móviles y realidad virtual. Los juegos pueden ser desarrollados por grandes empresas de videojuegos con equipos de desarrollo internos, o por estudios independientes más pequeños, los conocidos como juegos *indie*.

El modelo de negocio de la industria del videojuego ha evolucionado a lo largo de los años. Además de la venta tradicional de juegos en formato físico, se ha vuelto cada vez más común la distribución digital a través de plataformas en línea como Steam, PlayStation Network, Xbox Live y la App Store de Apple. También ha surgido el modelo de juegos como servicio, donde los jugadores pueden acceder a juegos de forma gratuita o a bajo costo, pero luego tienen la opción de realizar compras adicionales dentro del juego para desbloquear contenido adicional o características.

La industria del videojuego también se ha expandido más allá de los propios juegos, dando lugar a la creación de competiciones de deportes electrónicos (eSports), donde los jugadores profesionales compiten en torneos y eventos transmitidos en vivo. Los eSports se han vuelto extremadamente populares y atraen a grandes audiencias en todo el mundo, con premios en efectivo significativos y contratos de patrocinio con empresas.

En resumen, la industria del videojuego es un sector dinámico y en crecimiento que combina creatividad, tecnología y entretenimiento. Con el avance de la tecnología y la creciente demanda de juegos, se espera que la industria continúe evolucionando y expandiéndose en los próximos años.

El periodismo de videojuegos es el que se encarga de cubrir e informar sobre todas las novedades y cambios que se producen en esta industria. Al igual que la industria, el periodismo de videojuegos se ha ido adaptando a los vertiginosos cambios que esta ha sufrido, pasando de ser un hobby de nicho en sus comienzos

a un sector que actualmente mueve a masas y millones de euros. Unos de los cambios que más afectado a este periodismo es el de la llegada de internet, que supuso una tremenda crisis para el papel y en la que se indagará más adelante.

3. Justificación del tema

Desde que tengo uso de razón, siempre me he sentido atraído por el mundo de los videojuegos. La chispa la prendió una Nintendo 64 que conservo a día de hoy y un pequeño juego que marcaría un antes y un después en el sector, Super Mario 64. Años más tarde, descubrí gracias a Hobby Consolas, revista que más adelante trataremos, que existía un periodismo que cubría los videojuegos. Mi primera impresión, con apenas diez años recién cumplidos, fue pensar “¡Se puede trabajar hablando sobre videojuegos!”. Aunque es difícil (como cualquier rama del periodismo a día de hoy) es algo posible, y eso fue lo que me incitó a elegir esa carrera.

Es por eso que desde que comencé la carrera tenía claro que mi TFG (Trabajo de Fin de Grado) tenía que estar relacionado de alguna forma con el periodismo de videojuegos, ese trabajo que David Martínez define en De MicroHobby a Youtube: La prensa de videojuegos en España, como “el peor mejor trabajo del mundo”.

El tema que más me atraía, y que he escogido, es hacer un repaso a la historia del periodismo de videojuegos en España, desde sus humildes comienzos, su presente, y su, en algunos aspectos, incierto futuro. La prensa de videojuegos en España ha sido muy extensa, comenzando su historia en los años 80. Publicaciones como Micro Hobby, Micromania, Hobby Consolas marcaron a toda una generación de lectores que se interesaron por este medio que no ha parado de evolucionar. Aunque, a día de hoy, muchas de las revistas que marcaron época han desaparecido de los quioscos, hay algunas que se han atrevido con nuevos formatos y modelos de negocios para mantener vivo el papel.

4. Objetivos

Objetivo general

Repasar la historia del periodismo de videojuegos en España, tanto en papel como en internet, y hacer un análisis del futuro.

Objetivos específicos

- Inicio del periodismo de videojuegos en España y las influencias extranjeras.
- Repasar las principales publicaciones en papel hasta la actualidad
- Analizar la llegada de internet al periodismo de videojuegos y cómo afecta al papel.
- Repasar las principales webs de videojuegos de la actualidad.
- La crisis del papel y dominio de internet sobre este. Cómo a pesar del declive del papel, algunas publicaciones apuestan por él.
- Futuro del periodismo de videojuegos.

5. Metodología

Antes de empezar con la redacción de este trabajo, mi primer paso fue buscar si existían publicaciones al respecto y empaparme de toda la información que iba encontrado. Una de las herramientas más útiles ha sido *De Microhobby a Youtube: La prensa de videojuegos en España*, de Dani Martínez, periodista del medio que ha trabajado más de 20 años en Hobby Consolas.

El libro hace un repaso del sector hasta su publicación en 2016, por lo que no se incluyen nuevos medios que están funcionando actualmente. De igual forma, me sumergí en la lectura de artículos periodísticos y científicos, páginas web relacionadas con el tema e incluso tesis doctorales que trataban temas similares, como la del profesor Isaac López Redondo, titulada *El tratamiento del videojuego: de la prensa generalista a las revistas especializadas*.

Destacar el uso de Google Académico, que facilitó mis búsquedas en internet y me permitió acceder a información especializada de manera más sencilla. También fue de gran ayuda la serie de YouTube *La historia jamás contada de Hobby Consolas*, que relata muchos detalles y curiosidades de la publicación.

Una vez había recopilado toda la información necesaria, me enfiqué en la escritura del trabajo y plasmar todo lo recolectado. Una vez que tenía todo el texto escrito, el siguiente paso fue darle forma y ordenar toda la información de forma cronológica. El último paso fue la escritura de las conclusiones.

6. ¿Qué es un videojuego? Precursores y orígenes

Existen muchas definiciones de lo que es un videojuego, pero creo que la más acertada y correcta es la que propone el profesor británico James Newman, que dice que un videojuego es “cualquier tipo de software de entretenimiento, ya sea textual o gráfico, que utilice cualquier plataforma electrónica, tanto ordenadores

personales como consolas, y que permita participar a uno o varios jugadores en un entorno físico o en red”.

Los precursores de los videojuegos no son tan antiguos como la gente piensa, ya que estos lo podemos encontrar en los juegos de salón, actividades como los bolos, el tenis de mesa o el billar, y en los juegos electro-mecánicos como el pinball o los juegos de disparos en las ferias.

Fue a finales de los años cincuenta cuando se vio el que fue (aunque hay cierto debate al respecto) el primer antecedente directo de los videojuegos, *Tennis for two* (1958). Era un juego de tenis con unos gráficos muy básicos y sencillos. Para calcular la trayectoria que debía seguir la pelota en el juego, Willy Higinbotham, su inventor, aprovechó su puesto en el laboratorio en el que trabajaba para acceder a un programa militar secreto diseñado para calcular la trayectoria de misiles, lo que le permitió simular la trayectoria de la pelota en su juego.

Sin embargo, Willy nunca patentó el curioso título, dado que consideraba que el interés que tenía era muy limitado, para él, el único propósito de *Tennis for Two* era despertar curiosidad y entretener a los investigadores que visitaban el laboratorio.

Durante la década de los años sesenta, existieron más manifestaciones precursoras de los videojuegos, como el título del por aquel entonces estudiante del Instituto de Tecnología de Massachussets Steve Russel, *Spacewar* (1962). Consistía en una batalla espacial entre dos naves (controladas por dos jugadores) que se lanzaban torpedos. El juego causó sensación entre las universidades estadounidenses y la gran mayoría de acabaron con el título instalado en sus ordenadores, pero de nuevo, *Spacewar* fue algo que no salió del ámbito investigacional, a pesar de que se intentó comercializar, pero sin éxito.

En 1972 se fundó Atari, que desarrollaría el que se considera como el primer videojuego moderno de la historia, *Pong*, que vio la luz el mismo año de fundación de la empresa. *Pong* no puede ser más simple, el juego consiste en dos barras que se sitúan en los dos extremos de la pantalla y que, controladas

por dos jugadores, deben intentar colar por detrás de estas una pelota. Aunque más tarde se pudo jugar en consola desde casa, *Pong* se pudo jugar al principio en los llamados salones recreativos, muy populares en los años 70 y 80 donde también pudimos ver clásicos como *Pac-Man* (mayormente conocido como el comecocos) o *Space Invaders* (los clásicos marcianitos).

7. Nacimiento de la prensa del videojuego, cubrir una nueva industria.

Había nacido un nuevo medio de entretenimiento. Lo que hace distintivo a un videojuego de otros tipos de entretenimiento como el cine o la música es la interacción, dado que requiere de una participación activa por parte del usuario, que es el que realiza la toma de decisiones mientras juega siguiendo las reglas del videojuego que esté jugando. Principalmente ese es el factor que lo hace tan exitoso.

Hoy día, son el medio de entretenimiento que más factura, por encima incluso del cine, y los factores que lo hacían tan atractivo en su inepción apenas han cambiado con el paso de los años. Incluso se han fortalecido. En España, solo en 2018, facturaron más de 1.530 millones de euros, según el Anuario del citado año de la Asociación Española de Videojuegos (AEVI).

Verónica Zammitto, antigua directora de Experiencia de Usuario de la empresa Electronic Arts (EA), declaraba a *El Periódico* que “Los videojuegos son una forma de entretenimiento y esto es algo que no ha cambiado ni con la llegada de los juegos digitales”, que añade que “por mucho trabajo que tengamos también tenemos que liberarnos y este tipo de juegos es un gran camino”. “En cuanto a lo más básico, un buen juego debe tener una gran facilidad de uso, lo que significa que lo que se debe hacer en el juego y cómo se puede hacer tiene que estar muy claro”, señalaba Zammitto.¹

¹ Vellido, L. Á. (2019, 4 julio). Esta es la receta del éxito de los videojuegos. *elperiodico*. <https://www.elperiodico.com/es/economia/20190704/exito-videojuegos-experiencia-usuario-7535607>

Con el nacimiento de esta nueva industria también se crea una necesidad, comunicar sobre ella. A la gente le interesa saber e informarse sobre los nuevos juegos que llegan a los salones recreativos. La que podría considerarse como la primera publicación periodística sobre videojuegos la podemos ver en *Play Peter Magazine* en el año 1974, y en ella podíamos ver las principales novedades de los salones recreativos. Parecía más un catálogo que una publicación periodística, pero la semilla se había plantado.

Después de *Play Peter Magazine* vendrían otras como *RePlay* también centrada en los salones recreativos, y, más tarde, otras más centradas en los ordenadores personales como *Byte Magazine* o *Popular Computing*.

Con la llegada de las consolas domesticas de la mano de Atari a comienzos de los años 80 se produce un avance en este periodismo, salen publicaciones como *Atari Age* en el año 82, que recogía las principales novedades de las consolas de Atari, o *InCider* (1983). Podemos decir que las primeras publicaciones sobre videojuegos no dejan de ser catálogos con las distintas novedades sin profundizar demasiado en los títulos que presentaban.

7.1 La Primera revista dedicada a los videojuegos

El primer avance realmente significativo, y que sentará un estándar en la prensa de videojuegos, se produce con la revista *Crash* en el año 1983, que en su primer número realizará el primer análisis o crítica de un videojuego de la historia. Sería con el título *3D Deatchase* para el ordenador personal ZX Spectrum. Este análisis era bastante básico y escueto, pero ya se veían en él elementos como el uso de porcentajes para calificar cada uno de los apartados del título, así como la división de estos apartados en categorías como gráficos, jugabilidad o diversión entre otros.

Las primeras revistas de videojuegos en España, al igual que en el mercado americano, se centraban en los ordenadores personales, dado que las consolas

domesticas aun no eran algo común. Lo más parecido a una consola que había por norma general en los hogares españoles era una versión clónica del **Pong** de Atari y los salones recreativos aún no habían despegado en nuestro territorio.

Lo que sí que se estaba colando en las casas de España era el ordenador personal Spectrum ZX de la compañía Sinclair, que permitía disfrutar de títulos complejos e incluso si se tenía la suficiente habilidad y conocimientos del lenguaje de programación BASIC, programar tus propios juegos, lo que supuso todo un acierto. El ordenador salió a la venta el 23 de abril de 1982.

Precisamente, centrada en el ZX Spectrum nació la primera revista de videojuegos en España, llamada simplemente **ZX**, y que vio los quioscos en octubre de 1983 por doscientas pesetas.

8. La prensa de videojuegos en España, sentando las bases.

La revista pertenecía a la editorial Ediciones y Suscripciones S.A. de Madrid y estaba escrita y compuesta por usuarios del ordenador personal. Su primer número contó con 52 páginas completamente en blanco y negro y la presencia de muchos videojuegos, pero había un pequeño detalle. Los títulos de los que se trató en este primer número de la publicación no eran oficiales, sino de códigos para que los propios lectores programases sus particulares versiones de populares que había en el mercado en aquella época.

Poco a poco la publicación fue dejando de lado su parte más técnica de programación para centrarse en los videojuegos comerciales, de los que comenzó a hacerse análisis o *reviews*.

Los análisis estaban muy inspirados por los que hacía la revista **Crash**, con unas divisiones en sus apartados muy parecidas, en los que se tenían en cuenta los gráficos del título, el sonido o el control. Aunque eran escuetos, cumplían su función a la perfección.

ZX llegó a la publicación número 41, publicado en mayo de 1987. David Martínez, en su libro *De MicroHobby a YouTube. La Prensa de Videojuegos en España*, dice de **ZX** que “Sin haber conseguido la influencia de otras publicaciones, sus textos fueron madurando, y supieron transmitir a los lectores el entusiasmo por los lanzamientos que aparecían cada mes.”

8.1 Microhobby

De todas las revistas dedicadas al ordenador personal ZX Spectrum, la que marcó un antes y un después en los comienzos de la prensa del videojuego española fue *Microhobby*. Revistas que vinieron después como *Micromanía*, *Hobby Consolas* o *Playmania* se inspiraron en esta, revistas que siguen en los quioscos a día de hoy y de las que hablaremos más adelante.

Antes de hablar de *Microhobby* como tal, es importante conocer una de las figuras más importantes de los inicios del periodismo de videojuegos en España, la de José Ignacio Gómez-Centurión.

José Ignacio fue el fundador de la editorial Hobby Press, de donde era *Microhobby* y más tarde *Hobby Consolas*, *Playmania* o *Nintendo Acción*.

Algunos de los que trabajaron con él lo definen como un tipo peculiar, con una visión de negocio muy grande, y que en la redacción se hacía respetar. David Martínez en *De MicroHobby a YouTube. La Prensa de Videojuegos en España*, comenta que “Todavía se nota cierto temor reverencial hacia el personaje, como si se hablase de un viejo profesor.”

El dueño de Hobby Press decía que el día tiene 24 horas y los ordenadores tienen que estar encendidos 24 horas, era un empresario chapado a la antigua con una visión muy clara.

El objetivo de José Ignacio con *Microhobby* para el Spectrum ZX era colorista, donde no hubiese blanco y negro y se mostrasen las pantallas de los juegos de los que hablaba, algo que hasta entonces no se había visto.

En aquella época no había ningún software o método bueno para conseguir capturas de pantallas de los juegos, por lo que una de las soluciones ingeniosas que se le ocurrió a la redacción fue meterse en una sala a oscuras con un monitor y hacerle fotos a la pantalla jugando con la apertura del diafragma y la velocidad de obturación hasta conseguir las imágenes en buena calidad.

A partir del número 100 consiguieron sacar capturas de pantalla sin usar la cámara, utilizando un interruptor NMI (Non Maskable Interrupt), y con el tiempo, las propias desarrolladoras distribuyeron capturas de pantalla de sus juegos para facilitar el trabajo en la redacción.

En los primeros números de *Microhobby*, los videojuegos ocupaban una pequeña parte en la revista, dado que esta se centraba más en los programas que permitían a los usuarios del ZX Spectrum hacer sus propios pinitos con código. A los nuevos lanzamientos apenas se le dedicaba una página bajo la sección *¡Nuevo!*

Pero ya en estas breves páginas dedicadas a los nuevos lanzamientos se sentarían las bases de lo que serían los análisis de videojuegos, textos donde se destacaba lo bueno de cada título y se hablaba de sus gráficos, controles o trama.

Mientras que *Microhobby* se centraba en el mercado del ZX Spectrum, Hobby Press apostó por la diversificación con su siguiente revista, que vio la luz el mes de junio de 1985, *Micromanía*.

8.2 Micromanía

Micromanía sería en su concepción una revista multiplataforma, es decir, no se centraría solo en un sistema. En ella se tocaron además del mencionado Spectrum, otros ordenadores personales como el MSX, el Amstrad y también se les dio cobertura a consolas de la época como la Atari ST o la Amiga.

La presencia de otra revista en la editorial cambió la forma de trabajar entre las revistas, creando una competitividad interna, llegando incluso dos publicaciones de Hobby Press a pelearse por ciertos temas en portada.

Micromanía fue un rotundo éxito, y eso lo atestigua su longevidad, siendo una revista que se sigue publicando a día de hoy, aunque solo centrada en el mundo del PC, ya que dejó de lado la cobertura de consolas en los años 90. Pero sería la siguiente revista que Hobby Press lanzaría al mercado la que marcaría un antes y un después en la prensa escrita de videojuegos española.

9. Hobby Consolas, el referente en la prensa escrita.

Era el año 1991, y aunque *Micromanía* funcionaba bien, se percibía más como una revista centrada en el mundo del ordenador que de consolas, por lo que Hobby Press, al ver las recientes consolas y lo bien que estaban funcionando (SNES y SEGA Mega Drive) decidió lanzar *Hobby Consolas*, una revista 100% centrada en las consolas.

El elegido de Calderón para ponerse al frente de Hobby Consolas fue Amalio Gómez, que en ese momento se encontraba dirigiendo Microhobby. En una serie documental que detalla el origen de la revista, Amalio comenta que cuando José Luís Calderón lo llamó para comunicarle la noticia, este le dijo que «me han dicho que tú eres bueno para dirigirla, pero no te veo con cojones para hacerlo, ¿tendrías cojones de dirigir una revista nueva, montarla desde cero y empezar a hacerla en autoedición? La respuesta, afirmativa, la dio el tiempo. El lanzamiento del primer número fue complejo, porque el tiempo escaseaba y el equipo era reducido, incluso confiesan que la secretaria era a la vez la maquetadora.

Hobby Consolas fue la revista punta de lanza para el cambio a la modernidad. Hasta entonces, las revistas de Hobby Press se maquetaban a la «vieja usanza», es decir, el texto se escribía con máquina de escribir y el folio se recortaba, se pegaba en la composición y se filmaba. Pero con Hobby Consolas las cosas cambiaron. Aunque hasta el número tres se hacía una mezcla de maquetación

tradicional y autoedición, es decir, con ordenador, el cuarto número se compuso plenamente con la autoedición.

Los redactores confiesan que no fue fácil adaptarse al cambio «Pasamos horas y horas practicando para ver cómo se hacían las cosas. Y además las imprentas no estaban preparadas para eso. En Hobby Press teníamos que filmar las páginas, te salían los cuatro fotolitos y era lo que llevabas a la imprenta. Por supuesto, no habíamos hecho cursos ni nada».²

Mientras el reducido equipo sacaba adelante la revista a base de ensayo y error, se publicó un anuncio en Micromania, revista hermana, para conseguir redactores. Entraron tres, Juan Carlos García (que años más tarde se pondría a la cabeza de Nintendo Acción) José Luis Sáenz y Marcos García alias «The Elf», que aún recuerda aquella entrevista. «Yo vi el anuncio en una Micromania. Era habitual de los productos de Hobby Press desde Microhobby, y leí que necesitaban colaboradores o redactores. Me pilló en un momento que tenía poco que hacer y me dije: esta es la mía».³

El primero número de Hobby Consolas tardó cuatro meses en hacerse mientras sus redactores se adaptaban a los cambios tecnológicos. José Luis Sanz comenta en la serie documental *El Nacimiento de Hobby Consolas – La historia jamás contada* «A partir de más o menos julio ya teníamos una idea clara de cómo iba a ser la revista, ya empezamos a trabajar en artículos que se podían hacer. Tengo que decir que es la única vez en mi vida que para hacer un número hemos estado cuatro meses, que eso es un privilegio. Cuando acabamos el primero número dijimos *que bien*, pero para el siguiente solo teníamos un mes».

Marcos García recuerda como fue sacar capturas de pantalla para las portátiles en los comienzos, años en los que las capturadoras no existían y se las tenían que apañar haciendo fotografías a esas pantallas tan pequeñas. «Tenías que bajar

² Martínez, D. (c. 2016). DE MICROHOBBY A YOUTUBE: PRENSA DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA (1.a ed.). Dolmen. Página 63

³ Martínez, D. (c. 2016). DE MICROHOBBY A YOUTUBE: PRENSA DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA (1.a ed.). Dolmen. Página 63

corriendo a ver al fotógrafo y el hombre intentaba sacarte una pantalla del juego, que además si no tenía pausa perfecta quedaba mal, porque se veía el logotipo de PAUSE. O tenías que jugar mientras se hacía la foto y se veía toda la estala de la acción en movimiento. Era un crimen y desmerecía a las portátiles».⁴

Los análisis de los juegos tenían una nota sobre 100, una media entre tres apartados, gráficos, sonido y jugabilidad. Los primeros dos apartados son fáciles de calificar con respecto a lo que se ve y oye jugando, pero la jugabilidad era algo más complicado. Era cómo ten sentías jugando al videojuego y las sensaciones que este transmitía, y eso muchas veces es subjetivo, porque un mismo título puede causar opiniones distintas en varios jugadores.

Así, en octubre de 1991 salió a la venta el primer número de Hobby Consolas, con apenas cien páginas y Bart Simpson encabezando la portada. Vendió más de 100.000 ejemplares en los quioscos, siendo un éxito total para Hobby Press dado que la editorial nunca había conseguido esa cifra con ninguna de sus revistas. Amalio Gómez considera que el éxito de la revista fue crear una comunidad en torno a ella con secciones como el Teléfono Rojo, donde los lectores mandaban cartas a la redacción. «Hobby Consolas se convirtió en una marca, no era solo una revista, era un punto de encuentro para la gente a la que le gustaban los videojuegos».⁵

Con el paso del tiempo, la revista fue incorporando complementos y regalos para contentar a sus lectores y atraer a potenciales clientes. Un caso muy destacado fue el del número 8, en el que, por primera vez en la revista, se regaló un VHS con ella en el que se enseñaban trailers de los próximos juegos. Esto era algo novedoso en una época en la que YouTube y las redes sociales no eran ni siquiera un pensamiento. En aquella época, la única manera que tenían los jugones de ver un juego en movimiento era si se cruzaban con algún spot de TV. Esto se

⁴ Hobby Consolas. (2021, 25 octubre). El NACIMIENTO de HOBBY CONSOLAS - La historia jamás contada, capítulo 1 [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=008XhPSP9-g>

⁵ Hobby Consolas. (2021, 25 octubre). El NACIMIENTO de HOBBY CONSOLAS - La historia jamás contada, capítulo 1 [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=008XhPSP9-g>

convertiría en una práctica recurrente que se haría cada cierto tiempo. Además, también se empezaron a incluir posters dobles y guías de los juegos más nuevos.

El éxito que supuso Hobby Consolas motivó a José Ignacio Gómez Centurión a atreverse con más publicaciones del medio, como fue el caso de Nintendo Acción y Todo Sega, dedicadas a las consolas de Nintendo y Sega respectivamente. La primera llegaría en diciembre de 1992, prácticamente un año después del estreno de Hobby Consolas. La enfocada en Sega llegaría en 1993, y desafortunadamente, su recorrido no fue muy longevo. Su último número vería la luz en enero de 1996, apenas tres años después de su estreno.

Nintendo Acción tuvo más suerte, y aunque su tono era más infantil que la de su hermana mayor, logró consagrarse un número importante de seguidores de Nintendo. Por desgracia, Nintendo Acción lanzó su último número en diciembre de 2018 tras registrar los peores datos de ventas de su historia.

Volviendo de nuevo con Hobby Consolas, en enero del año 1993 entraría en redacción Manuel del Campo, una persona que sería uno de los pilares fundamentales de la revista, siendo director de la misma desde 2001 hasta bien entrados los 2010s. Su entrada en la redacción la recuerda con mucho cariño y comenta que el ambiente era prácticamente de colegio. «La gente bromeaba, nos metíamos unos con otros y nos lo pasábamos muy bien».⁶

Con el paso de los años, Hobby Consolas fue creciendo a la par que sus lectores, por lo que en el número 51 (durante el año 95) la revista sufrió un cambio total en su maquetación justo para coincidir con la siguiente generación de consolas, las de 32 bits. Sonia Herranz, veterana de la revista y actualmente su directora, define que «la revista se había quedado muy pinto y coloreo, muy como para niños. Las nuevas consolas estaban rayando un público más adulto y una manera distinta de hacer los juegos. Era lógico que intentáramos hacer una revista

⁶ Hobby Consolas. (2021c, noviembre 22). ¡Un 99 EN HOBBY CONSOLAS! Hi-Tech, los Sandoval y más en La historia jamás contada, episodio 3 [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=GXICPr1uBuE>

que encajara más y que no le dará vergüenza a un chaval de 20 años llevar la revista en el brazo».⁷

Este cambio modernizó la revista, señal de ello es que sus redactores dejaron de firmar los análisis con sus pseudónimos para hacerlo con sus nombres reales. Además, se introdujeron nuevas secciones y se «profesionalizó» la revista, con contenido como entrevistas con jugadores de fútbol profesionales, que se prestaban para promocionar los juegos de Fútbol. Por la revista han pasado nombre como Roberto Carlos o Fernando Torres.

9.1. Playmania, la hermana centrada en Playstation

Unos años más tarde, en el 98, José Ignacio Gómez Centurión le hacen una oferta que no puede rechazar. La editorial alemana Axel Springer compró a Centurión Hobby Press, y con la llegada de PlayStation y con el éxito que había cosechado Nintendo Acción, HobbyPress lanzaría en 1999 Playmania, publicación centrada exclusivamente en PlayStation.

Sonia Herranz fue la que se puso al cargo de la cabecera, confesando que tenía ganas de salir de Hobby por la guerra de consolas entre Nintendo y Sega. «Yo estaba muy agobiada y dije que, para mí, y, además, PlayStation introdujo una nueva manera de jugar y atrajo a un montón de usuarios nuevos, estos al no tener ni idea de cómo iba la vaina, te daba opción a hacer una revista totalmente diferente a como era Hobby Consolas, con lo que montar el proyecto me moló un montón, así que me tiré de cabeza».⁸

Sonia confiesa que la tarea de sacar Playmania adelante no fue sencilla y admite incluso haber pasado miedo. «Era una apuesta muy difícil. La revista Oficial de Playstation andaba vendiendo alrededor de 100.000 ejemplares. De hecho, después de haber lanzado el número uno, y cuando estábamos cerrando el número

⁷ Hobby Consolas. (2021d, diciembre 6). PS1, LARA CROFT y SUPER MARIO 64 en Hobby Consolas - La historia jamás contada, episodio 4 [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Veodjv5MyIA>

⁸ Hobby Consolas. (2021e, diciembre 20). UN 100 en HOBBY CONSOLAS, el boom de Metal Gear. . . - ¡La historia jamás contada, episodio 5! [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=W46W5RHgHeo>

dos, Amalio Gómez me llamo y me dijo que todavía no habían recibido los datos de ventas, pero que, si no eran medianamente decentes, ese número dos ni siquiera se iba a imprimir».⁹

Por suerte, la revista fue un éxito. Incluso el número uno llegó a estar agotado en todos los quioscos. Playmania gozó de una buena vida hasta diciembre de 2022, cuando se lanzó el que sería su último número, el 298.

9.2 El crecimiento de Hobby Consolas

Hobby Consolas por su parte, seguía creciendo, cambiando con nuevos formatos de maquetación, cambiando. Eliminando e introduciendo secciones a la vez que sumaba gente a sus filas. Ya entrados los 2000, la redacción recuerda con cariño cómo las compañías invertían en promocionar sus juegos y en cómo los promocionaban. Incluso tuvieron que rechazar en algún momento que otro publicidad en la revista porque es que literalmente no tenían más espacio. Uno de los ejemplos más estrafalarios, e impensables a día de hoy, de como una compañía hacía promoción de sus últimos títulos se dio con la adaptación de Scarface.

La premier se hizo en el Hotel Los Monteros, en Marbella a falta de Miami. El evento se prolongó durante todo el fin de semana y Vivendi Universal, distribuidor del título no reparó en gastos, incluyendo a un helicóptero que sobrevolaba el complejo con un maniquí enganchado por el cuello. Además, como no era posible traer tigres a lo Tony Montana, se «enjaulo» a bailarinas con el cuerpo maquillado de temática felina.

Con el paso de los años, una cosa que empezó en los años 90 llamada «Internet» comenzó a hacerle la competencia al papel, que entró en una importante crisis que se saldó con el cierre de varias revistas entre las que destacó Marca Player. Era un momento evolución para hobby consolas. David Martínez recuerda la

⁹ Martínez, D. (c. 2016). DE MICROHOBBY A YOUTUBE: PRENSA DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA (1.a ed.). Dolmen. Página 119

caída progresiva de lectores que comenzó a sufrir Hobby Consolas, «el objetivo de Axel Springer no era recuperar cifras, sino dejar de perder 10.000 lectores que se escapaban de Hobby al año».¹⁰

Internet se había convertido en el presente y Hobby Consolas se había quedado estancada en el pasado en ese aspecto. En un intento por atajar, intenta comprar Meristation, una web que nació en el año 97 propiedad en ese momento del grupo Prisa. El grupo se negó a venderla. Meristation, al igual que Hobby Consolas en el papel, fue pionera en España en internet, y para hablar de ella, hay que retroceder en el tiempo al año en que nació.

10. La llegada de Internet y Meristation.

Meristation fue el primer portal español de prensa de videojuegos en internet y fue creado por Pep Sánchez. El contexto de su creación no fue encaminado a ser lo que fue, sino que surgió en un contexto de crisis que la familia de Pep se encontraba atravesando. Su familia era propietaria de un restaurante al que no le iba bien y Pep decide ayudar a sus padres a darle una vuelta de tuerca para remontar y atraer clientes con internet. En una entrevista que el profesor Isaac López Redondo realizó a Pep, este le explica cómo surgió la web:

«Todo ocurrió en un contexto de crisis parecido al de ahora, allá por el año 92 ó 93. Comenzó en un restaurante de mis padres que se llamaba Can Meri, que traducido del catalán es algo así como Casa Meri. En esos momentos, yo dejo todo lo que estaba haciendo profesionalmente y llego al restaurante, para proponer a mis padres un cambio de estrategia, plantear una carta más económica, con precios populares, y también remodelar uno de los salones comedor y convertirlo en un café internet. Fue el primero de Girona y segundo de Cataluña, muy pequeñito, con un aforo para 50 ó 60 personas, con 3 ordenadores al principio y 5 enseguida, pero sobre todo con el gancho de contar con un ordenador dedicado a presentar juegos lo más nuevos posibles, a ser posible

¹⁰ Martínez, D. (c. 2016). DE MICROHOBBY A YOUTUBE: PRENSA DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA (1.a ed.). Dolmen. Página 143

juegos que ni siquiera estuviesen en las tiendas. Cuando me pongo en contacto con las distribuidoras, la mayoría ni tan siquiera sabe lo que es internet y ni mucho menos les apetece mandar juegos a nadie antes de que se pongan a la venta, pensando en los riesgos de la piratería. A algunas compañías, como Virgin, les parece bien, aunque se tratara de promocionar sus juegos a nivel muy local, pero decidieron intentarlo. Así que empezaron a mandarnos juegos de Virgin, Interplay y alguno de Ubisoft, como MDK, por ejemplo. Todo esto se monta en un ordenador con una pantalla de 27 pulgadas, una tarjeta Creative de 64 bits, importamos la primera tarjeta 3D de Estados Unidos, es decir, un ordenador para juegos que costó su dinerito. Uno de mis colegas me comentó: ‘¿Por qué no pones directamente un Playstation y no te complicas?’. Pero yo le dije que no. Un día le puse el primer Tomb Raider y le dije mira ‘para competir con tu Playstation te presento este ordenador, que es el Meristation’. En una de las secciones de la página web del café internet se escribían comentarios sobre los juegos que se presentaban. Lo que pasa es que muchos usuarios encontraron la página a través del buscador y empezaron a mandar correos con elogios y con comentarios como: ‘Ya era hora de que hubiera una página sobre videojuegos en español, la crítica me encanta realmente’. Ahí se me enciende la luz, comprobé que no había ningún site de videojuegos en castellano, así que empezamos a buscar colaboradores y a gente interesada en el proyecto».¹¹

Es en ese momento, gracias a los correos y a la colaboración que ofreció la gente, que Pep decide montar un portal web en el que matar el tiempo que pasaba en el restaurante de sus padres. Así nació Meristation, que poco a poco empezó a tener un carácter más profesional.

El eslogan con el que nació Meri fue «de videoadictos para videoadictos», queriendo marcar desde un principio cercanía con el lector. Pep rememora que no le cuadraban los nueves y dieces que se estaban llevando los títulos en aquella época. «Entre nosotros lo comentábamos y tratábamos de basarnos en notas académicas en las que conseguir un seis o un siete estaba muy bien». Eso es lo

¹¹ López-Redondo, I. (2012). El tratamiento del videojuego: de la prensa generalista a las revistas especializadas. Análisis comparativo de las ediciones impresas y digitales de El País, El Mundo, Público y 20 Minutos. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=26514> Página 413

que representaba ‘de videoadictos para videoadictos», puntuábamos pensando en que habíamos tenido que comprarnos los juegos».¹²

Con la popularidad que ganó Meristation con el paso de los años y empezó a llamar la atención de los grandes de la comunicación. Es por eso que, después de varios trabajos en conjunto, en el año 2002 Meri llega a un acuerdo con el grupo Prisa (propietarios de El País) en el que el grupo de comunicación se encargaría de la parte de comercialización de la web durante cuatro años.

En el acuerdo «había una opción de compra que Prisa podía ejecutar, con un precio pactado de 600.000 euros. Pero podía entrar cualquier compañía, siempre y cuando abonara el coste que Meristation le hubiera supuesto a Prisa durante los cuatro años, en caso de que hubiera sido así».¹³

Es en este momento cuando, como he mencionado en páginas anteriores, que grupos como Axel Springer (Hobby Consolas) se interesan por la compra de la web, que llegó a ofrecer una cifra que rondaba los cuatro millones de euros. Pero a Prisa le había gustado Meristation y ante el peligro de que le arrebatasen la web, ejecutó su opción de compra.

Pep dejó Meristation en el año 2020 y actualmente se encuentra en manos de Roberto Hernández y Salvador Fernández Ros.

10.1 Vandal

Las otras páginas que siguieron a Meristation fueron Vandal y 3Djuegos. Vandal inició su actividad el 30 de agosto de 1997 como una página de actualización trisemanal alojada en GeoCities. El nombre del medio proviene del videojuego de rol Vandal Hearts de Konami. En sus inicios era una web centrada en

¹² Martínez, D. (c. 2016). DE MICROHOBBY A YOUTUBE: PRENSA DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA (1.a ed.). Dolmen. Página 163

¹³ Martínez, D. (c. 2016). DE MICROHOBBY A YOUTUBE: PRENSA DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA (1.a ed.). Dolmen. Página 164

PlayStation y Nintendo 64, pero fue incorporando más plataformas hasta cubrir todas las consolas, PC y dispositivos móviles. La página sufriría varios rediseños en los años siguientes e introduciría un sistema de blogs para los usuarios registrados, a lo que también se sumaría después la integración de los primeros contenidos en vídeo flash.

En el año 2010 se asocia con el diario 20 Minutos, convirtiéndose en la parte dedicada al sector del entretenimiento en dicho medio. Durante varios años mantendría un acuerdo con la cadena de tiendas GAME España mediante el cual todas las valoraciones de la web se utilizaban en la ficha de producto de los juegos. A finales de 2017 se produce la asociación con el diario El Español, cambiando su dominio e integrando sus contenidos en el periódico digital.

Actualmente, Vandal acumula más de 5500 análisis registrados en el agregador Metacritic y forma parte del jurado de votación en los premios The Game Awards desde 2019.

10.2 3DJuegos

3DJuegos se fundó en Zaragoza en junio de 2005, por Enrique Morera, Daniel Mauro y Enrique García, ex desarrolladores de videojuegos bajo las marcas Efecto Caos, Chaos Effect y Xpiral. El dominio nació como una evolución de una página web dedicada a juegos gratuitos de PC llamada Solodemos y al principio fue creada como una revista especializada en ordenadores personales. Desde abril de 2006 comenzó a centrarse también en juegos para videoconsolas como PlayStation, Xbox y Nintendo. En la actualidad cubre todo tipo de contenidos relacionados con los videojuegos e incluye coberturas en directo desde ferias internacionales como la Electronic Entertainment Expo (E3) o Gamescom.

En 2009 comenzó la comunidad de usuarios a través de foros que creaban los propios usuarios y que permiten comentar temas de actualidad, tecnología, competiciones o humor. Esta apertura a la comunidad fue una de las grandes novedades de 3DJuegos e incluía características poco comunes en aquel

entonces, como el seguimiento de juegos en un área personal del usuario, réplicas rápidas, citas o menciones, y mensajería.

Desde 2010 se ha mantenido como uno de los sitios web de videojuegos más visitado en España, según datos controlados por OJD, con 3,8 millones de usuarios únicos.

10.3 Hobby News, la web de Hobby Consolas

Fue precisamente en el año 2010 cuando nació Hobby News, la web oficial de Hobby Consolas. José Luis Sanz, que ya había trabajado antes en la revista, volvió para encargarse de la dirección de la web. Amalio Gómez contactó con él y le hizo saber que querían contar con él para lanzar la página y José Luis, que en ese momento se encontraba en la hoy extinta Computer Hoy Juegos, aceptó la oferta. El propio José Luis reconoce que el lanzamiento de la web fue «deficitario», dado que por aquel entonces la prioridad de Axel seguía siendo el papel.

Fue en 2012 cuando se le dio un rediseño a la web y, para evitar confusiones, la web pasó a llamarse Hobby Consolas en un intento de unificar web y papel. El cambio se hizo tras un expediente de regulación de empleo y la dirección de la web cambió a manos de David Martínez y desde ese momento, la página ha ido creciendo poco a poco, tanto en contenido como en número de audiencia.

Tomó el nombre de la principal revista de videojuegos de Axel Springer y se centró en dar cobertura informativa sobre los eventos del sector, con análisis de juegos, vídeos de creación propia con entrevistas, tertulias y discusiones, gameplays, etc. En el sitio web colaboran todas las redacciones de las revistas de Axel Springer: Hobby Consolas, Playmania y Revista Oficial Nintendo.

Hobbyconsolas.com no solo publica información de actualidad y análisis de juegos. También dedica una importante cobertura a la información sobre cultura gamer, esto es, cine, series, cómics, manga, juegos y mundo retro... También

dispone de una base de datos de videojuegos, con información por juego y plataforma, noticias, análisis, vídeos; y también la posibilidad de que los propios usuarios de la web escriban su review y le otorguen una nota al juego. Asimismo, cuenta con una sección de trucos, foros y una sección de blogs donde los redactores dan su opinión sobre los temas del momento.

Una de las secciones que no terminó de cuajar fue la dedicada a los eSports. Desde la propia dirección de la web reconocen que la construcción de secciones se hizo a base de ensayo y error, viendo qué gustaba a los lectores y que no.

11. GTM y Manual, los referentes actuales y el futuro

El estado actual de la prensa de videojuegos en papel es incierto, pero como vamos a ver a continuación, aún tiene mucho que ofrecer. Con respecto a la versión en papel de Hobby Consolas, se dieron cuenta de que internet era el futuro y que el papel no podía competir con la periodicidad que da la web. Uno de los enfoques claves para adaptarse fue el de la opinión. Alberto Lloret, creía que «si tienes un enfoque diferente y cuentas cosas interesantes, eres capaz de enganchar a la gente».¹⁴ Es por eso que en la revista empezó a priorizarse contenido más *evergreen*, con fuerte carga de opinión de los redactores, es decir, contenido que sobreviviese al paso del tiempo y no caducase a los días. La web de Hobby Consolas, que empezó como un complemento para la revista, se convirtió en la principal protagonista, siendo finalmente el papel el complemento a internet.

A diferencia de revistas hermanas como Nintendo Acción y Playmania, Hobby sigue llegando mes a mes a todos los kioscos, sabiéndose adaptar, de momento, a los constantes cambios a los que se somete esta industria.

Games Tribune y Manual son dos revistas muy jóvenes que se han convertido en una excepción y han sabido dar con el clavo y diferenciarse del contenido en internet, ofreciendo algo exclusivo y más personal. La clave de estas revistas es

¹⁴ Hobby Consolas. (2022c, febrero 21). PS4 y One, el presente de HOBBY CONSOLAS. . . ¡Y más allá! La historia jamás contada, EPISODIO FINAL [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=LYBZiNqtepk>

su modelo de financiación, dado que viven de sus lectores, del mecenazgo de estos. Pero antes, un repaso por estas dos publicaciones:

Games Tribune Magazine (comúnmente conocida como GTM) es una revista mensual sobre videojuegos que se encuentra disponible en formato físico y digital. GTM Ediciones C.B. es la editorial encargada de publicarla. Esta revista funciona bajo un sistema de suscripción sin publicidad y ha lanzado alrededor de 70 ediciones desde enero de 2016, cuando inició una nueva etapa con un equipo completamente renovado, desvinculándose de etapas anteriores.

Además de los números mensuales, la editorial con sede en Madrid publica ediciones especiales enfocadas en sagas y juegos específicos, contando con 15 publicaciones hasta la fecha. Cada número incluye ilustraciones realizadas por sus propios artistas, junto con un marcapáginas dedicado a destacadas personalidades de la industria del videojuego.

Games Tribune nació como una web que no terminó de despegar, y después de haber funcionado un tiempo como un portal de noticias y actualidad sobre videojuegos, decidió enfocar todos sus esfuerzos en la publicación mensual impresa, ofreciendo contenidos alejados del consumo rápido en Internet. En enero de 2016, mientras aún mantenían el portal en línea, GTM lanzó el primer número en formato físico de su nueva revista, el cual constaba de 30 páginas grapadas con reportajes y opiniones elaborados por su equipo de redactores y colaboradores. A lo largo del mismo año, la revista pasó de tener 30 páginas en su cuarto número a 60 páginas en el quinto, y finalmente alcanzó las 80 páginas, demostrando un crecimiento notable en tan solo unos meses. Antes de que terminara el año 2016, la dirección de GTM decidió cerrar el sitio web y dedicarse exclusivamente a la producción de la revista impresa.

Durante ese primer año en el que se estableció y mantuvo GTM como una revista impresa, también se lanzó el primero de sus proyectos complementarios: GTM², monográficos dedicados a sagas y juegos específicos. Estos proyectos se caracterizan por tener un formato cuadrado y contar con ilustraciones realizadas por un equipo de artistas. Los monográficos se incluyen en las suscripciones de

mayor nivel de la revista. El primero de ellos se publicó en noviembre de 2016 y se centró en The Legend of Zelda, una popular saga de Nintendo. Desde entonces, se han lanzado nueve volúmenes adicionales (sobre Pokémon, Castlevania, The Last of Us, entre otros) y un GTM² DX sobre Resident Evil que consta de más de 100 páginas.

Después de su "año #0", en el cual ya ofrecían la opción de elegir entre dos portadas y una lámina ilustrada como incentivos para las suscripciones Gold (la suscripción de mayor calidad-precio), GTM decidió incorporar una mejora adicional a su oferta: una portada ilustrada conocida como Golden Line. Esta portada siempre es creada por un artista y forma parte de las opciones de portada mensuales disponibles para los suscriptores. La primera portada de este tipo se lanzó en enero de 2017 y estuvo dedicada a Resident Evil VII. En 2017, GTM tomó un nuevo rumbo al rediseñar la revista para adoptar el formato actual, el cual es similar al tamaño B

Por su parte, Manual es una creación del periodista sevillano Nacho Requena y es una revista de videojuegos que tiene tres parcelas bien delimitadas: una de entrevistas, otra de reportajes y una última de artículos de opinión/ensayos. Cada revista tiene mínimo cuatro entrevistas, cuatro reportajes y un total de doce artículos, lo que garantiza veinte piezas (mínimo) por cada revista. Sale dos veces al año: una en febrero y otra en agosto, siempre con 196 páginas (antes 192 páginas) e impresa en papel de calidad.

Manual no tiene análisis. Tampoco avances. Ni noticias de actualidad, guías de compras o trucos. Manual tampoco va a contar con portadas donde aparecen personajes de videojuegos. El mantra sobre el que se rige Manual es “somos más de personas que de personajes”, así que los protagonistas siempre serán roles involucrados en las producciones, desde un diseñador hasta una actriz de captura de movimiento (pasando por programadores, músicos, artistas y todos los campos que se puedan abarcar).

La gran diferencia de Manual y GTM con respecto a Hobby Consolas es que están dirigidas a un público muy concreto, menos “casual”, porque en el caso de

Manual, una persona que no esté informada sobre la industria del videojuego, no va a reconocer quién es el protagonista de la portada de Manual, ya que suele ser una persona distinguida de la industria y no un personaje de videojuegos.

12. Conclusiones

A pesar del creciente número de publicaciones digitales sobre videojuegos, todavía hay una audiencia leal que prefiere las revistas impresas. Las publicaciones de videojuegos en papel pueden proporcionar un enfoque más cuidadoso y detallado a la hora de cubrir los videojuegos, y algunos aficionados prefieren tener una copia física que puedan coleccionar y consultar en cualquier momento.

Las únicas revistas que siguen a día de hoy en el mercado son Micromania y Hobby Consolas por una parte (dirigidas a un público más casual) y GTM y Manual por otro lado (dirigidas a un público más interesado por el medio). GTM y Manual incluso tienen planes de suscripción comunes, ya que ambas son conscientes de que comparten un mismo nicho de mercado y dos siempre funcionan mejor que uno.

Muchas de las revistas que hemos visto a lo largo de estas páginas han existido durante décadas y han tenido una gran base de seguidores leales. Sin embargo, la mayoría de las publicaciones han enfrentado dificultades en los últimos años debido a la competencia de los medios digitales y la disminución de la demanda de publicaciones impresas en general. Está claro que internet es lo inmediato, la actualidad más rigurosa, y una revista de en papel centrada en la actualidad no es viable.

Manual y GTM son el futuro de la prensa en papel de videojuegos en España. Han sabido dar con un contenido que interesa, es atemporal, puede competir con internet. Además, ha encontrado un modelo de financiación basado en el mecenazgo de los lectores que funciona, porque si hay un público que busca un

contenido de calidad en formato papel, está dispuesto a pasar por caja si lo que se ofrece es un contenido de calidad.

En el caso de Hobby Consolas y Micromanía, la primera tiene un largo recorrido por delante, dado que es una publicación que abarca todas las consolas del mercado y es un buen complemento a su página web. Mientras que en el papel se pueden leer reportajes y opinión, los análisis o reviews de juegos se han relegado a internet, incluyéndose en la revista un pequeño avance en el que se enlaza al análisis completo alojado en internet.

Micromanía, sin embargo, tiene un futuro más incierto. Dejó de pertenecer a Axel Springer en el año 2013, por lo que su contenido no está en internet. Existe una página web de Micromanía, pero lleva años desactualizada. La última noticia que se publicó es de 2019, y hoy día, la web solo sirve para avisar de que el nuevo número ha salido a la venta. Otro factor que juega en contra de Micromanía es que ha dejado de venderse en quioscos, pudiéndose encontrar desde hace un par de meses en las tiendas GAME de manera exclusiva. No todas las ciudades poseen estos establecimientos y Micromanía no tiene un servicio de suscripción que envíe los números a domicilio, por lo que sin duda perderá lectores.

En definitiva, papel e internet pueden convivir, pero la actualidad y el minuto a minuto son cosa de las páginas webs. Como hemos visto, la viabilidad del papel se encuentra en contenido como el que ofrecen Manual y GTM, que, en lugar de buscar competir con Internet, se complementa con este. Lecturas más pausadas y literarias que no caducan y casan a la perfección el formato impreso.

13. Bibliografía

Tovar, J. (2018). Breve historia de la prensa de videojuegos. Canino. <https://www.caninomag.es/breve-historia-de-la-prensa-de-videojuegos/>

Teribia, A. C. (2020). David Martínez habla de la historia de la prensa del videojuego en España. La Batidora. <https://labatidoracultural.com/hablamos-con-david-martinez-sobre-la-historia-de-la-prensa-del-videojuego-en-espana/>

Historia de los videojuegos. (s. f.). <https://www.fib.upc.edu/retro-informatica/historia/videojocs.html>

colaboradores de Wikipedia. (2021). Hobby Consolas. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Hobby_Consolas

colaboradores de Wikipedia. (2023). Axel Springer SE. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Axel_Springer_SE

Efe, & Efe. (2003, 30 septiembre). José Ignacio Gómez-Centurión, periodista. El País. https://elpais.com/diario/2003/10/01/agenda/1064959209_850215.html

López-Redondo, I. (2012). El tratamiento del videojuego: de la prensa generalista a las revistas especializadas. Análisis comparativo de las ediciones impresas y digitales de El País, El Mundo, Público y 20 Minutos. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=26514>

Martínez, D. (c. 2016). DE MICROHOBBY A YOUTUBE: PRENSA DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA (1.a ed.). Dolmen.

DayoScript. (2017, 30 enero). Tras el periodismo de videojuegos [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=E4hJ2M8vY2s>

Hobby Consolas. (2021, 25 octubre). El NACIMIENTO de HOBBY CONSOLAS - La historia jamás contada, capítulo 1 [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=008XhPSP9-g>

Hobby Consolas. (2021b, noviembre 8). El NÚMERO MÁS VENDIDO de Hobby Consolas y el boom del MANGA - La historia jamás contada, episodio 2 [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=VcGvLaCYKx4>

Hobby Consolas. (2021c, noviembre 22). ¡Un 99 EN HOBBY CONSOLAS! Hi-Tech, los Sandoval y más en La historia jamás contada, episodio 3 [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=GXICPr1uBuE>

Hobby Consolas. (2021d, diciembre 6). PS1, LARA CROFT y SUPER MARIO 64 en Hobby Consolas - La historia jamás contada, episodio 4 [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Veodjv5MylA>

Hobby Consolas. (2021e, diciembre 20). UN 100 en HOBBY CONSOLAS, el boom de Metal Gear. . . - ¡La historia jamás contada, episodio 5! [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=W46W5RHgHeo>

Hobby Consolas. (2022, 10 enero). GAMECUBE, XBOX, el boom de SAN ANDREAS en Hobby Consolas - ¡La historia jamás contada, episodio 6! [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=v4uCEWJt2VA>

Hobby Consolas. (2022b, enero 31). Wii, PS3, XBOX 360 y una HOBBY CONSOLAS muy movidita - ¡La historia jamás contada, episodio 7! [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=4KcCNXNMzfk>

Hobby Consolas. (2022c, febrero 21). PS4 y One, el presente de HOBBY CONSOLAS. . . ¡Y más allá! La historia jamás contada, EPISODIO FINAL [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=LYBZiNqtepk>

Reinoso, M. G. (2021, 7 marzo). 'Primavera de 1991, se buscan redactores': así vivió Marcos García su llegada a Hobby Consolas. Hobby Consolas. <https://www.hobbyconsolas.com/reportajes/primavera-1991-buscan-redactores-vivio-marcos-garcia-llegada-hobby-consolas-814151>

Crash Magazine Issue 01 : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive. (1984, 1 febrero). Internet Archive. <https://archive.org/details/crash-magazine-01/page/n7/mode/2up?view=theater>

Vellido, L. Á. (2019, 4 julio). Esta es la receta del éxito de los videojuegos. *elperiodico*. <https://www.elperiodico.com/es/economia/20190704/exito-videojuegos-experiencia>
usuario-7535607