



LAS NARRATIVAS PERIODISTICAS DE LA PLATAFORMA TWITCH EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

The journalistic narratives of the Twitch platform in the media

MIGUEL ÁNGEL POVEDA CRIADO ¹

¹ Universidad Udim de Madrid, España

KEYWORDS

Communication
Entertainment
eSports
Streamers
Twitch
Platforms
Media

ABSTRACT

Streaming platforms, booming in recent years, have been especially committed to audience participation. Twitch, owned by Amazon, is the benchmark platform for broadcasting eSports. But do the media echo what is happening in the world of electronic sports. At first, the coverage between specialized and general media seems very different, so a comparative analysis between the different information treatments will allow us to draw a conclusion.

PALABRAS CLAVE

Comunicación
Entretenimiento
eSports
Streamers
Twitch
Plataformas
Medios

RESUMEN

Las plataformas streaming, en auge durante los últimos años, se han comprometido especialmente con la participación de la audiencia. Twitch, propiedad de Amazon, es la plataforma referente para la retransmisión de los eSports. ¿Pero hacen eco los medios de lo que sucede en el mundo de los deportes electrónicos? De primeras, la cobertura entre los medios especializados y los generalistas parece muy distinta, por lo que un análisis comparativo entre los diferentes tratamientos de información nos permitirá situar una conclusión.

Recibido: 13/ 06 / 2022

Aceptado: 19/ 08 / 2022

1. Introducción

La era digital ha provocado que los medios de comunicación alternativos alcancen un alto grado de aceptación por parte de la audiencia. En los últimos años su importancia en el mundo de la comunicación se ha vuelto relevante, llegando, en ocasiones, a despertar el malestar de algunos medios tradicionales, aún reticentes a lo novedoso. Esta situación se ve reflejada con frecuencia en plataformas como Twitter, cuya última polémica nos sitúa en agosto del año 2021.

Los jóvenes consumen cada vez menos los medios tradicionales, priorizando la información a través de internet. Según datos aportados por el CIS y centrándonos únicamente en la penetración, en el estudio general de medios (AIM, 2020) realizado sobre la audiencia general, la televisión representaría un 84,2%, seguida muy de cerca por internet con un 82,8%. Las plataformas de *streaming* se estarían convirtiendo en canales televisivos para algunos jóvenes, por ejemplo, la propia página de publicidad de la plataforma ([twitchadvertising.tv](https://www.twitchadvertising.tv)) comparte que más de la mitad de los usuarios que utilizan Twitch tienen entre 18 y 34 años, mientras que el 14% se situaría entre los 13 y 17 años. Gracias al blog *Logomyway*, encontramos los comienzos de Twitch: una plataforma que en principio habría sido concebida en 2011 de cara al público, como una extensión en directo de las actividades diarias de bloguero Justin Kun. Más tarde se transformaría en la que conocemos actualmente, ofreciendo a sus usuarios la posibilidad de retransmitir las partidas de sus videojuegos en directo, facilitando la interacción con su audiencia. Se adentraría en el mundo de la comunicación al convertirse en una de las cunas de retransmisión de eventos como el E3 (*Electronic Entertainment Expo*), *The Game Awards*, o las ya míticas competiciones de eSports, convirtiéndose en 2020 el portal de referencia de transmisión de videojuegos en directo, alcanzando los 9.7 millones de *streamers* activos cada mes.

La historia de los eSports se remonta, según el portal web estadounidense *Learning Hub*, a 1972, con la primera retransmisión de un campeonato de "*Space Invaders*". Con el campeonato en 2012 del videojuego *StarCraft*, la plataforma Twitch.tv comenzaría a retransmitir competiciones y torneos propios de los eSports, alcanzando ya por entonces la cifra de 17 millones de espectadores (*Liquipedia*, 2012). Este también sería el primer año de la plataforma en su versión cara al público (*Logomyway*), el inicio del gigante que es ahora.

Desde la implantación de su versión pública y el comienzo de retransmisión de competiciones, los eSports han conseguido mover grandísimas cantidades de dinero, llegando en 2019 al billón con la retransmisión del torneo del popular videojuego Fortnite, como comparte el gestor de datos Devin Pickell (2019).

En esta nueva era digital, no es de extrañar que las competiciones, antes de carácter físico o mental en ocasiones, se especialicen adaptándose a las nuevas tecnologías y sus elementos multimedia. Debido a que los deportes electrónicos son bastante recientes, puede que la cobertura de estos no sea suficiente, ni equitativa, en los diferentes medios de difusión. Una situación que, de ser cierta, podría extrañar si tenemos en cuenta el número desorbitado de audiencia que se genera en torno a ellos, el dinero que movilizan o la cantidad de patrocinadores con los que cuentan, indicadores de su gran relevancia dentro del panorama digital, el mundo deportivo, o incluso de la audiencia joven.

Sería interesante que los medios sintiesen un interés por este ámbito, ya que no se dan cuenta de la cantidad de audiencia que generarían al incluir este tipo de noticias, o el valor agregado que adquirirían a ojos de los más jóvenes, convirtiéndose en canales introductorios para la motivación hacia otro tipo de noticias.

2. Objetivos

Los objetivos que establecemos en esta ponencia son comparar el tratamiento informativo entre medios generalistas y especializados, así como su importancia, dentro de la prensa española. La repercusión que otorga el periodismo a los deportes electrónicos y la representación del mismo en las dos vertientes de cobertura de la información. Para ello primero deberemos conocer qué son los deportes electrónicos, en qué plataformas se desenvuelven, así como la historia detrás de ellos, sus figuras relevantes y la audiencia o repercusión en auge de los mismos. Los objetivos específicos que servirán de guía para este estudio son los siguientes: analizar el tratamiento de la información sobre eSports en prensa escrita (versión digital), así como el lenguaje empleado, su especialización y los géneros periodísticos que predominan en la misma, valorar los recursos que los medios ofrecen a favor de los deportes electrónicos y analizar la opinión que tiene y genera la prensa con respecto a los eSports.

3. Metodología

Para la realización de este trabajo se ha llevado a cabo una documentación previa a través de artículos web, hemerotecas y web especializadas sobre la situación de los eSports en nuestra actualidad. Así mismo se procederá al análisis del contenido ofrecido en los diarios de *El Desmarque* y *El Español*, en contraste con la cobertura de la información obtenida en medios tradicionales como *El Mundo* o *El País*.

Según el ranking de medios digitales deportivos realizado por Comscore en julio de 2021, *El Desmarque* se encontraría en el 7º puesto dentro de los periódicos digitales deportivos más consumidos por la audiencia. Este es

un dato interesante porque a pesar de no encontrarse entre los de mayor categoría (según los lectores), es entre todos ellos uno de los que más valora los deportes electrónicos, actualizando con frecuencia las informaciones del dominio. Por ejemplo, el medio con mayor reconocimiento, AS, que además comparte su dominio de eSports con MOVISTAR, no actualiza habitualmente el contenido de su página web, quedando fuera del análisis de medios especializados por esta misma razón. Aunque su división de contenidos estaría mejor dispuesta.

El Español es el responsable de VANDAL, página pionera, creada en la década de los 90, para informar en español sobre videojuegos. Actualmente, la página con mayor contenido sobre eSports en España y la página líder, según Comscore, en lo referente a noticias de videojuegos, habiendo batido récord de audiencia el pasado agosto de 2021.

En cuanto a los medios generales, se valoran estos dos por la comodidad que nos ofrecen frente a otros medios tradicionales (ABC), ya que, aunque EL PAÍS limita su contenido al llegar a 10 artículos mensuales, no precisan de ningún tipo de suscripción para acceder a sus informaciones.

Comprobaremos de esta forma la valoración y el interés con respecto a los deportes electrónicos que realizan estos medios. El análisis del contenido consistirá en la búsqueda de todas aquellas noticias relacionadas con los eSports en los diferentes medios seleccionados.

Para su análisis, la información recabada en los diarios se archivará en una ficha. Los valores de dicha ficha serán los siguientes: medio para el que se redacta, fecha, número de noticias, tipo de noticia (reportaje, crónica... etc.), grado de especialización del redactor (colaborador, periodista habitual, conocimiento sobre eSports), profesión del redactor, tema del que trate la pieza, lenguaje técnico utilizado (conocimiento sobre el tema) y sección para la que son redactadas.

Las piezas a analizar habrán sido redactadas entre los días 1/11/2021 y 15/12/2021, es decir analizaremos los artículos escritos en ese mes y medio. La selección de estas fechas se debe al gran número de competiciones de repercusión, que se han celebrado, al menos en panorama internacional, durante los meses de noviembre y diciembre.

4. Discusión

Los eSports son la cuna de la plataforma Twitch.tv. ¿Qué hay tras la etimología de esta palabra? La “e” proviene del término inglés “electronic”, lo que sería en español electrónico, mientras que “sports”, hace referencia al deporte. La traducción completa se transcribe como “deportes electrónicos”. Durante las últimas tres décadas la profesionalización de los mismos, y sus eventos multitudinarios, han dado paso al reconocimiento de la figura que hoy en día se conoce como *gamer*, o jugador en español. No es de extrañar entonces que, como en todo otro deporte que se precie, detrás de estos jugadores existan grandes equipos de profesionales; entrenadores, psicólogos, preparadores físicos (debido a las horas que puede pasar sentado un profesional), e incluso en ocasiones, nutricionistas.

Pero la mezcla de ambos mundos no termina ahí. Además de los eventos de los que hemos hablado sutilmente antes, los contratos por temporadas, o la multitud de usuarios (consumidores, seguidores y jugadores), y las grandes cantidades de dine-ro que genera este entorno, etc., debemos tener en cuenta también la profesionalización de aquellas personalidades que a lo largo de los años han ido adentrándose en la industria de los eSports. Todas estas cualidades son una muestra de lo mucho que se acerca este mundo al del deporte convencional.

Los eSports cobran por primera vez gran importancia en la década de los 90, (Pérez Triviño, J.L 2017). En 1997, gracias al evento Electronic Entertainment Ex-po (E3), abierto en el momento gratuitamente únicamente a prensa, los eSports se pondrían en el punto de mira, causando una gran sensación en los Estados Unidos. Este evento que continúa su actividad a día de hoy, junta videojuegos online, macas que actúan como patrocinadores, fanáticos y concursos que aportan un punto más de atractivo y originalidad. (Goal, 2020), así como avances de las nuevas entregas dentro de la industria.

Sería en la primera década de los 2000 cuando comenzasen a inaugurarse los primeros canales de deportes electrónicos que emitirían las 24 horas del día. En esta época, Alemania fundaba el que es actualmente el equipo más grande del mundo; Electronic Sport League (ESL), convirtiéndose en pionera dentro del ámbito. Los eSports electrónicos no pasaron tan desapercibidos para el mundo del deporte, ocasionando que figuras como Alex Rodríguez, Shaquille O’Neal o Jimmy Rollins quisiesen invertir durante los años 2016 y 2017 en NRGSports, quienes según su propio portal son una compañía estadounidense de videojuegos y entretenimiento que se mueve en la industria de los eSports. Montero (2016) asegura que cuentan con especial presencia dentro del League of Legends (LoL) y el Counter Strike: Global Offensive.

A veces equipos de eSports dan el salto al deporte profesional, como es el caso de lo sucedido con DUX Gaming, quienes se unieron al equipo madrileño de Boadilla del Monte, equipo de fútbol Internacional de Madrid, formando así el DUX internacional. El club de eSports es conocido por su implicación con los videojuegos FIFA (fútbol) y NBA 2k (dedicado a baloncesto), y se unirían después de que este último comprase el “Inter”, convirtiéndose no solo en copropietario sino en promotor también de su propia imagen.

El propietario de este club de eSports no es otro que Mario Alonso Gallardo (DjMaRiiO), un youtuber reconocido

en la comunidad por su implicación con el videojuego FIFA. Otras figuras de importancia en el mundo deportivo, como el portero del Real Madrid, Thibaut Courtois, y el delantero del Betis Balompié Borja Iglesias, se unieron a la iniciativa de este creador de contenido convirtiéndose en socios e inversores del proyecto. Este equipo pasará a la historia como el primero en ser absorbido por unos de los clubes de eSports españoles, una clara evidencia de la intrusión de los deportes electrónicos en el mundo del deporte tradicional. Esta situación reivindica su creciente importancia y rentabilidad en el mundo deportivo. Ante esta tentativa otros profesionales de la industria de videojuegos como TheGrefg o Lolito adquirieron clubes de eSports como Heretics y Giants.

La presencia de estos deportes electrónicos es tan masiva que el Comité Olímpico Internacional (COI), organismo encargado de los juegos olímpicos y todo lo relacionado con ellos, reconoció en el año 2019 durante el mes de abril, el valor deportivo de los “deportes electrónicos”, incluyéndolos de esta forma en su carta olímpica. Aunque aún no se encuentran considerados como deporte olímpico, tal como puede leerse en el comunicado de la página oficial del comité: “aún falta para que se reúnan las condiciones para convertirlo en un deporte olímpico” Aseguran que: “La existencia de las trampas y las apuestas del mundo de los eSports hace que no se garantice el cumplimiento de las reglas del Movimiento Olímpico, por lo que es complicado que se acepte la llegada de los eSports a unos Juegos Olímpicos” (COI, 2019). Esto se debe a que la violencia de algunos videojuegos, como el League of Legends o el Call of Duty, impediría que pudieran considerarse deporte olímpico, solo pudiendo en todo caso realizarse competiciones de videojuegos de otra índole como el FIFA, PES (fútbol también) o NBA 2K (baloncesto).

El profesor José Luis Pérez Triviño en, Retos jurídicos de los eSports (2017), realizaba un estudio sobre el proceso al que debían someterse estos para ser aceptados como deporte profesional y sus posibilidades de cara a la competitividad olímpica. Para Triviño el inicio del fenómeno de los eSports se debe al League of Legends, perteneciente a la empresa Riot Games. Considera que gracias a este videojuego aparecieron ligas regionales tales como la LCS (League of Legends Championship Series) en Europa o Estados Unidos, la LPL (Tencent League of Legends Pro League) en China o la LCK (League of Legends Champions Korea) en Corea. Además de mundiales anuales, considerados por el autor los más profesionalizados dentro de la escena del deporte electrónico.

Antes de conseguir luz verde por parte del comité de juegos olímpicos, tendría que vérselas con la Carta Europea del Deporte (2012), que define el deporte de la siguiente forma: “Todo tipo de actividades físicas que, mediante una participación, organizada o de otro tipo, tengan por finalidad la expresión o la mejora de la condición física y psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones de todos los niveles” (pp. 8-9) Por esta misma definición surgió gran revuelo a la hora de considerar a los eSports como deporte. No cumplen muchos de los puntos de la definición, no toman por finalidad mejorar la condición física ni son actividades físicas.

José Luis Triviño decía que (2017): “los eSports, a diferencia de los deportes tradicionales, no cuentan con un cuerpo directivo institucionalizado centralizado que establezca las reglas del juego y se encargue de su aplicación”, lo que implicaba replantearse ciertos aspectos como “dotar de estabilidad a los clubes y competiciones” o “la homogeneidad de las mismas” (pp. 4), impidiendo así que los portadores de los derechos de los juegos no hicieran y deshicieran las reglas a su antojo. También añadía que debían corregirse aspectos en lo relativo a la edad de los jugadores, el entorno de la comunidad o el juego limpio (o fair play). Por suerte, como hemos comentado con anterioridad, y pese a todas las dificultades, ya son considerados como una actividad deportiva.

José Luis Rojas Torrijos en su libro llamado Manual sobre el periodismo deportivo (2017) dice que el periodismo debe innovar, creando nuevos medios en donde recabar, procesar y distribuir la información de forma que los contenidos y servicios que ofrezca no puedan distribuirse en otra parte. Más adelante habla de las nuevas formas de streaming y retransmisión en directo, así como del chat y los comentarios. Esta innovación supone un marco en el que, de hecho, se integran las secciones de los eSports en los novedosos medios deportivos españoles. Estas noticias ya no irán dirigidas a lectores de edad avanzada o intermedia, prototipo del contenido, y es que la audiencia de los eSports ha roto todos los esquemas.

5. Resultados

5.1. El País

Para la búsqueda de noticias, nos hemos dirigido al archivo web del medio El País, en el apartado de búsqueda hemos arrojado el término eSports para que nos aparecieran las noticias relacionadas con ese ámbito, es decir aquellas con el hashtag. Después hemos ido seleccionando las que pertenecían al mundo electrónico y se habían redactado dentro de nuestras fechas establecidas. Aunque EL PAÍS cuenta con una sección dedicada al deporte electrónico, en esta misma solo constan 2 noticias durante el mes de noviembre y las dos semanas de diciembre, en general está obsoleta. De ahí que la búsqueda se haya realizado sobre el archivo.

Nos encontramos, entonces, con un total de 5 artículos entre el 1 de noviembre y 15 de diciembre de 2021. En ocasiones otro tipo de noticias relacionadas con figuras que se desenvuelven en la plataforma Twitch son clasificadas también como propias de los deportes electrónicos, cuando no es del todo así. Un ejemplo de esto

último es una noticia sobre varias figuras del mundo del deporte tradicional que, sumándose a la iniciativa de varias estrellas de la plataforma, han decidido invertir en una aplicación dedicada a las criptomonedas. La noticia con el título “Corcóstegui, Roig y Castellano entran en la plataforma de criptodivisas Criptan” está redactada dentro del portal que pertenece a CincoDías.

Habría que tratar también la división del contenido, ya que el archivo web se compone tanto de noticias propias del periódico EL PAÍS, como del contenido de revistas u otros diarios que también pertenecen al medio. De esta forma, dos de las noticias presentes se desglosan en otro diario y una revista. Ambas pueden encontrarse dentro de la sección dedicada a economía en la web. La primera se desarrolla en CincoDías, uno de los primeros periódicos que naciesen en Madrid capital, mientras que la segunda se desarrolla gracias a la revista SMARTLIFE, *magazine* propio también del diario CincoDías. Con estos datos asumimos que 16,6% de los artículos que se encuentran bajo el *hashtag* eSports no comparten estrecha relación con el deporte electrónico, mientras que el 33,3% está redactado en medios que pertenecen a la misma empresa periodística pero no al mismo periódico. Al final solo el 50% del contenido, adaptado por completo a la temática, se desarrolla dentro del diario EL PAÍS.

Pasemos ahora al análisis del cuerpo de texto de las noticias; los géneros predominantes, informativos, son la noticia y el reportaje. El primer artículo que encontramos dentro del archivo es un reportaje; el desarrollo de la temática es extenso, podemos encontrar citas, infografías, fotografías y más profundidad en el contenido con respecto a lo que sería el desarrollo de cualquier noticia. Con fecha el día 30 de noviembre y bajo el título “Una universidad para futbolistas”, no es de carácter noticioso porque nos lleva a atrás en el tiempo y no desarrolla un suceso concreto, sino que se centra en un proyecto. Profundiza en la curiosidad por el aprendizaje y el desarrollo e implementación de ciertas oportunidades para un grupo concreto de la población (interés humano). Se desconoce el autor de la misma, pero se aprecia la investigación, en lo relacionado al proyecto, detrás de sus palabras. El lenguaje es cuidado, sencillo y conciso, aunque no especializado. No realiza realmente un desarrollo del deporte electrónico, pero sí el de una interesante propuesta (una de las cosas por las que apuestan es enseñar a usar la marca personal) que ha puesto en marcha Laliga para todos aquellos jugadores profesionales que estén interesados.

5.2. El Mundo

En el caso del diario EL MUNDO, al igual que sucedía con el caso del archivo web de EL PAÍS al arrojar el término eSports en el buscador aparecen bastantes noticias que no se encuentran del todo relacionadas con el tema; como la subida en bolsa de Telecom Italia o la subida, a consecuencia de la primera, de Telefónica...Cabría añadir que hay más noticias no relacionadas en este medio, pero también tendríamos que comentar que El Mundo incluye porcentajes de coincidencia respecto a la palabra clave junto al título de cada información.

Relacionadas con el *hashtag* eSports se han encontrado un total de 12 noticias durante las fechas señaladas. Cabe destacar que bajo esta categoría se encuentran análisis de juegos (Pokémon) que, aunque pertenecen también a la industria de los videojuegos, no se pueden considerar parte de los deportes electrónicos. Al final de entre esas 12, solo 3 cumplen los criterios para formar parte del análisis, habría cinco, pero una se encuentra escrita para la revista Píxel (perteneciente a El Mundo), y la restante apenas menciona los eSports al final del desarrollo de la pieza. No hay una sección dedicada a los eSports. Así los artículos se encuentran repartidos entre diferentes secciones: tecnología, videojuegos, comunidad valenciana, etc.

De los datos anteriores extraemos que sólo el 41,6% de los artículos que se encuentran con el *hashtag* eSports están relacionados con el tema, el 58,4% del contenido no estaría relacionado y, solo un 25% de las noticias, serían válidas o estarían escritas dentro del periódico.

El género que predomina también es el informativo, pero esta vez suele limitarse a la noticia. La primera pieza de la que hablaremos se remonta al 16 de noviembre de 2021. Redactada por TresB (colaborador), una agencia de comunicación cuya página oficial de difusión de contenido se encuentra en Twitter, informa del próximo proyecto de Gerard Piqué e Ibai: un nuevo equipo de eSports. Hasta ahora una de las noticias que más se adapta al formato web, adjuntando fotografías, tweets de las figuras implicadas y un par de videos. La agencia se adapta perfectamente al tema, pero no parece desarrollar ninguna labor respecto al mundo de los deportes electrónicos, es decir, no estaría especializada. La noticia está desarrollada de forma que, sin el uso de un lenguaje complicado, pueda optarse por leer solo la información que ofrecen las imágenes, videos o *tweets* y entender con ello el hecho noticioso. Forma un hilo recopilatorio de los acontecimientos a través del contenido multimedia. Un formato que sería interesante adaptar a las retransmisiones de los deportes electrónicos, como ya hacen con otros deportes. Se puede encontrar en el periódico bajo el siguiente título: “Así va a ser la presentación del equipo de Ibai Llanos y Gerard Piqué en el Palau Sant Jordi”.

5.3. El Desmarque

El dominio web dedicado a los eSports de El Desmarque cuenta con un total de 291 piezas entre el 1 de noviembre y el 15 de diciembre. 26 de las cuales se centran en el mundo del deporte electrónico, de hecho, la mayoría de las informaciones tienen que ver con equipos españoles o jugadores de estos equipos. Por lo general se centran en

el ámbito español, aunque algunas veces cubren noticias sobre grandes figuras internacionales de este deporte (como el jugador coreano Faker o el eslovaco Milkyx) y campeonatos como los Worlds 2021 o la Brawl Stars World Finals 2021, también de repercusión mundial.

Detrás de estas noticias se encuentran dos figuras, la primera es el periodista Juan Pérez, quien no sólo es el responsable de lo que se escribe en la sección de eSports, sino que también es responsable del portal principal de El Desmarque, además de ser el autor de la mayoría de las piezas, mientras que la segunda es Moisés Valderas, redactor de las secciones de eSports, cine y televisión en el mismo medio.

El 93% de las piezas escritas (291) utiliza el lenguaje especializado, es decir, se introducen tecnicismos o “lenguaje gaming” que sólo es comprendido por los jugadores a los que se dirige el artículo (lectores gamers) pero no por la audiencia general.

5.4. Vandal (El Español)

Vandal, que desde 2017 pertenece al medio El Español (se asociaron), es junto a MeriStation la web más antigua creada en España para informar sobre el contenido de videojuegos (1997). La primera diferencia que notamos entre la web de El Desmarque y el dominio al que pertenece VANDAL, es la diferenciación que hacen respecto al contenido. Esta última dispone de varias secciones en las que se incluyen los videojuegos, por lo que no surge una mezcla de contenido entre noticias referentes a videojuegos y noticias relacionadas con los deportes electrónicos. Otra de las características de la gran especialización que demuestra la página es que ofrece más contenido de carácter internacional, redactando noticias de competiciones, o equipos de otros países (como la cobertura de la final del torneo Free Asia Championship, la final del PGL Major Stockholm o la unión del jugador Rekkles al equipo francés KCorp).

Destaca por tanto por la pluralidad y la diversidad de sus informaciones, que al compararse con el otro medio especializado que analizábamos (El Desmarque), lo deja en un lugar bastante rezagado. Puede que, culpa de ello resida en que la temática más repetida a lo largo de la página de El Desmarque, como hemos mencionado, sean las miles de noticias relacionadas con el videojuego Brawl Stars. Sin embargo, en Vandal no existe ninguna pieza que mencione este juego, el medio hace especial hincapié en el LoL (10,63% de contenido), el Valorant (6,38%), el Cs: Go y el Rainbow Six (4,25% cada uno). Menciona también otros muchos juegos entre los que se incluirían el Call of Duty (6,6%), el Gran turismo (3,3%) o el Street Fighter (3,3%), muy reconocidos también dentro de la industria.

Dentro de la sección relacionada con los eSports encontramos un total de 47 piezas durante los días comprendidos entre el 1 de noviembre y el 15 de diciembre. El género que predomina en cada una de ellas es de carácter informativo y se trata, otra vez, de la noticia de actualidad. Raúl González — comparten el mismo nombre y apellido, pero no es el mismo periodista que aquel que colaboraba con la sección cultural de EL PAÍS — es el único redactor de la sección de eSports de VANDAL. Apoya sus piezas en el contenido multimedia, las cuales presentan hipervínculos (está vez nos dirigirán a otro dominio del mismo medio dónde se desarrolle la información), fotografías, hilos de Twitter ampliando el contenido o vídeos (mostrando, por ejemplo, las espectaculares jugadas de un jugador).

Este portal tampoco requiere de ningún tipo de suscripción para acceder a su información. Cabe destacar que, en ambos medios especializados, hay un periodista (o en el caso anterior, dos) encargado de escribir toda una sección, esto nos lleva a pensar que tal vez los responsables del medio no quieran ceder más recursos o tiempo a este tipo de contenidos.

En cuanto a la valoración del análisis cualitativo, la totalidad de las noticias analizadas presentan siempre algún término de carácter técnico, ya sea del mundo de los deportes electrónicos o los videojuegos de los que se habla, que las convierten en informaciones dirigidas a un sector de la población concreto, y en general a aquel perteneciente al mundo del *gaming*. En lo que respecta a las noticias relacionadas con los eSports (47 entradas en la página) hemos hecho una división del contenido en cuanto a los siguientes términos: competiciones, eventos, equipos, jugadores, videojuegos, clubes y financiación.

6. Conclusiones

Al comparar ambas vertientes periodísticas, la tradicional y la especializada, podemos darnos cuenta de que los medios generalistas todavía no llegan a considerar a los eSports como propios de la industria del deporte, categorizándolos como parte de las innovaciones tecnológicas y, en última instancia, como parte de los videojuegos. Como hemos comentado, entienden su dimensión, el auge económico que generan, sus propios artículos son muestra de ello, pero todavía no los enfocan por lo que son. No nos extraña si nos remontamos a la historia deportiva de los mismos: aún no son reconocidos como deporte olímpico y solo recientemente han sido considerados como un deporte. Además, el sensacionalismo que mencionábamos con anterioridad tampoco ayuda a crear un buen concepto.

La opinión de los medios especializados, como hemos ido demostrando, no tiene nada que ver. Tendrá sus faltas en otros ámbitos, pero no en este. Por tanto, el periodismo sí es consciente de la audiencia en auge que promueven los deportes electrónicos, no crearía noticias que promuevan el sensacionalismo y no existirían

medios especializados con tantísimas piezas, de no ser así. El problema es que la profesión periodística en lo que respecta a los deportes electrónicos está mal enfocada. Así pues, si en los medios generalistas encontrábamos a profesionales que no tenían conocimiento alguno de este ámbito, aquí encontramos conocedores del ámbito que no tienen conocimiento de la profesión. ¿Cómo se podría arreglar este problema? Lo más lógico es que la unión de ambas situaciones sea la acción concluyente. No es un problema que resida en ninguno de los medios, más bien, primero debe surgir una inquietud en el mundo del periodismo profesional a favor de esta industria. ¿Cómo? Tendrá que surgir por parte de la sociedad, quien con sus demandas y gracias a la opinión pública consiga moldear y cambiar la perspectiva por la que ahora se concibe a los eSports, tal y como dice la teoría de la agenda *setting*, basada en el libro de Cohen (1963) en *The press and foreign policy*, quien también hubiera recogido los estudios empíricos de McCombs y Shaw. Solo entonces se podrán educar a los nuevos profesionales en el entorno que genera esta industria y sus particularidades. De la misma forma que, llegados a este momento, otro tipo de piezas más profesionalizadas y extensas sobre el deporte electrónico, podrán encontrar su público *target*.

Referencias

- AIMC. (2020). *Audiencia general de Medios*, EGM 3ª ola. <https://reporting.aimc.es/index.html/main>
- AIMC. (2021). *23º Navegantes en la red, Encuesta AIMC a usuarios de internet*. <https://www.aimc.es>
- Alexandre, J. (2020). *Twitch now let's anyone host an online movie party with the Amazon Prime Video library*. University of California Press.
- Antevenio (2019). *Principales patrocinadores de eSports en España*. <https://www.antevenio.com>
- Archivo El mundo (s.f.). El Mundo. <https://www.ariadana.elmundo.es>
- Archivo El país (s.f.). El País. <https://www.elpais.com/archivo/>
- Ayoya V. (2019). El COI acepta los eSports como actividad deportiva. <https://www.marca.com/esports/>
- Barrio, F. (2021). Twitch más allá de los videojuegos: periodistas y políticos se aben espacio en la red <https://www.elindependiente.com/futuro/gadget/2021/01/24>
- Bardin, L. (1996 2ªed). *Análisis de contenido*. Akal
- Die J., Cuadrado, F., Tyson G., & Uhlig, S. (2015). *Behind the Game: Exploring the Twitch Streaming Platform*. Researchgate. <https://researchgate.net/publication/2850557996>
- Favis, E. (2020). Ninja is returning to Twitch. <https://www.washingtonpost.com/video-games/2020>
- Gutiérrez-Lozano, J.F. (2020). El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil. *Revista internacional de comunicación* nº 50 (pp. 37-11).
- Pérez Triviño, J.L. (2017). Retos jurídicos de los eSports. LaLiga.es. <https://fi-les.laliga.es/pdf-hv/revista-juridica/n07/articulojoseluisperez.pdf>
- Press, E. (2017). El COI considera los eSports actividad deportiva y abre las puertas a que ingresen en el Movimiento Olímpico. <https://europapress.es/deporftes/olimpiadas-00169/noticiacoi>
- Pickel, D. (2019). *What is eSports and how did it becomes a \$1 billion industry?* <https://learn.g2.com/>
- Roig, A. (2021). Lo de Ibai: Twitch y, de nuevo, el futuro de la televisión. *Revista de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación* (nº 109). <https://doi.org/10.7238/c.n109.2125>