

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2020-2021



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

**Esports: un nuevo acercamiento al mundo de los deportes
electrónicos en formato vertical.**

Esports: a new approach to esports' world in a vertical format.

Alumno: Jordi Laguía Morales.

Tutor: Félix Arias Robles.



RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo presentar cinco de los más grandes deportes electrónicos a personas ajenas a este mundo. Los esports son competiciones de videojuegos con unas reglas y directrices claras adaptadas a cada videojuego y competición concreta. Gozan de gran popularidad, sobre todo entre la población joven y cada vez se van adaptando más figuras del deporte tradicional para profesionalizarse como, por ejemplo, los entrenadores, los preparadores físicos o los psicólogos deportivos.

El reportaje se presenta en vídeo de formato vertical, adaptado para pantallas de móviles, y está subtulado, con el fin de adaptarlo a las nuevas tendencias de consumo y de que el espectador pueda verlo sin sonido.

Para el reportaje, en cada uno de los cinco capítulos se utilizan principalmente vídeos de archivo de los juegos y competiciones de los que trata cada reportaje y se finaliza con una entrevista a una persona destacada de cada deporte electrónico, ya sea jugador, comentarista o influencer.

El resultado es una serie de 5 vídeos sobre distintos deportes electrónicos (speedrunning, Fighting Games, League of Legends, VALORANT y Counter-Strike: Global Offensive), publicados en YouTube, el repositorio de vídeos por excelencia, en Instagram, la red social que más está creciendo. Es una serie ideada para iniciar a gente ajena, pero con cierto interés, a los deportes electrónicos en un formato novedoso, ligero y con una entrevista final con gran valor, con invitados destacados.

ABSTRACT

This reportage has the objective of present five of the biggest esports to people that are not really into esports. Esports are videogames competitions with clear rules and directives that are adapted to each videogame and particular competition. They have a great popularity, especially in the young population and they are adapting some traditional sports profiles to professionalize the industry, like coaches, physical trainers or sports' psychologists.

This reportage has a vertical format, adapted to smartphones' screens and it's subtitled so the public can see and enjoy the video even out of their homes.

For this reportage, I used stock videos of the games and competitions that appears in every video and, to finish each video, there is an interview with an important person of each esports, it can be a player, a caster or an influencer.

The result is a set of 5 videos about different esports (speedrunning, Fighting Games, League of Legends, VALORANT and Counter-Strike: Global Offensive), published on YouTube, the most important videos' repository of the internet, and on Instagram, a growing social network. The objective of this set of videos is to introduce people with some interests in esports to the world of the videogames' competitions. It's a new quick format with a final valuable interview, with important guests.

Palabras clave:

Esports - videojuegos - vídeo online - formato vertical - Instagram - Youtube

Keywords:

Esports - videogames - online video - vertical format - Instagram - Youtube



ÍNDICE

1. Introducción y justificación.....	págs 5-6
2. Material y método de trabajo.....	págs 7-13
3. Contenido del reportaje publicado.....	págs 14-19
4. Interpretación derivada de la investigación.....	págs 20-21
5. Bibliografía y fuentes documentales.....	pág 22
6. Anexo I: Anteproyecto TFG.....	págs 23-27
6.1. Definición de la temática y el enfoque y justificación de su valor noticioso.	
6.2. Objetivos + hipótesis.	
6.3. Cronograma.	
6.4. Relación de documentación recabada sobre el asunto (referencias, datos, informes, contexto y análisis de otros textos).	
6.5. Selección, presentación y justificación de las fuentes propias.	
6.6. Presentación del autor y breve currículum.	
7. Anexo II: Guiones completos de todos los vídeos.....	págs 28-43
7.1. Guión speedrunning.	
7.2. Guión fighting games.	
7.3. Guión League of Legends.	
7.4. Guión Counter-Strike: Global Offensive.	
7.5. Guión VALORANT.	

1. Introducción y justificación.

Esports: un nuevo acercamiento al mundo de los deportes electrónicos en formato vertical, es un reportaje dividido en 5 capítulos, en formato vertical (adaptado para dispositivos móviles) y que se ha publicado tanto en YouTube como en Instagram (IGTV).

Este reportaje está creado con la intención de acercar el mundo de los deportes electrónicos (una industria con un enorme crecimiento en Europa y en España) a gente que tenga interés por ellos, pero que sea un experto. Son vídeos cortos (no llegan a los 10 minutos) explicando las bases del juego (o juegos) en cuestión, su estructura competitiva y que terminan con una entrevista en la que se habla del deporte electrónico con una persona relevante de las principales competiciones.

Los esports son una industria en continuo crecimiento en todo el mundo y, concretamente, en Europa y España, el crecimiento es obvio, [tal como explicó Sheila Matamoros \(2019\) en el diario Expansión el año pasado](#).

España ha sido anfitriona de [las fases finales del Mundial de League of Legends de 2019](#), de las que se hizo eco Fran G. Matas (2019) en Vandal, de El Español (el evento de esports más importante del mundo). Tal como destaca Lafont (2020) en Esportmaniacos, España es uno de los [4 países elegidos para tener su propia liga oficial de Dragon Ball Fighterz](#) (uno de los juegos de lucha más populares del mundo) y es una eminencia en juegos como VALORANT ([donde el jugador español Mixwell está ganando todas las competiciones de gran importancia](#)). Así lo confirma Álvaro Guiñón (2020) en Movistar Esports, de AS) o Counter-Strike: Global Offensive ([con ligas propias tan interesantes como la One Tap League](#), destacada por el periodista Carlos Díaz (2020) en Movistar Esports, de AS).

Aunque el tema de los deportes electrónicos ha sido obviamente tratado por los medios y periodistas tanto de forma tradicional como audiovisual en YouTube o Twitch (a la vista está el programa [Esportmaniacos](#), que triunfa en estas plataformas), nunca se había creado un contenido para gente nueva que quiera entrar y enterarse del mundillo de

los deportes electrónicos en el formato más cómodo de ver en la sociedad actual: vídeos en vertical para poder ver en nuestros smartphones sin tener que girar la pantalla.

Además, cuando se habla de deportes electrónicos en medios tradicionales se suele hablar como hace el diario 20minutos (2020), de [las grandes cifras](#) y grandes eventos o, sobre todo, del deporte electrónico electrónico rey, League of Legends. Un ejemplo es la noticia de Movistar Esports, parte del diario AS, en la que [Carlos Díaz \(2020\) habla de que un equipo histórico del juego no irá a los Mundiales](#). En Esports en vertical, busco, fuera de adaptarme a las nuevas necesidades a la hora de consumir contenido, unos deportes electrónicos más nicho, como por ejemplo, los Fighting Games, el Speedrun o el recién llegado VALORANT,



2. Material y método de trabajo.

CRONOGRAMA 'ESPORTS EN VERTICAL'												
FASES	MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO	
	1-2 SEMS	3-4 SEMS	1-2 SEMS	3-4 SEMS	1-2 SEMS	3-4 SEMS	1-2 SEMS	3-4 SEMS	1-2 SEMS	3-4 SEMS	1-2 SEMS	3-4 SEMS
PLANTEAMIENTO, ESCRITURA DE GUIÓN Y BÚSQUEDA DE FUENTES												
GRABACIÓN DE AUDIO Y VÍDEO, REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS												
EDICIÓN DE AUDIO Y VÍDEO Y SUBTITULADO												
REVISIÓN CON TUTOR Y CORRECCIÓN SI ES NECESARIA												
TÍTULO DE VÍDEO	SPEED-RUNNING	FIGHTING GAMES	LEAGUE OF LEGENDS	COUNTER-STRIKE: GLOBAL OFFENSIVE	VALORANT							
COLOR												

En prácticamente cada deporte electrónico, hay una fuente distinta, excepto en Counter-Strike: Global Offensive y VALORANT, que por la naturaleza de los mismos, tiene la misma fuente. Las fuentes son:

a) En Speedrunning, Iván Laguía Morales, conocido en internet como “SN_Idiot”, un “runner” (que así se les conoce a los que compiten en ese deporte) alicantino, actualmente top 1 en una de las disciplinas de Metroid Fusion (juego de Game Boy Advance) y uno de los mejores de Europa en juegos como Metroid Zero Mission o Crash Bandicoot 2: Cortex Strikes Back. Su perfil es tan interesante que un gran evento internacional como Dreamhack Valencia contactó personalmente con él para jugar en un maratón benéfico de Speedruns para apoyar a Médicos sin Fronteras en su edición de 2019. También, Iván Laguía es comentarista de la retransmisión oficial en castellano de Games Done Quick, la maratón benéfica de speedrun más grande del mundo.

b) En Fighting Games, la fuente es Daniel García Marín, conocido en internet como “Gamba”, un jugador de Dragon Ball Fighterz (uno de los juegos de lucha más populares actualmente) de ROV Gaming y uno de los mejores jugadores de España. Daniel García ha participado en torneos nacionales por toda España y ha jugado también

en otros tantos internacionales, enfrentándose a jugadores de talla mundial y convirtiéndose en una figura de referencia en cuanto a Dragon Ball Fighterz en España.

c) En League of Legends, la fuente invitada es Ainhoa Campos Zurriaga, mejor conocida como Noa, una conocidísima comentarista en LVP (Mediapro). Ha comentado la SuperLiga Orange (la mejor liga del país), la League European Championship (la mayor liga europea) y ha comentado y presentado el Mundial de League of Legends, el mayor evento de esports del mundo.

d) En Counter-Strike: Global Offensive, contamos con Aritz Acevedo, conocido en internet como “Moyorz97”, un influencer, streamer y creador de contenido de Movistar Riders, uno de los equipos más importantes del panorama nacional, con equipos de gran importancia en League of Legends, Counter-Strike: Global Offensive...

e) En VALORANT volvemos a contar con Aritz Acevedo, al ser dos juegos de corte similar (shooters tácticos en primera persona) y al ser Acevedo creador de contenido de ambos juegos (actualmente más centrado en VALORANT), sigue siendo una voz importante y, además, interesante, al poder comparar ambos juegos con conocimiento profundo de ellos.

El reportaje sigue una estructura serial, en YouTube e Instagram TV, con un capítulo por semana especializado en cada deporte electrónico, con el mismo orden de creación: Speedrunning, Fighting Games (estos dos serían el bloque de nicho), League of Legends (el plato fuerte), Counter-Strike: Global Offensive (el primer shooter) y VALORANT (el segundo shooter y juego más moderno de todos).

Esta serie de vídeos se estrenó finalmente en Estadio Esports, un medio sobre deportes electrónicos, especialmente centrado en Counter-Strike: Global Offensive y League of Legends, en el que participan colaboradores de medios escritos como Esportmaniacos, Millenium o Full Esports.

La estrategia en redes ha sido publicarlo en las redes sociales de Estadio Esports, un medio en crecimiento (el twitter se creó en marzo de 2020), concretamente, en su canal de YouTube y en su Instagram TV. Su canal de YouTube es un proyecto que el medio quiere potenciar, mientras que Instagram no es una red social que funcione bien en los deportes electrónicos, pero les interesaba tener algo de contenido en la cuenta, así que fue interesante.

Todos los vídeos se publicaban a la vez en YouTube e Instagram TV, menos los dos últimos, por un problema informático, y se sacaba un tweet promocionando el contenido a través del twitter del medio online, mencionando al entrevistado siempre.



Para los vídeos de Valorant y Counter-Strike: Global Offensive, se pensó en poner un recorte del vídeo de un minuto en twitter, para atraer la atención al público objetivo.



Estadio Esports @EstadioEsports · 22 oct.

...

🔴 ¡VOLVEMOS A YOUTUBE! 🔴

En este nuevo episodio de Esports en 5 minutos, la serie del TFG de [@jordilmk](#) habla de uno de los deportes electrónicos que más amamos: el [#CSGO](#)

¡Y la entrevista es con [@Moyorz87](#) de [@Movistar_Riders](#)! Imprescindible youtu.be/BrYJQVKPHrs





Y el vídeo que mejor acogida tuvo en twitter fue el de Fighting Games, al tener un buen apoyo en la comunidad, llegando a tener 21 retweets y 26 me gustas. Esto confirma que hacer contenido de una comunidad que es más nicho, si es de calidad, tiene buena acogida.



Ya entrando en la repercusión de los vídeos, en YouTube en total acumulan 166 reproducciones en YouTube y en Instagram TV, 156. Un total de 322 reproducciones entre las dos plataformas, sin contar las que tengan los mini vídeos de twitter para atraer a los espectadores.

El vídeo que mejor funcionó en YouTube fue, también, el de Fighting Games, con 73 reproducciones en un canal con poca repercusión (Estadio Esports se maneja más en twitch.tv).

#EntradaEstadio

FIGHTING GAMES con @GambaTioBo - Esports en 5 minutos - EP 2

73 visualizaciones · 2 oct 2020



Estadio Esports

39 suscriptores

La recepción general ha sido buena, aunque la repercusión haya sido pequeña, los propios integrantes de Estadio Esports decidieron publicar el contenido tras revisarlo, diciendo que era un buen contenido e, incluso, el vídeo de Counter-Strike: Global Offensive se comentó en directo en un programa sobre el videojuego en twitch.tv y recibió buenas críticas.



3. Contenido del reportaje publicado.

Speedrunning:

El speedrun es un deporte electrónico muy nicho, que consiste en pasarse juegos lo más rápido posible, compitiendo en clasificaciones online contra jugadores del mismo juego en todo el mundo. Es un sport muy relacionado con la beneficencia, puesto que sus más grandes competiciones suelen ser maratones solidarios a favor de ONGs como Médicos sin Fronteras u organizaciones que luchan contra el cáncer infantil, como algunos ejemplos.



Fighting Games:

Los juegos de lucha, o fighting games, son de los esports más antiguos del mundo, desde las máquinas de arcade hasta hoy en día, grandes títulos como Street Fighter, Mortal Kombat, Tekken o, ahora mismo, Dragon Ball Fighterz, son juegos por todo el mundo conocidos. Con una naturaleza de duelos un jugador versus un jugador, y con competitivo desde hace muchos años, los juegos de lucha se merecían un hueco en esta serie.





[League of Legends:](#)

League of Legends es un juego de estrategia en tiempo real en el que 5 jugadores se enfrentan contra otros 5 jugadores por ser el primero en destruir la base enemiga y romper el nexo. Es el deporte electrónico rey, al menos en España, y cuenta con ligas regionales, continentales y un torneo mundial gigante y muy atractivo, en el que compiten regiones pequeñas (Rusia, Latinoamérica, Oceanía...) y las consideradas “grandes regiones” (Europa, China, Corea y Norteamérica).



[Counter-Strike: Global Offensive:](#)

Counter-Strike: Global Offensive es la última versión del videojuego Counter-Strike, un shooter táctico en primera persona multijugador en línea. Es uno de los deportes electrónicos más longevos y, siguiendo un sistema competitivo parecido a la ATP de tenis, los equipos compiten por llegar al Major, el gran torneo por excelencia del videojuego.



VALORANT:

De los creadores de League of Legends, VALORANT es otro shooter táctico en primera persona multijugador en línea, con la diferencia de que aquí hay personajes distintos con habilidades diferentes para adaptar mejor tu estilo de juego. Es un juego nuevo y en crecimiento y equipos como G2 Esports, Vodafone Giants o FunPlus Phoenix ya han apostado por tener un equipo que compita en este juego.



es prácticamente mortal
con casi todas las armas

4. Interpretación derivada de la investigación.

Después de realizar este reportaje serial como Trabajo de Fin de Grado, he descubierto grandes y buenas noticias: la principal, que el editar y trabajar en formato vertical es fácil una vez te acostumbras, abre muchas opciones expresivas completamente nuevas e interesantes y es un formato muy cómodo de ver en un smartphone que es, lógicamente, el medio de reproducción más popular de España, donde [la gran mayoría de la población tiene en sus manos un dispositivo móvil inteligente](#), tal como se hacía eco el diario ABC en 2016.

Otra gran lección aprendida con este reportaje serial es que hay deportes electrónicos muy poco explotados y aprovechados, como son el Speedrunning y los Fighting Games, con comunidades muy activas, atentas y con ganas de ayudar y que se haga contenido sobre ellos, todo un nicho que se debería barajar para explotar en un futuro cercano y lejano en el periodismo de deportes electrónicos.

También aprendí sobre la difusión y el trabajo en redes sociales que los esports más nicho son en los que es más fácil llamar la atención de los deportes electrónicos por la escasez de su contenido en castellano.

El reportaje se presentó en formato serial en el medio Estadio Esports, se usó su [canal de YouTube](#) para subir los vídeos y sus cuentas de [twitter](#) e [instagram](#) para difundirlos. Al ser un medio pequeño y coincidir con los Mundiales de League of Legends, se intentó que la difusión llegara más a los nichos que a los esports grandes, así pues, el vídeo que mejor ha funcionado es el de [Fighting Games](#), que llegó a ser retwitteado entre gente importante del deporte electrónico, como jugadores profesionales o influencers, resultando en ser [el tweet de la serie con mejor difusión entre su público](#).

Los esports tal como lo definen Juho Hamari y Max Sjöblom en “¿Qué son los esports y por qué la gente los ven?” (2017) son “una forma de deporte donde los aspectos primarios del deporte están facilitados por sistemas electrónicos; el estímulo de los jugadores y los equipos y el rendimiento del sistema de los esports están mediados por interfaces humano-ordenador.”

Sin duda, es una industria en crecimiento, los videojuegos ya han superado al cine como fuente principal de entretenimiento y las competiciones son cada vez más interesantes y masivas, habrá mucha gente que estará interesada en entrar al mundillo y

no sabrá muy bien cómo, para esa gente está pensada esta serie de vídeos de distintos esports, con los grandes valores diferenciales de ser vídeos verticales y cerrar con entrevistas a personas de especial relevancia de cada deporte electrónico, lo que dota a los vídeos de unas declaraciones de gran valor e importancia en la industria, que también presenta a una persona importante de cada sport a un espectador que quiere conocer ese deporte concreto.

Sería interesante continuar en un futuro esta serie con otros reportajes de corte parecido de algunos deportes electrónicos que no han podido aparecer, tanto populares (FIFA, Call of Duty, Clash Royale...) como otros más nicho (Rocket League, Teamfight Tactics...) y poder seguir creando contenido en vertical sobre deportes electrónicos, pasando de presentar esports a profundizar en algunos de ellos con conceptos básicos, repastos de partidos oficiales... respetando la corta duración y el formato vertical subtulado, lo que será el factor diferencial de la marca.



5. Bibliografía y fuentes documentales.

- Matamoros, Sheila (2019). [España, en la primera división de los eSports](#). Diario Expansión.
- G. Matas, Fran (2019). [League of Legends llena Vistalegre en Madrid en los cuartos de final del mundial](#). Vandal, de El Español.
- Lafont (2020). [España tendrá liga nacional oficial de Dragon Ball FighterZ, y Roshi será el próximo personaje DLC](#). Esportmaniacos.
- Guiñón, Álvaro (2020). [Los datos lo demuestran: Mixwell es el mejor jugador de Valorant](#). Movistar Esports, de AS.
- Díaz, Carlos (2020). [Así será One Tap League: horario, formato del torneo y premios](#). Movistar Esports, de AS.
- 20 Minutos (2020). [Los 'eSports', un negocio de 453 millones de espectadores en todo el mundo](#).
- Díaz, Carlos (2020). [Faker no estará en Worlds 2020: Gen.G pasa por encima de T1](#). Movistar Esports, de AS.
- ABC (2016). [España, el país con más «smartphones» por habitante del mundo](#).
- Hamari, Juho & Sjöblom, Max (2017). [What is eSports and why do people watch it?](#) Emerald Insight.

6. Anexo I: Anteproyecto del TFG

Anteproyecto del TFG - Jordi Laguía Morales

1. Definición de la temática y el enfoque y justificación de su valor noticioso

Este Trabajo de Fin de Grado se plantea como una serie de reportajes en vídeo sobre deportes electrónicos, enfocados para verse desde el móvil (están editados en vertical, para poder disfrutar del vídeo sin tener que girar el dispositivo). Los vídeos también están enfocados para un público que sienta cierto interés por los deportes electrónicos pero no sepa nada de ellos, y usará estos vídeos para informarse en poco tiempo de 5 esports distintos.

Los deportes electrónicos son una industria en crecimiento y que ganará importancia en Europa y en España con el paso del tiempo, la idea de este Trabajo de Fin de Grado es darle a la industria un buen contenido didáctico y periodístico, con entrevistas a fuentes destacadas de cada sport para darle un valor extra a cada vídeo.

2. Objetivos + hipótesis

Uno de los objetivos de esta serie de reportajes es informarle a personas ajenas a los deportes electrónicos sobre 5 esports variados e interesantes, como son speedrunning, fighting games, League Of Legends, Counter-Strike: Global Offensive y VALORANT.

Otro objetivo es explorar un formato innovador en nuestro país y es que los vídeos sean en vertical, perfectos para poder ver desde el móvil en una situación cotidiana como en la cama, en el transporte público (están completamente subtítulos para poder verse sin sonido) y serán publicados en YouTube e Instagram TV, las dos plataformas perfectas para este tipo de formato.

Hipótesis:

-El periodismo de esports en España es un terreno por explorar, completamente nuevo y una es una industria llena de oportunidades para nuestro oficio.

-Este TFG es un gran paso para entrar en el periodismo de esports, creando contenido de 5 tipos de deportes electrónicos distintos.

-Es indispensable adaptarse al público y crear contenido de deportes electrónicos más nicho (speedrunning, fighting games) o más nuevos (VALORANT), además de ser el primer paso de un producto fácilmente ampliable, puesto que hay otros deportes electrónicos de los que se podría hacer su vídeo (Clash Royale, FIFA, Call of Duty...) o, siguiendo el formato, ampliar conceptos de los que ya se han hablado (explicar a fondo cómo funciona el Mundial de League of Legends, hablar sobre el juego de peleas de RIOT Games cuando salga...).

-El futuro de la comunicación audiovisual pasa por adaptarse a la nueva forma de consumir contenido, y es inevitable adaptarse al móvil. El formato en vertical es innovador a la vez que práctico en la sociedad actual.

3. Cronograma

CRONOGRAMA 'ESPORTS EN VERTICAL'												
FASES	MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO	
	1-2 SEMS	3-4 SEMS	1-2 SEMS	3-4 SEMS	1-2 SEMS	3-4 SEMS	1-2 SEMS	3-4 SEMS	1-2 SEMS	3-4 SEMS	1-2 SEMS	3-4 SEMS
PLANTEAMIENTO, ESCRITURA DE GUIÓN Y BÚSQUEDA DE FUENTES												
GRABACIÓN DE AUDIO Y VÍDEO, REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS												
EDICIÓN DE AUDIO Y VÍDEO Y SUBTITULADO												
REVISIÓN CON TUTOR Y CORRECCIÓN SI ES NECESARIA												
TÍTULO DE VÍDEO	SPEED-RUNNING	FIGHTING GAMES	LEAGUE OF LEGENDS	COUNTER-STRIKE: GLOBAL OFFENSIVE	VALORANT							
COLOR												

4. Relación de documentación recabada sobre el asunto (referencias, datos, informes, contexto y análisis de otros textos)

Para la documentación del TFG y la elección del tema, he leído artículos sobre la industria de los esports en España, como [este](#) de Sheila Matamoros en el diario Expansión y otros interesantes artículos sobre la industria de los deportes electrónicos mundial y su previsión de crecimiento, como [el que publicó en enero de este mismo año](#) Marcos Antón en Marca, para explorar y saber la rentabilidad de lanzarme a un proyecto de este tipo.

En cuanto a recabar información de distintos deportes electrónicos, los dos esports más populares, League of Legends y Counter-Strike: Global Offensive, tienen sus propias enciclopedias en línea con toda la información sobre jugadores, equipos, competiciones y resultados. En el caso de League of Legends, se le conoce como [Leaguepedia](#) y en Counter-Strike: Global Offensive, como [Liquipedia](#). Son fuentes muy usadas por profesionales y aficionados de estos deportes electrónicos, con datos actualizados al momento.

En cuanto a otros esports como el mundo del speedrunning, la fuente documental más útil es [Speedrun.com](#), que tiene información de jugadores, juegos, resultados y tiempos, los datos más importantes del mundillo del speedrunning, además de que puedes ver rankings y las actualizaciones en directos de resultados de todo tipo de juegos.

Para buscar información de fighting games, sobre todo términos, tutoriales y etcétera, ha servido de mucho la comunidad de YouTube, sobre todo [el canal de Barcelona Fighters](#) y otros tantos tutoriales y vídeos explicando terminología y mecánicas necesarias para saber y poder hablar de forma correcta sobre los juegos de lucha.

Para VALORANT ha sido un poco más complicado, en gran parte mucha información extraída en cuanto a habilidades, agentes y etcétera, sale de mi propia experiencia con el juego, mientras que la información sobre el circuito competitivo viene [de la página oficial de VALORANT](#).

5. Selección, presentación y justificación de las fuentes propias.

Para cada vídeo de la serie de reportajes hay una entrevista a una figura destacada de cada deporte electrónico. Son las siguientes:

-En speedrunning, tenemos a Iván Laguía, cuyo apodo en el mundillo es “SN_Idiot”. Es un competidor alicantino, actualmente el mejor del mundo en una disciplina de carrera del juego Metroid Fusion, de Game Boy Advance y es uno de los mejores jugadores de Europa en juegos como Metroid Zero Mission (Game Boy Advance) o Crash Bandicoot 2: Cortex Strikes Back (de PlayStation). Es un perfil realmente interesante e importante en el mundillo del speedrunning español, ha llegado a participar en un gran evento gaming internacional como es la Dreamhack Valencia, en un maratón benéfico para Médicos Sin Fronteras, además, ha sido comentarista oficial en castellano de Games Done Quick, la maratón benéfica de speedrun más grande del mundo.

-En el vídeo de los juegos de lucha, la fuente es Daniel García, conocido como “Gamba”, jugador de ROV Gaming de Dragon Ball FighterZ y una figura importante en la escena, con un canal de Twitch con un público bastante fiel, con participaciones en torneos internacionales de gran importancia y siendo uno de los favoritos en todos los torneos nacionales a los que se presenta. Actualmente también forma parte de la liga oficial española de Dragon Ball FighterZ, confirmándose como uno de los 8 mejores jugadores del país.

-En League of Legends, la fuente es Ainhoa Campos, conocida como “Noa”, conocida comentarista y presentadora en LVP (Mediapro). Ha comentado la máxima competición española (Superliga Orange), además de competiciones internacionales como la League European Championship (LEC, la mayor liga europea) o, incluso, la

mayor competición de esports, el Mundial de League of Legends, en el que comentó en directo y presentó en el Palacio Vistalegre de Madrid.

-En el vídeo de Counter-Strike: Global Offensive, la fuente es Aritz Acevedo, conocido como “Moyorz87”, creador de contenido oficial de Movistar Riders, uno de los equipos más importantes en los deportes electrónicos en España con grandes plantillas en juegos como League of Legends o el propio Counter-Strike: Global Offensive. Al llevar jugando desde las primeras versiones de Counter-Strike, Aritz Acevedo tiene un gran valor como fuente a la hora de hablar del shooter.

-En VALORANT, se vuelve a contar con Aritz Acevedo, los últimos directos en su canal de Twitch han sido sobre VALORANT y ha jugado al reciente juego de Riot Games desde la beta. Podrá aportar buenos conocimientos además de poder compararlo con Counter-Strike, el gran rival de VALORANT en el sector de los esports.

6. Presentación del autor y breve currículum.

En cuanto a mí, soy Jordi Laguía Morales, estudiante de Periodismo de la Universidad Miguel Hernández (Elche) y tengo una relación cercana con el tema del Trabajo de Fin de Grado elegido, puesto que he trabajado como corresponsal en [LVP](#) (Mediapro), en la Superliga Orange de League of Legends, además de colaborar en los programas del podcast [Estadio Esports](#) y trabajar de Community Manager en equipos como [LK Esports](#) o [Wizards Club](#).

Mi objetivo es ser un periodista de gran reputación en el mundillo de los deportes electrónicos en España, y espero que este TFG sea uno de los primeros pasos de ese gran camino.

7. Anexo II: Guiones completos de todos los vídeos.

Guión Speedrunning:

[INTRODUCCIÓN. IMÁGENES Y VÍDEOS CON MÚSICA DEL SPEEDRUNNING]

VOZ EN OFF: El “speedrun” es una competición mundial entre jugadores que consiste en pasarse un videojuego lo más rápido posible. Hay de todo, desde juegos más retro, como The Legend of Zelda: Ocarina of Time, uno de los juegos más populares o Super Mario 64, otro grande del speedrun, a más modernos, como Undertale o Kingdom Hearts III, lanzado en 2019

Pero... ¿Cuáles son las claves para conseguir entender el speedrun?

EL MÉTODO

Para conseguir el objetivo de completar los juegos lo más rápido posible, normalmente, los jugadores (a los que llaman speedrunners), usan trucos para ahorrar tiempo o abusan de errores del juego, aunque en algunas categorías de speedrun no lo hagan.

[VÍDEO CON EJEMPLO DE FONDO MIENTRAS SE HABLA]

LA BENEFICENCIA.

Aunque el speedrun sea un deporte electrónico muy de nicho, es, cuanto menos, curioso, puesto que gran parte de su popularidad se basa en los gigantescos maratones benéficos que organiza su comunidad, en el que se juntan varios speedrunners especialistas de sus juegos, mientras se ponen ciertos objetivos económicos, con los que tiene que llegar el público a través de donaciones. En uno de estos eventos, por ejemplo, la Awesome Games Done Quick (AGDQ) 2020, consiguieron recaudar 3 millones de dólares para la prevención del cáncer.

[VÍDEOS DE FONDO DEL LA AGDQ 2020]

EN ESPAÑA

En España también se han hecho eventos de este tipo a menor escala, como en la Dreamhack Valencia 2019, donde la propia organización contactó con speedrunners de diversos juegos para hacer una exhibición y conseguir donaciones destinadas a Médicos Sin Fronteras.

[FOTOS DE IVÁN EN DREAMHACK]

Para hablar sobre el speedrunning tenemos a Iván Laguía Morales, conocido en internet como Sr Chuleta, que se dedica a esta actividad con juegos como Metroid Zero Mission (Game Boy Advance), Metroid Fusion (Game Boy Advance) o Crash Bandicoot 2 (PlayStation).

[ENTREVISTA. ÉL EN PERSONA CON DISTINTOS PLANOS. INTERCALAR CON IMÁGENES DE SUS STREAMINGS JUGANDO]

PREGUNTAS:

- ¿Cómo conociste el mundillo del speedrun?
- ¿Cuándo te interesaste en empezar tú con el speedrunning?
- ¿Cuáles son las mayores dificultades a la hora de aprender a hacer speedrun?
- ¿La comunidad de speedrunners ayudan? ¿Son buenos para empezar? ¿Te ayudan?
- ¿Qué es lo que te empujó a intentar triunfar en el speedrun?
- ¿Qué necesita alguien para ser speedrunner?
- ¿Qué es la memoria muscular? ¿Por qué es importante para un speedrunner?
- ¿Cuál ha sido el mayor logro que has tenido como speedrunner?
- ¿Cómo es de importante la relación del mundo speedrunner con causas benéficas?
- ¿Hay forma de ganarse la vida con el speedrunning? ¿Conoces a alguien que se dedique a ello de forma profesional?
- ¿Has pensado en algún momento dejar el speedrunning o es ya parte fundamental de tu vida?
- ¿Has conocido gente gracias al speedrunning? ¿Y gente de otros países?

-¿Cuántas horas has tenido que jugar al mismo juego para tener una buena marca en el speedrun del mismo?

-¿Qué le dirías a alguien que tiene interés en empezar a speedrun un juego pero no sabe cómo empezar?

-¿Cómo de importante es Twitch y otras plataformas de streaming en el mundillo del speedrun?

-¿Ha habido alguna vez problemas (peleas, discusiones) en el mundo de speedrunning?

-¿Crees que grandes equipos o marcas acabarán apostando en el speedrunning o se quedará como algo de nicho? ¿Te gustaría a ti que se metieran marcas o te gusta tal como está?

-También has hecho de comentarista en exhibiciones importantes de speedrun, ¿te has tenido que preparar juegos que ni conocías para eso? ¿Fue difícil?

-Si no pudieras dedicarte a ser jugador profesional de speedrun, ¿lo intentarías siendo un caster/comentarista profesional? ¿Te gustaría?

[DESPUÉS DE ENTREVISTA, ELEGIR FRASE DEL ENTREVISTADO QUE ENCAJE AL FINAL Y CERRAR]

Guión Fighting Games:

[INTRODUCCIÓN CON UN READY? FIGHT DE UN JUEGO DE LUCHA. CLIPS DE TORNEOS DE JUEGOS DE LUCHA, ESPECIAL HINCAPIÉ EN DRAGON BALL FIGHTERZ, QUE ES EL JUEGO QUE NOS CENTRAREMOS]

INTRO: Si este tipo de sonidos ya te han puesto la piel de gallina, enhorabuena, ya eres un luchador más.

VOZ EN OFF: los juegos de pelea llevan varios años rondando por la industria videojueguil, desde las máquinas de los arcade, donde por unas monedas podías retar a tus amigos a una pelea en Street Fighter o Mortal Kombat hasta hoy el día de hoy, donde puedes quedar con un grupo de amigos en tu casa y jugar al Tekken 7, Smash Bros

Ultimate o Dragon Ball Fighterz para disfrutar de unos buenos piques a base de mamporros.

Y es que era inevitable que hubiera escena competitiva en los juegos de lucha, aunque impresione a alguna gente, al fin y al cabo, son juegos que, en su concepción, fueron creados para enfrentamientos directos entre dos jugadores. Pero, ¿cuáles son las claves para conseguir entender el mundillo de los juegos de lucha?

[VÍDEO DE “ROUND 1, FIGHT” PRESENTANDO EL PUNTO 1]

Lo que más destaca de los juegos de lucha es que, aunque sean más nicho que otros grandes deportes electrónicos, tienen una comunidad gigante y muy viva, una base de jugadores que, sin tener los sponsors propios de otros grandes esports, se mueven a múltiples torneos de todo el país o, incluso, de otros sitios del continente. El tener una comunidad viva que ayude y apoye a nuevos jugadores, que organicen torneos y que no dejen morir el juego en el olvido es una parte esencial de los juegos de lucha.

[VÍDEO DE “ROUND 2, FIGHT” PRESENTANDO EL PUNTO 2]

Un punto también clave para entender el éxito de los fighting games es que son muy fáciles de ver y de jugar a un nivel completamente de aficionado, es fácil de entender que, cuando la barrita de salud llega a 0, uno de los dos ha perdido el round y, en juegos como Dragon Ball Fighterz, basados en una IP tan famosa como es Dragon Ball, es fácil de engancharse si conoces a los personajes y sabes sus técnicas y sus golpes personales.

También es fácil iniciarse a jugar con amigos, aunque no te sepas los combos, los timings o las mejores técnicas de los personajes, por lo general, los juegos de lucha son fáciles de jugar pero difíciles de dominar, lo que abre las puertas del mundillo a curiosos que se quieran enganchar.

[VÍDEO DE “FINAL ROUND, FIGHT” PRESENTANDO EL PUNTO 3 Y FINAL]

Lo que también ha conseguido mover el amor por las más puras peleas videojueguiles en España es el gran resultado internacional que se ha tenido en varios juegos de este género, siendo el máximo ejemplo de ello es Joan Namay, mejor conocido como Shanks, jugador de Vodafone Giants de Dragon Ball Fighterz, que ha sido 3º del mundo en el juego, de los mejores jugadores de Europa y ha jugado las finales mundiales 2 veces seguidas.

Por eso, es todo un orgullo hablar con él sobre los juegos de lucha, el Dragon Ball Fighterz y todo lo relacionado con este deporte electrónico.

PREGUNTAS:

-¿Qué proyectos tienes en mente para un futuro próximo?

-¿Qué opinas de cómo está la situación de los fighting games en España ahora mismo?

-¿Crees que es fácil seguir los fighting games como aficionado?

-¿Cuál es la clave para que triunfen los fighting games en España?

-Tú eres una de las estrellas de los fighting en nuestro país, con unos resultados internacionales destacables, ¿crees que eso ha servido de empuje para los fighting games en nuestro país?

-¿Cuál ha sido el rival más duro contra el que has competido?

-¿Cuál crees que es el juego que ha conseguido lanzar los fighting en España? ¿O todavía está por llegar?

-¿Cuántas horas debes de jugar a un juego para poder empezar a “dar problemas” en torneos? ¿O se necesita “talento natural”?

-¿Qué es lo que hace que la comunidad de juegos de lucha sea distinta a la de otros esports en España?

-Una de las cosas que más llama la atención de la comunidad de fighting es la de viajes que os pegáis para competir, ¿por qué crees que pasa esto?

-Equipos como Vodafone Giants, un equipo top Europeo y top en España ha apostado ya por los fighting, ¿por qué crees que no hay más equipos de alto nivel europeo y españoles que apuesten por jugadores españoles?

-¿Crees que es una buena inversión fichar a un jugador de un fighting game si eres un equipo de alto nivel español o europeo?

-¿Qué crees que depara el futuro lejano a los fighting games en España?

-¿Cómo convencerías a alguien de que empezara a jugar o ver juegos de lucha?

-¿Algunas últimas palabras a los fans de los fighting o a la gente que los conoce ahora gracias a este vídeo?

Guión League of Legends:

El deporte electrónico rey.

Con grandes torneos internacionales.

Mundiales.

Y por supuesto, un gran hueco en el competitivo español.

Hoy toca hablar de League of Legends.

El League of Legends es un MOBA, es decir, un videojuego multijugador de arena de batalla en línea, un juego de acción cooperativo en el que un equipo de 5 personas lucha contra otro equipo de 5 personas por acabar con el nexo enemigo.

Con más de 10 años de historia, la mayor comunidad de juego online del mundo y grandes eventos competitivos tanto nacionales como internacionales, es innegable que League of Legends es el deporte electrónico rey del panorama.

Pero, ¿cuáles han sido las claves para que el League of Legends triunfe tanto en el mundillo de los deportes electrónicos?

1. ENTRETENIMIENTO Y COMPETITIVIDAD GRATUITO

Una de las claves para que la gente pruebe League of Legends es que es completamente gratuito. Para jugar al juego sólo tienes que entrar en su web oficial, descargarlo, instalarlo y empezar tu aventura en la Grieta del Invocador. Parece algo sin importancia, pero en los tiempos que corren, tener un juego que puede durar, literalmente, miles de horas 100% gratuito es un punto muy a su favor.

Además, dentro del juego ya está el propio competitivo, con las llamadas clasificatorias o “rankeds”, compites contra el resto de jugadores del servidor para ascender en la lista clasificatoria total, desde la liga de hierro hasta la liga de aspirante (o challenger) tienes la posibilidad de jugar partidas para intentar ascender a partir del nivel 30.

2. UNA BUENA ESTRUCTURA PROFESIONAL

Algo que siempre se valora genial de League of Legends y que ha ayudado bastante a su ascenso competitivo es la gran estructura profesional apoyada por Riot Games y que ha conseguido su gran desarrollo internacional.

Para que os hagáis a la idea, la liga europea, la League European Championship (LEC) es una liga de franquicias (como en la NBA) en la que 10 equipos tienen una plaza prácticamente asegura, en la que compiten todo el año en dos temporadas, la de

primavera y la de verano, para clasificarse en torneos internacionales como el MSI (después del “split” de primavera) y los mundiales (después de verano).

Hay más ligas, las principales son la liga norteamericana (LCS), la liga coreana (LCK) y la liga china (LPL), junto con la Europea. Todas están apoyadas oficialmente por Riot Games, la empresa creadora y desarrolladora del juego, permitiendo una gran estructura competitiva.

3. EN ESPAÑA

En España también hay una gran estructura competitiva, formada por pequeñas ligas amateurs, pasando al ciclo de torneos y ligas oficiales de Riot Games, llamado Circuito Tormenta y acabando con la SuperLiga Orange, el equivalente a la 1ª división de League of Legends en nuestro país, donde 10 equipos compiten para conseguir el trofeo de mejor equipo de la temporada y clasificarse a la European Masters, un torneo internacional europeo donde los mejores de las ligas nacionales europeas se enfrentan para ver cuál es la mejor región.

En la SuperLiga Orange, el producto audiovisual ha ido evolucionando con los años, incluyendo conexiones en directo con los equipos, un juego llamado Fantasy, al estilo del famoso comunio de fútbol e, incluso, su propio “Chiringo” donde comentar lo mejor de cada jornada de liga.

PREGUNTAS NOA:

-¿Cómo explicarías a alguien de fuera de los esports lo que se vive en el fenómeno de League of Legends?

-¿Cuál es la clave para ser comentarista de League of Legends?

-¿Crees que la gente que juega al LoL de forma más “casual” puede sentirse atraída por el competitivo?

-Noa tú has pasado de comentar el amateur español a estar presentando los mundiales de LoL, ¿cómo ha sido este viaje profesional para ti?

-¿Qué es lo que, en tu opinión, hace que LoL sea un deporte electrónico tan importante en España?

-¿Cuál es el encanto especial de la Superliga Orange?

-¿Qué es lo que busca la Superliga Orange como producto?

-¿Crees que el Chiringo SLO ha enriquecido a la Superliga Orange? (Por qué)

-¿Crees que el SuperFantasy ha hecho crecer el interés por la Superliga Orange?
(Por qué)

-Jugadores y entrenadores de la SuperLiga Orange han acabado en LEC, por ejemplo, Razork, Guilhoto, Jandro... ¿es la liga española una cuna de talento europea?

-También en la SLO están empezando a aparecer “estadios”, sitios donde los fans pueden ir a ver y apoyar a sus equipos. ¿Crees que esta propuesta es un “ejemplo a seguir” por los equipos de SuperLiga?

-Este año se han incluido nuevos formatos, como el repaso de la SLO con SuperLiga Orange News o los corresponsales. ¿Qué aportan estos nuevos contenidos a la liga?

-La final de este año de SLO iba a ser en Vistalegre, pero por el COVID no ha podido ser. ¿Está en los planes buscar un evento de ese nivel para verano o en un futuro?

-¿Cómo la SLO busca enganchar a los espectadores? ¿Qué narrativas buscáis?

-Hay grandes eventos del LoL competitivo que se han celebrado en España, finales de LEC, semifinales de Worlds, All Star... ¿cómo afecta esto al público español?

-¿Cuál es el objetivo a futuro de la LVP y la Superliga Orange?

Guión Counter-Strike: Global Offensive

Han pasado ya más de veinte años desde 1998, cuando la industria de los videojuegos dio un vuelco ante la salida del histórico Half-Life, de Valve, que revolucionó el mundillo por su interesante historia y su gran facilidad de juego.

Un año después, dos fans del juego, llamados Minh Le y Jess Cliffe lo modificaron, creando lo que se conocería como Counter-Strike, un juego multijugador de disparos en línea que la propia Valve compró a su comunidad debido a su creciente e imparable popularidad.

Mucho ha pasado desde ese Counter-Strike hasta el moderno, conocido como Counter-Strike: Global Offensive. Han habido versiones intermedias y se ha creado una fuerte comunidad, llena de equipos tan míticos hoy en día como Fnatic, Astralis, FaZe Clan o Team Liquid entre otros.

Pero, ¿cuáles son las claves del éxito de Counter-Strike: Global Offensive?

1. SHOOTER, PERO TÁCTICO

Cuando piensas en juegos de disparos es imposible no caer en el tópico de la espectacularidad de Call of Duty o Fortnite, juegos donde para acabar con alguien tienes que rociarle una buena cantidad de balas.

Counter-Strike no es un juego de tiros normal, es uno táctico, eso quiere decir que tienes poca vida, mueres rápido, un tiro en la cabeza mata casi siempre y cosas como el saber usar las granadas o el tener una buena comunicación de equipo se torna en algo vital para poder ganar las partidas.

Así, mecánicas como conocerse el mapa para saber hacer rebotar las granadas, colocar bien la mira para poder disparar rápidamente a la cabeza o saber cuándo comprar o cuándo ahorrar dinero son parte del aprendizaje para disfrutar del videojuego, que, con 7 mapas que se juegan en el competitivo y otros 4 extras, te permite aprender cada escenario hasta el último rincón y que cada partida sea única.

La idea de shooter táctico es algo que ha llevado a Counter-Strike a la cima, ha encontrado su público, que prefiere un desafío de gran dificultad a un juego más “arcade” y ha llevado su personalidad como bandera que le hace ser un juego único y amado.

2. LA VIEJA CONFIABLE: UNA GRAN COMUNIDAD

A la hora de hablar de juegos de disparos en línea pueden surgir muchos nombres pero si tenemos que coronar a un “rey” del género, ese es Counter-Strike.

Los años de experiencia sí se notan en el mundo de los deportes electrónicos, puesto que la comunidad y las competiciones han evolucionado y crecido con los años, siendo una de las más grandes e importantes.

La comunidad del Counter-Strike es tan enorme con los años, que han creado su propio mercado con subidas y bajadas de precio de cajas y aspectos de armas, dos sistemas para poder jugar competitivo ajenas a Valve (ESEA y FaceIt) y múltiples mapas arcade lejos de la competición en los que puedes surfear o jugar a una especie de Super Mario dentro del Counter.

Además, Counter-Strike: Global Offensive pasó de ser un juego de pago a uno gratuito, lo que aumentó su base de jugadores de 20 millones a 45 millones, posicionándose como uno de los juegos más jugados del mundo y recompensando a la gente que ya había pagado por él con un estatus “premium” en el que el juego te empareja con gente “premium”, evitando a tramposos o jugadores que sólo buscan fastidiar partidas.

3. EL COMPETITIVO

Sin duda, para que un juego tenga un hueco tan grande e importante en los esports tiene que tener un buen sistema competitivo y el de Counter-Strike, lejos del sistema de franquiciados y ligas de, por ejemplo, League of Legends, asemejándose a la NBA, el Counter es más parecido a la ATP, del tenis.

El circuito funciona de la siguiente manera, tú eres una organización, existe un circuito abierto y en ese circuito tú te puedes apuntar a las distintas competiciones. Dentro de ese circuito abierto, hay organizaciones que llevan ligas, como, por ejemplo, ESEA.

Dentro de las competiciones del circuito abierto, hay algunas que valen más (prestigio y dinero) y otras que valen menos.

Así, el mayor torneo del Counter-Strike es el conocido como Major y el menor podría ser la LAN Party que se hace en el ciber de tu barrio. Lo que se podría considerar que está justo debajo del Major es el “Intel Grand Slam”, un grupo de competiciones formado por la ESL One, la Intel Extreme Masters, la Dreamhack Masters y la ESL Pro League con diferentes naturalezas, una liga, un circuito de torneos presencial... y si te coronas en 4 de ellos, el premio, aparte del premio del torneo en sí, es 1 millón de dólares.

En el circuito abierto de Counter hay ligas y torneos de todo tipo y todo converge en los Major, los torneos más grandes del videojuego, que están autorizados y patrocinados (que no organizados) por Valve.

Esto hace que los equipos amateurs y con poco dinero puedan competir en ligas abiertas online gratuitas como las que ofrece FaceIt o ESEA para escalar puestos y usarlo como escaparate para que equipos más grandes con más presupuesto te puedan fichar y facilitarte jugar las competiciones más importantes.

Todo equipo de Counter-Strike tiene como objetivo final ganar un Major, torneos gigantes y multitudinarios con una gran cantidad de espectadores y mucho apoyo por parte de la comunidad, con un premio para el primer puesto que puede llegar a alcanzar el millón de dólares.

Para clasificarse para un Major, tienes cierto privilegio si has participado en el Major anterior, si has quedado entre los 8 primeros del anterior, te invitan a la fase previa del

siguiente Major, si quedas por debajo, tienes que clasificarte a través de clasificatorios, cerrados o abiertos, y luchar contra miles de equipos por una plaza.

Actualmente, por culpa del COVID-19, solo se hará un Major, así que se hará un distinto sistema de clasificación, valorando con puntuación competiciones como las mencionadas en el Grand Slam y los que más puntos consigan, entran.

4. EN ESPAÑA

En España muchos equipos han apostado fuertemente por el Counter-Strike, incluyendo Vodafone Giants, X6TENCE o Movistar Riders.

Centrándonos en estos últimos, son uno de los equipos más importantes de España, con jugadores talentosos, una infraestructura endiviable y un equipo de streamers que se dedican a jugar a todo tipo de juegos. Así, es un placer hablar con uno de los creadores de contenido más carismáticos de Movistar Riders: Moyorz.

PREGUNTAS MOYORZ

-¿Qué es lo que hace que Counter-Strike: Global Offensive tenga una comunidad tan grande y fiel?

-Lo que más destaca de Counter Strike es su comunidad, hasta han desarrollado su competitivo por separado (ESEA, Face It), ¿crees que la comunidad te ha ayudado en tu paso por el juego?

-En España, no se puede hablar de los esports sin pensar en Counter Strike, ¿cómo este juego ha cosechado esta popularidad en España?

-Una de las cosas que se están hablando ahora de los videojuegos, es el adaptarse a personas con diversidad funcional (modo daltónicos, The Last of Us II adaptado...) ¿cómo has conseguido que Counter Strike se adapte a ti?

-¿Te han puesto algún impedimento a la hora de jugar Counter Strike (alguna compañía, equipo...)?

-¿Crees que Counter Strike es a día de hoy un juego accesible? ¿Y para gente que empiece de 0?

-¿Has estado en eventos competitivos de Counter Strike? ¿Cómo se vive el ambiente en esos directos?

-¿Qué crees que hace de Counter-Strike un shooter tan diferente y con personalidad?

-Movistar Riders tiene uno de los equipos de CSGO más importantes a nivel nacional, y es han apostado fuerte por el talento español, ¿hay talento en España para el Counter?

-¿Cómo ves el competitivo de CSGO en España? ¿Hay buenos equipos jugando en nuestro país?

-Se suele considerar a CSGO el “padre” de muchos shooters. ¿Tú lo ves así? ¿Por qué?

-¿Qué opinas del sistema competitivo de CSGO? (Rankeds matchmaking y ESEA / Face It)

Guión VALORANT:

Riot Games es una empresa que ha conseguido ser el primer nombre que se te viene a la cabeza cuando hablas de deportes electrónicos.

Su exitoso juego League of Legends cuenta con sistemas de franquiciado en el competitivo, grandes finales en las distintas regiones y un Mundial con asistencia y expectación masiva.

Así, cuando Riot Games anunció nuevos juegos fuera de League of Legends, la comunidad de los esports estaba completamente expectante.

Uno de los juegos que más expectación creó entre el público fue el shooter que se vio brevemente en la presentación. Un juego de disparos con habilidades y distintos personajes y un estilo gráfico simple, bonito y siguiendo una estética más “cartoon”.

Las dudas empezaron a surgir, ¿sería parecido al Overwatch por las habilidades? ¿Sería un Call of Duty? Finalmente, salió a la luz lo que finalmente iba a ser VALORANT: un shooter táctico (el único precedente de gran importancia era Counter-Strike) en el que la utilidad (granadas, cocktails molotov...) iba a ser sustituido por habilidades que iban a tener distintos personajes (o agentes) que pueden tener humos, granadas, misiles o, incluso, teletransportaciones.

Desde el principio, Riot Games dejó claro a qué público iba a apelar: a los fans de los shooters más tácticos y del competitivo. Hicieron un evento de presentación en el que invitaron a influencers de Counter-Strike y dejaron claro que su intención iba a ser el de buscarle la competencia al legendario juego de VALVe.

El 2 de junio de 2020 fue el lanzamiento oficial de VALORANT, y en poco tiempo, ha conseguido una gran base de jugadores y varios equipos competitivos han apostado por el juego, pero... ¿cuáles han sido las claves del éxito de VALORANT?

1. RIOT GAMES

Cuando has creado el que sea, posiblemente, el sport más importante de la historia, cualquier juego que saques que tenga espíritu competitivo va a pasar a estar en el punto de mira de todo el mundo.

VALORANT no fue menos, despertó mucha curiosidad entre usuarios de otros shooters cuyo competitivo no terminaba de despegar e, incluso, entre jugadores de Counter-Strike que querían un cambio de aire.

Así, que la desarrolladora tenga un gran renombre y sean conocidos por un gran juego competitivo como es League of Legends, ha abierto muchas puertas a VALORANT para hacerse un hueco en la industria de los deportes electrónicos.

2. SHOOTER TÁCTICO CON UN GIRO EXTRA

Aunque VALORANT no ha sido el primer shooter táctico, sí que ha añadido un giro de tuerca especial con la implementación de agentes, con distintas personalidades y habilidades, que abren posibilidades a distintos estilos de juego, que se adapten mejor a ti.

Por ejemplo, hay agentes duelistas, como Jett o Raze, que se centran más en buscar peleas uno a uno y ganarlas con el uso de sus habilidades ofensivas.

Otros, como Omen o Brimstone, son controladores, y se dedican más a controlar el mapa poniendo humos y utilizando su utilidad para jugar por el mapa.

También hay agentes destinados más al apoyo como Sage o con habilidades más únicas como Sova.

Todo esto es aderezado con un estilo de juego de tiros que sigue la estela de los shooters tácticos, es decir, hay dos bandos, atacantes y defensores, unos tienen que plantar una bomba en un punto determinado y los otros, defender esos puntos. Los jugadores tienen 100 puntos de vida, que pueden aumentar a 125/150 comprando escudos. Tienen una tienda con multitud de armas y habilidades y, los disparos hacen mucho daño, el francotirador Operator mata con un disparo en casi cualquier parte del

cuerpo y un simple disparo en la cabeza es prácticamente mortal con casi todas las armas.

A esto solo resta añadir que hay una habilidad definitiva recargable, personal de cada agente, que son poderosas, puede ser resucitar a un aliado caído, lanzar un misil gigante o cambiar tus armas por kunais, como algunos ejemplos.

3. EL COMPETITIVO

Al tener poco tiempo de vida, el competitivo de VALORANT está en proceso de creación, el juego cuenta con un sistema de clasificatorias propio, con rangos desde Hierro hasta Radiant, pero la gran señal es que, incluso desde la beta del juego, antes de su salida oficial, ya hubo torneos, muy bien recibidos por la comunidad.

Sin duda el competitivo de VALORANT parece tener un gran futuro, se ha organizado una serie de torneos oficial de RIOT, la Ignition Series, con colaboración de equipos, influencers y organizadores de torneos, además, ya hay equipos con mucho renombre apostando por el juego, como G2 Esports, Team Liquid o Vodafone Giants, entre otros.

Sin duda, tener el apoyo de equipos así de importantes y que la comunidad se haya volcado así en los torneos y en las clasificatorias, es una buena señal del futuro competitivo de un juego que llega pisando fuerte.

4. EN ESPAÑA

En nuestro país, desde el principio el juego ha tenido el apoyo de influencers como BlackEspanolito, Ulises, Ibai o Mixwell, que han dedicado, en más o menos medida, unas horas de streaming al videojuego, y equipos españoles como los mencionados Vodafone Giants ya tienen fichados a sus jugadores para esta competición.

Uno de los influencers que también ha dedicado horas de streaming y contenido en YouTube al juego es Moyorz, de Movistar Riders. Hablamos con él y con _____, sobre el videojuego y el competitivo.

PREGUNTAS VALORANT:

SOBRE EL JUEGO:

-¿Cuál es la diferencia fundamental entre Counter-Strike y VALORANT?

-VALORANT es un juego que apuesta por el competitivo, ¿es bueno el sistema de rankeds de VALORANT?

-¿Es VALORANT un juego en el que has tenido fácil adaptarte para jugar?

-El que haya distintos agentes con distintas habilidades... ¿consideras que hace que VALORANT sea más divertido?

-RIOT Games ya eran conocidos por League of Legends, ¿fue eso un aliciente para que probaras y jugaras VALORANT?

-¿Es VALORANT un juego fácil para empezar a jugar desde 0 o necesitas experiencia previa en shooters tácticos?

-¿Te parece correcto el sistema de rankeds de VALORANT?

-Otra cosa muy hablada de VALORANT (para bien y para mal) son sus mapas, ¿te parecen correctos o cambiarías algo?

-Muchos jugadores de Fortnite se han pasado a jugar a VALORANT, ¿se parecen en algo los juegos? ¿Son muy distintos?

-En el caso de que consideres que son distintos, ¿por qué crees que hay jugadores de Fortnite que han pasado a VALORANT?

-VALORANT también ha adoptado del LoL las actualizaciones frecuentes mediante parches y la incursión de personajes cada X tiempo, ¿crees que eso ayudará al juego a tener una vida más larga?

SOBRE EL COMPETITIVO:

-¿Movistar Riders veis en VALORANT un juego con buen futuro competitivo?

-¿Están en vuestros planes de futuro anunciar un equipo competitivo de VALORANT de Movistar Riders?

-¿Creéis que RIOT Games es un “sello de garantía” de tener un buen sistema competitivo?

-¿Qué os parece el sistema competitivo que ha tomado el juego de momento? (Torneos, muchos abiertos, la “Ignition Series”...)

-Las comparaciones son odiosas pero, ¿creéis que VALORANT puede llegar a tener un competitivo tan potente como League of Legends?

-Muchos equipos apostaron por VALORANT incluso antes del lanzamiento oficial (cuando todavía estaba en fase beta), ¿os parece un acierto o un fallo?

-¿VALORANT y Counter-Strike pueden convivir en el competitivo o creéis que el público se acabará decidiendo por uno?

