



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS DE ELCHE

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Curso Académico 2023-2024

ANÁLISIS DEL ESTILO AUDIOVISUAL DE LOS eSPORTS

MODALIDAD A (TEÓRICO DE REVISIÓN E INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA)

Alumna: **Marina Polo Baile**

Tutor: Francisco José Mateu Torres

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen/ Abstract y Palabras clave/ Keywords.....	3
1. Introducción.....	5
2. Objetivos.....	8
3. Estado de la cuestión.....	9
3.1. Inicios de los <i>eSports</i>	10
3.2. Cruce de los deportes y los <i>eSports</i>	14
3.3. Evolución de los <i>eSports</i>	15
3.4. Elementos que componen los <i>eSports</i>	16
3.5. Narrativa audiovisual y técnicas de transmisión de los <i>eSports</i>	18
4. Metodología.....	22
5. Resultados.....	23
5.1. Caso de estudio: <i>Counter-Strike</i> (1999).....	23
5.2. Caso de estudio: <i>League of Legends</i> (2009).....	27
5.3. Caso de estudio: <i>Fortnite</i> (2017).....	30
6. Conclusiones.....	34
Bibliografía.....	36
Índices de figuras.....	40

Resumen/Abstract y Palabras clave/Keywords

Resumen:

Los *eSports* han fomentado el nacimiento de nuevas formas audiovisuales a través de sus transmisiones en plena era digital. El mundo ha tenido que adaptarse a Internet y todas sus cualidades tecnológicas, lo cual ha llevado a una adecuación de los propios videojuegos y sus transmisiones para que puedan ser vistas y entendidas por el público que lo consume.

Los avances en Internet han posibilitado el modo multijugador y el modo espectador, lo cual ha hecho posible que estos videojuegos competitivos se puedan llevar hasta la esfera más profesional, llegando incluso a la creación de torneos y eventos oficiales.

Cada videojuego y cada modalidad de estos posee diferentes características en cuanto a jugabilidad y capacidad de retransmisión. Por todo ello, en este Trabajo de Fin de Grado se han analizado tres grandes títulos (*Counter-Strike*, *League of Legends* y *Fortnite*) para identificar sus similitudes y diferencias. Para llevar a cabo tal análisis, se comienza clarificando qué son los ciberdeportes, es decir, los *eSports*, desde sus inicios hasta la actualidad. También se establece cuáles son las figuras clave dentro de las competiciones y los equipos.

De esta forma, a través de la búsqueda e investigación de artículos, tesis, Trabajos de Fin de Grado y libros de divulgación, se puede llegar a comprender cómo es la actual perspectiva y situación de los deportes digitales y hacia dónde avanzan los mismos en cuanto a estilo audiovisual, retransmisión, narrativa, jugabilidad y equipo técnico necesario.

Palabras clave: *eSports*; Retransmisiones; Deporte digital; Ciberdeportes; Videojuegos; Competiciones.

Abstract:

eSports have fostered the birth of new audiovisual forms through its transmissions in the digital era. The world has had to adapt to the Internet and all its technological qualities, which has led to an adaptation of the video games themselves and their transmissions so that they can be seen and understood by the public that consumes them.

Advances in the Internet have made multiplayer and spectator mode possible, which has made it possible for these competitive video games to be taken to the most professional sphere, even leading to the creation of tournaments and official events.

Each video game and each modality has different characteristics in terms of gameplay and broadcasting capacity. Therefore, in this Final Degree Project, three major titles (*Counter-Strike*, *League of Legends* and *Fortnite*) have been analyzed to identify their similarities and differences. To carry out such analysis, we begin by clarifying what cybersports are from their beginnings to the present day. It also establishes which are the key figures within the competitions and teams.

In this way, through the search and research of articles, theses, Final Degree Projects and divulgation books, it is possible to understand the current perspective and situation of digital sports and where they are moving forward in terms of audiovisual style, broadcasting, narrative, gameplay and technical equipment needed.

Keywords: *eSports*; Broadcasting; Digital sport; Cybersports; Video games; Competitions.

1. INTRODUCCIÓN

Los ciberdeportes, deportes electrónicos o, como se nombrarán en este Trabajo de Fin de Grado, *eSports*, llamados así por suma de las palabras en inglés *electronic* y *sports*, son competiciones de videojuegos, pero que deben estar estructuradas y compuestas por una serie de elementos, como son:

- Ligas. Competiciones de diferentes equipos que se enfrentan y que deben estar regladas. Además, cuentan con una valoración asociada a unos puntos por los cuales se designan unos ganadores.
- Espectadores. Alguien debe visualizar estas ligas y a estos equipos para poder invertir dinero en ellas. A su vez, pueden también acudir a eventos en directo o verlos por medio de plataformas de suscripción.
- Jugadores profesionales de cada deporte digital que están dentro de equipos.
- Organizadores de los eventos, competiciones y espectáculos. También deben velar por el respeto de las normas.
- Patrocinadores. Los encargados de aportar el capital necesario para que se sigan pudiendo mantener este tipo de ligas.
- *Publishers*. Es decir, los titulares de los derechos de propiedad intelectual e industrial de los videojuegos.
- Narradores. En este contexto reciben el nombre de *casters*. Han de tener los conocimientos suficientes sobre el *eSport* para que la audiencia que los ve pueda entender aquello que sucede en las partidas, si bien son la parte más prescindible de las competiciones. Existen dos tipos, el que comenta lo que va sucediendo al estilo del deporte tradicional y el analista que, por otro lado y como su nombre indica, analiza la situación del partido o de la jugada realizada.

España posee tanto ligas profesionales como ligas amateurs. Algunas de estas se producen de forma presencial y otras de manera online, puesto que al necesitar únicamente un ordenador y una conexión WiFi, se puede participar desde cualquier zona sin la necesidad de un gran estadio, como sucede, por ejemplo, con los deportes tradicionales.

Cabe señalar que la Asociación Española de Videojuegos (AEVI) sostiene que el término “competir en *eSports*” no es correcto, puesto que se compite individualmente en cada juego,

al igual que sucede en el mundo del deporte tradicional donde no se compete en deporte, sino que lo clasificarían como competir en fútbol, competir en baloncesto... (AEVI, s.f.).

En España, los *eSports* con más público son *League of Legends* (LoL) (Riot Games, 2009), *Fortnite* (Epic Games, 2017), *Counter-Strike: Global Offensive* (CS: GO) (Valve Corporation y Hidden Path Entertainment, 2012), *Clash Royale* (Supercell, 2016), *FIFA* (Electronic Arts, 1993), *APEX Legends* (Electronic Arts, 2019), *Call of Duty* (CoD) (Infinity Ward, 2003), *Gran Turismo Sport* (Polyphony Digital, 1997), *Rainbow Six Siege* (Ubisoft Montreal, 2015), *Hearthstone* (Blizzard Entertainment, 2014) y *Rocket League* (Psyonix, 2015).

En la actualidad, los *eSports* no son considerados deportes en España, a diferencia de otras geografías como Corea del Sur. Sin embargo, sí que reúnen casi todos los requisitos para poder ser considerados de esta manera. Estos requisitos son (Oliva y Almazán, s.f.):

- Actividad física e intelectual, requisito que causa más dudas entre los expertos.
- Participación organizada.
- Juego o competición.
- Entretenimiento.
- Sujeción a normas.
- Carácter competitivo.

El cambio continuo del mundo digital y de Internet hace que sea muy complicado regular los *eSports* de forma concreta; además de las reticencias que hay de inicio por parte de algunas personas, pues los ven como algo que no es a futuro, sin salidas y que es para “frikis”. Francia es el único país de Europa que los ha regulado, pero tampoco los consideran deportes actualmente (Oliva y Almazán, s.f.).

Estos eventos y videojuegos han conseguido un gran crecimiento en los últimos años debido, en parte, a la mejora de los elementos tecnológicos, que ha permitido que sean mucho más accesibles tanto para jugadores como para la propia audiencia. También ha fortalecido este crecimiento la creación de ciertas plataformas de retransmisión en directo vía Internet como Twitch, que nació en 2011 al recibir un cambio de su predecesora Justin.tv (2007) y comenzar a dedicarse a los *eSports*. En 2014 fue comprada por Amazon y sus recursos fueron completamente destinados a Twitch, mientras que la rama anterior desapareció por completo (Universidad Icesi, 2023).

Pero los *eSports* son una competición en auge y con el reciente mundial de *League of Legends* de 2023, celebrado en Corea del Sur, se ha alcanzado un máximo histórico con un pico de 6 millones de espectadores simultáneos viendo a los dos finalistas, T1 y Weibo, enfrentarse por el título de mejor equipo de *League of Legends* del mundo (González, 2023). Incluso muchos jugadores son reconocidos y tienen un gran *fandom* detrás, que les apoya en todo su recorrido.

Sin embargo, también es cierto que estas competiciones han bebido mucho de la representación que han tenido los deportes tradicionales en la televisión y los medios de comunicación clásicos. Es así cómo las representaciones de los mismos en plataformas como la ya mencionada Twitch tienen grandes similitudes con programas clásicos de retransmisión en directo de fútbol y baloncesto, como es el caso de los comentaristas sentados en torno a una mesa y la pantalla dividida para poder ver lo que está sucediendo, mientras nos lo cuentan detalle a detalle con una jerga típica del deporte o ciberdeporte que se está visualizando.



2. OBJETIVOS

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado es hacer un análisis de los *eSports* para comprender su funcionamiento dentro del mundo audiovisual y, sobre todo, en relación con las competiciones que se realizan en directo para los seguidores. De esta forma, se procederá a comprenderlos desde su nacimiento hasta la actualidad, e investigar de dónde proceden las técnicas usadas.

Para ello, se realizará el estudio de caso de tres videojuegos internacionales y *mainstream* que se utilizan dentro del mundo de los deportes digitales, además de su narrativa y estética: *Counter-Strike* (1999), *League of Legends* (LoL) (2009) y *Fortnite* (2017).

También se podrá observar si el hecho de que sean videojuegos diferentes, desarrollados en distintas épocas, altera tanto la forma de contarlos y narrarlos dentro de los *streams* de las competiciones oficiales, como la propia utilidad de estos dentro de la industria.

Se expondrá la diferencia entre los eventos en directo y los eventos online, y cómo este factor altera la propia estructura audiovisual que poseen y cómo deben adaptarse para ser completamente apropiados para los seguidores.

Se analizará el cambio que ha supuesto el surgimiento de ciertas plataformas para el mundo de los *eSports* y su comunicación, además de los agentes sociales y mediáticos que en ellos participan. Llegando también al hecho de cómo ha cambiado el mundo del entretenimiento y el consumo de los contenidos que hay actualmente, recordando a su vez de dónde proceden ciertas técnicas audiovisuales.

Finalmente, se diferenciarán las herramientas creadas solo para las nuevas competiciones de ciberdeportes respecto a las ya existentes con anterioridad para los deportes tradicionales, puesto que, aunque conservan características comunes, también han creado un nuevo mundo y una nueva narrativa.

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Los *eSports* han crecido en popularidad y relevancia en los últimos años no solo entre los más jóvenes, sino también con participación de gente adulta. Además, dado el cambio de videojuego individual a multijugador se ha abierto la posibilidad de poder jugar en compañía de amigos, compañeros o, incluso, desconocidos. Tanto es así, que mucha gente acaba conociendo a sus propias amistades a través de estas actividades de ocio.

Estos aspectos han marcado también la propia información que se va creando sobre los deportes electrónicos y, por tanto, todo lo que se puede encontrar, tanto en digital como en físico. Se pueden encontrar guías que sirven para la mayor comprensión del funcionamiento de las competiciones y de la propia profesión, como la *Guía Legal de los Esports*, de Ontier (2018), con la colaboración de la propia Liga de Videojuegos Profesional. También encontramos *The Guide to Esports*, elaborada por la ISFE Esports (2022), o la *Guía de los e-Sports Retos de negocio y claves jurídicas*, de la Asociación Empresarial de los e-Sports (2018).

Más allá de las propias guías, también podemos encontrar informes como *Los esports en España: situación actual y posición de la industria* de la Asociación Española de Videojuegos (AEVI) (2020). La información que contiene, en este caso, es el estado que hay en estos últimos años en cuanto a datos relevantes, como pueden ser los números que manejan de participaciones de medios, equipos, espectadores... pero también se incluyen retos a futuro y cómo deberán variar para poder adaptarse a los cambios. O el caso del estudio *Reaching Gamers Everywhere*, presentado por YouGov (2023), que aborda el impacto internacional de los *gamers* y de los *eSports*.

Por otro lado, también encontramos libros que explican sus inicios, como el de Steven L. Kent, *La gran historia de los videojuegos* (2016). U otros, como *El libro blanco de los eSports*, presentado también por la AEVI (2018), que no trata únicamente sobre lo que son los deportes digitales y su funcionamiento, sino que aborda todas y cada una de las características de los videojuegos, la industria, los actores de esta y las competiciones. *Good Luck Have Fun: The Rise of eSports* (2016), por su parte, es otro estudio destacable, escrito por Roland Li, que introduce la historia de la creación de los videojuegos en general y cómo fueron poco a poco llegando los *eSports* y sus competiciones, hasta alcanzar a un punto de gran relevancia cultural.

Igualmente, se puede encontrar información relevante y que sirva para ampliar ciertos temas en artículos, como *Jugadores de eSports: condiciones laborales e impacto de las plataformas digitales de streaming* (García Luna, 2021), *Habilidades potenciadas con el e-Sport League of Legends: Diseño de caso único* (Rodríguez González y Del Moral Pérez, 2018), *Los eSports a debate* (León Zarceño, Grau Alberola y Cortell, 2019), *Videojuegos: entre el aprendizaje digital y el deporte electrónico* (Roel, 2018), *Esports: Origen, presente y futuro* (García Carmona, 2021), o *Esports* (Werder, 2022).

Incluso existen varios Trabajos Finales de Grado o tesis centrados en este mundo, como *Deportes 2.0 eSports y la cultura digital* (Buganem y Melhem, 2020), *Deportes electrónicos y videojuegos, un nuevo territorio para la planificación estratégica publicitaria* (González, 2021), o *Técnicas de emisión y realización para eSports* (Llorens Miralles, 2021).

Las publicaciones citadas, entre otras, demuestran que las competiciones de videojuegos están en auge, puesto que ya se han estudiado desde diferentes enfoques y perspectivas en múltiples trabajos académicos, lo cual significa que están siendo bastante profesionalizados y, por tanto, hay datos de estudio.

3.1. INICIOS DE LOS eSPORTS

Se considera que uno de los videojuegos iniciales de la historia fue el *Tres en Raya*, llamado *Nought and Cross* (OXO), fabricado en 1952 por Alexander S. Douglas; sin embargo, nació para uso individual y no colectivo, pues quien jugaba se enfrentaba al propio ordenador (González, 2021). Un poco más tarde, en 1958, nace el *Tennis for Two*, una especie de juego que podría considerarse como el juego de la Wii de tenis pero en versión muy básica, antigua y preliminar. Este último fue creado por William Higginbotham, y representaba la primera vez que se incorporaban gráficos y movimiento. Sin embargo, *Tennis for Two* nunca se llegó a comercializar como tal, puesto que su creador lo consideraba solamente una demostración de lo que estaba por llegar (González, 2021).

Los videojuegos han representado una forma de reunir a grupos de personas desde su aparición a través de las primeras máquinas arcade y microordenadores domésticos. Uno de los primeros videojuegos que sirvió para unir a diferentes personas en un mismo contexto y lugar fue *Spacewar!* (1962), que se centraba en la competición entre naves que pilotaban los

jugadores. La idea era derriuir al adversario a base de cohetazos, pero, a su vez, debían tener cuidado con los elementos que les rodeaban, pues acercarse demasiado al sol suponía una muerte asegurada. *Spacewar!* fue creado por Steve Russell en 1962, después de más de doscientas horas de trabajo en un minicomputador DEC PDP-1 (Kent, 2001, p. 43). Tan importante es para el mundo de los deportes digitales que, ya en 1972, este juego reunía a estudiantes de la Universidad de Stanford para disputarse el premio que, en este caso, consistía en una suscripción de un año a la revista *Rolling Stone*. Se podría afirmar que es la primera competición de videojuegos que se hizo.

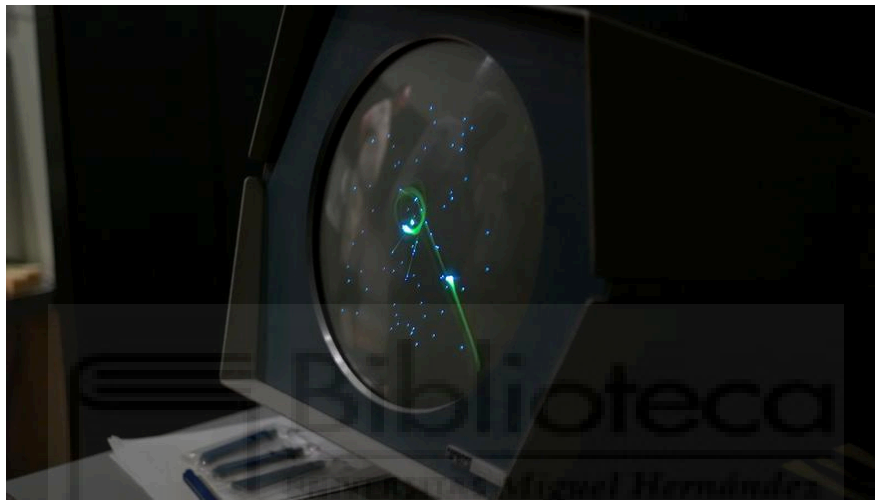


Figura 1: Videojuego *Spacewar!* Fuente: Joi Ito / Flickr (2007).

En 1971, Nolan Bushnell, estudiante de la Universidad de Utah, quien tenía bastante experiencia en la creación de videojuegos, decidió adaptar *Spacewar!* a ordenadores mucho más pequeños y que, por tanto, tenían un precio más asequible. Es así como creó *Computer Space*, que no terminó de funcionar entre el público a raíz de la gran dificultad que suponía jugarlo. Esto no le hizo rendirse, pues sabía que podía crear juegos que fuesen interesantes y, del mismo modo, funcionales para crear grandes competiciones. Por ello, decidió crear su propia compañía, a la que llamó Atari (Kent, 2001, pp. 53-62).

Uno de los primeros juegos digitales, y de los más populares de Atari, fue *Pong* (Nolan Bushnell, 1972), el cual representó uno de los pilares fundamentales para las competiciones multijugador y para afianzar los videojuegos como un sistema de entretenimiento que involucra a mucha gente en su participación. Además, algo a destacar son las increíbles

cantidades de dinero que estas máquinas generaban, por lo que se puede afirmar que la industria del videojuego comenzó a forjar sus bases en aquellos momentos.

Estas rivalidades dieron paso a comunidades de individuos que fueron uniéndose al mundo de los videojuegos para desafiarse entre ellos, dando paso a que, en 1980, Atari crease la *Space Invaders Championship*. Fue la primera vez que estas competiciones salían de las salas y del pequeño público para ser retransmitidas en la televisión a través de un programa estadounidense llamado *Starcade*. Este programa duró cuatro temporadas, hasta que en 1985 finalizó; pero también sirvió de ejemplo para que grandes nombres como Nintendo decidieran crear algo similar con su *Nintendo World Championship*, aunque en este caso se trataba de una competición más centrada en los niños y sus habilidades con el personaje de Súper Mario (Li, 2016).



Figura 2: Programa *Starcade*. Fuente: Dot Esports (2018).

Previamente, y para que estos acontecimientos prosperaran, se tuvieron que crear las primeras videoconsolas para los hogares. A tales efectos, Atari lanzó al mercado la consola doméstica Atari 2600 en 1977. Esta tenía como novedad el famoso *joystick*, que proporcionaba un mejor manejo y jugabilidad a sus poseedores. Fue todo un éxito, y su lanzamiento originó que la gente conociese más aquel mundo, y consumiese programas como el mencionado *Starcade*. Aunque más tarde, en 1982, comenzó la crisis de los videojuegos, que se vio fomentada por la introducción paulatina de los ordenadores personales (Kent, 2001, pp. 140- 207).

Debido a todo esto, llegó una división; en Europa, se comenzó a fomentar mucho más el uso de estos aparatos para poder jugar a los videojuegos, mientras que en Asia creció el uso de las consolas. Estados Unidos, por su parte, siguió las reglas de Asia y comenzó a fomentar también el uso de videoconsolas privadas, llegando así a una mayor decadencia de las arcades. Fue de este modo como, en 1985, Nintendo aumentó su calidad y comenzó a colocarse en el podio de las empresas de este sector (González, 2021).

Como es sabido, la calidad actual de las videoconsolas es superior a la de aquellos momentos, debido a los avances dentro del mundo tecnológico; pero también es verdad que mucha gente en Europa prefiere poder tener todo en un mismo dispositivo, ya que ha habido un gran *boom* en los últimos años hacia los videojuegos preparados para PC, en muchos casos incluso de forma exclusiva. De esta manera, aparecen plataformas digitales de videojuegos como Steam, que fue de las primeras, en 2008. Más tarde, llegaron Epic Games, Origin, Xbox Game Pass y un largo etcétera. Es más, muchos juegos han sido adaptados para que se puedan jugar en ordenadores con poco rendimiento; o tienen su propia versión adaptada a estos. Pero las empresas creadoras de las videoconsolas desarrollaron videojuegos exclusivos para estas, asegurándose así de que hubiese gente que las comprara porque era fan de los mismos, y no había otra manera de jugarlos (González, 2021).

No sería hasta 1997, cuando se crearía la primera agrupación competitiva de videojuegos, concretamente en Estados Unidos. Se llamó *Cyberathlete Professional League*, que contaba también con un generoso premio en metálico para sus ganadores, unos 4000 dólares (Li, 2016). El lugar donde se inició como tal la rama del *gaming* competitivo fue Corea del Sur, de ahí que actualmente sigan liderando este tipo de competiciones y que, a su vez, sus jugadores posean grandes ventajas laborales (como el propio hecho de que se les considere jugadores profesionales, pues es considerado un deporte). Su nacimiento dio lugar gracias a la combinación de los propios juegos de la región, recordando que el multijugador apareció en los sesenta, y los avances en tecnología que había creado el propio gobierno. En el año 2000, Corea del Sur celebró los *World Cyber Games*, tratándose de la competición del videojuego *StarCraft* (Blizzard Entertainment, 1998-2001), la cual no solo contó con la propia colaboración del gobierno y la famosa empresa Samsung, sino que también sirvió de idea y prueba para la creación de la *Major League Gaming* y la *Electronic Sports League*. Tanto impulso supuso, que se creó la *Korea e-Sports Association* para controlarlos y regular las condiciones (González, 2021).

3.2. CRUCE DE LOS DEPORTES Y LOS *eSPORTS*

Los ciberdeportes no son considerados legal y jurídicamente como deportes tal cual. Esto se puede deber principalmente a dos factores, aunque también existen otros de menor relevancia. El principal es el esfuerzo físico que suponen, aunque se necesita cierto movimiento y entrenamiento muscular, pero solo de una musculatura muy concreta. Por otro lado, algo que genera esta desconsideración de deportes es el reglaje que se produce por instituciones públicas. En el mundo de los *eSports* lo realizan empresas privadas, ya que incluso en el caso de los videojuegos son creados y pertenecientes a ciertos desarrolladores y, por tanto, estas controlan lo que se hace con ellos, y claramente sus competiciones (Chikish, Carreras y García, 2019). Aunque otra dificultad que se le podría sumar también es que el mundo tecnológico está en constante cambio, por lo que hace muy complicado tener un reglamento concreto y duradero.

El Comité Olímpico Internacional (COI) se pronunció en su cumbre olímpica a favor de la consideración de “deporte” para los deportes digitales, puesto que, según ellos, los jugadores mantenían cosas en común con los deportistas, como la preparación previa y un entrenamiento. Si bien marcaron como puntos importantes a seguir, para que esto se pudiese dar, la creación de un control para velar por los valores olímpicos, como son en antidoping, la no realización de ninguna trampa, el cuidado con las apuestas, etc., puesto que se han dado casos de jugadores que se doparon, como el de Kory “SEMPHIS” Friesen y todo su equipo Cloud 9 de CS:GO en 2015 (Fernández, 2019a), y también han comenzado a surgir las apuestas, como bien sucede en el mundo deportivo tradicional (Echeverría, 2023).

Algo a destacar de esta mezcla que surge entre el mundo de los juegos digitales y los deportes son los videojuegos que, a su vez, están centrados en el propio mundo deportivo y que se usan para realizar competiciones de *eSports*, como sucede con el propio *FIFA*. Este juego se basa en el fútbol, y sus competidores juegan de forma individual contra sus contrincantes, ambos con un equipo creado por ellos mismos. Es interesante que, incluso encontrando la discusión de si deben ser deportes o no, dentro de los mismos exista un cruce y una unión.

3.3. EVOLUCIÓN DE LOS *eSPORTS*

Los videojuegos han pasado de ser un pasatiempo para las personas más jóvenes en los salones recreativos y posteriormente también en los hogares, a convertirse en lo que actualmente es una industria cultural creciente y para todas las edades.

Para llegar a este punto, tuvieron que suceder hitos relevantes como la aparición de títulos como *Warcraft III* (Blizzard Entertainment, 2002) o *Counter-Strike* (Valve, 2000). Con estos dos juegos se inicia lo que verdaderamente son los eventos de *eSports*, y comienzan incluso a entrar en juego los patrocinadores, que servían para aportar dinero y que este aspecto profesionalizase las competiciones.

En 2007, se celebró el torneo más caro de *eSports* hasta la fecha, la *Championship Gaming Series*, donde se podían conseguir premios de hasta un millón de dólares, además de los propios sueldos de los jugadores (Larch, 2023).

Pero es en 2009 cuando llega el más famoso título hasta el momento. Riot Games publicó el famoso *League of Legends*. Dos años después, la desarrolladora creó su primer torneo de este mismo videojuego, donde se alcanzaría la cifra de 50.000 dólares de premio y los 1,6 millones de espectadores (Martín y Pedrero, 2019). Este evento sería el mundial de *League of Legends*, que se repite año tras año hasta la actualidad.

A día de hoy, los ciberdeportes pueden verse en todo el mundo por sus seguidores a través de plataformas online, donde alcanzan grandes cifras de audiencia. Sin ir más lejos, la final del Split de LEC, la liga europea de *League of Legends*, de Invierno de 2024, ha sido la tercera más vista de la historia de estos deportes, alcanzando a 830.000 personas. Únicamente es superada por el Split de LEC de verano de 2020 y el Split de LEC de verano de 2021 (Pérez, 2024).

Los *eSports* están convirtiéndose en una industria muy importante que genera números muy interesantes y, por tanto, también dinero. Además, existen muchas posibilidades de empleo dentro de ella, pues ya no solo se necesitan jugadores profesionales, sino también *staff*, como entrenadores, psicólogos, gerentes... O, por la parte más comunicativa, también comentaristas, analistas, cámaras, realizadores, editores...

En la actualidad en España, los videojuegos son considerados un concepto cultural más; tanto es así, que incluso el Bono Cultural que se les concede a los jóvenes recoge como cultura los propios juegos electrónicos. A tales efectos, el propio bono permite la adquisición de videojuegos tanto en soporte físico, como a través de suscripciones online (Bono Cultural Joven, 2024).

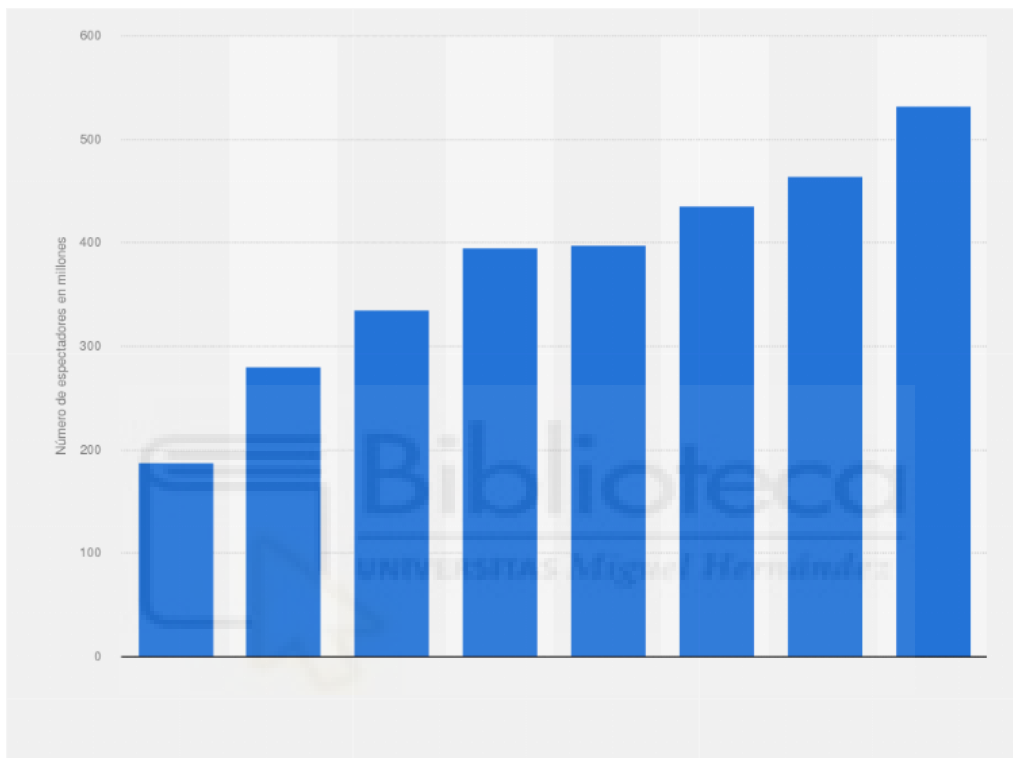


Figura 3: Evolución de la audiencia de *eSports* anual en el mundo, de 2015 a 2022.

Fuente: Statista (2024).

3.4. ELEMENTOS QUE COMPONEN LOS *eSPORTS*

Los videojuegos se han hecho un hueco dentro de la comunicación audiovisual, en parte por su naturaleza y, por otro lado, debido a la creación de las propias competiciones, las cuales ofrecen un carácter audiovisual.

Dentro de este mundo audiovisual hay diferentes componentes que generan el producto final. Entre ellos, se pueden mencionar:

- **Jugadores:** es una de las partes más importantes, pues sin ellos no habría competiciones posibles. Entienden el juego en el que participan y entrenan para ser mejores en él. Son profesionales que se dedican a tiempo completo a estos, sobre todo en ligas superiores. Tienen carreras dedicadas a ello y, en España, aquellos que su trabajo principal es este, es decir que no es un *hobby*, están regulados por el Estatuto de Trabajadores. Están dotados de entrenadores para mejorar sus aptitudes y un equipo que administra y apoya estas actividades. Al igual que los demás trabajadores y deportistas tienen jornadas laborales donde, además de lo ya mencionado, analizan partidos y errores cometidos, sesiones de concentración y relajación y las propias preparaciones para partidos. Son considerados como buenos y aptos si en fechas precisas rinden lo necesario (García Luna, 2021).
- **Publishers:** son empresas encargadas de la distribución de videojuegos que luego promocionan, cobran y, por tanto, comercializan, explotando así sus derechos derivados. Se encargan, a su vez, de establecer las normas del juego y de las propias competiciones. Pueden controlar todo lo relacionado con el videojuego, por eso es la parte más importante dentro de la industria. Si bien, la creación de los juegos la lleva a cabo la desarrolladora.
- **Videojuegos:** el centro de todo el panorama de los *eSports* es, sin lugar a dudas, los juegos para ordenador o consolas. No todos se pueden considerar aptos para las competiciones. Los más habituales son los MOBA (*Multiplayer Online Battle Aren*; multijugador con arenas de batalla), los *shooters* en primera persona, los de estrategia, los de pelea y los de roles multijugador (Redacción El Comercio, 2022). Pueden ser disputados de forma individual o por equipos. Lo requerido principalmente para que sean considerados de esta manera es:
 - Deben tener un diseño que posibilite la jugabilidad entre dos o más personas.
 - Deben adaptarse a unas reglas que se establezcan para poder desarrollarse de una forma correcta y sin trampas.
 - Deben formar parte de una liga organizada, donde tiene que haber rangos y niveles.
 - Deben tener una audiencia que tenga la capacidad de seguir los torneos.
- **Broadcasters:** son los narradores de las competiciones por excelencia. Hacen posible el entendimiento de lo que está sucediendo por parte de la audiencia y generan un

buen ambiente. Dado que los *eSports* son retransmitidos, por lo general, en directo y en plataformas que permiten un *feedback* directo, también conectan con el público de una forma mucho más cercana, introduciendo sus pensamientos, mensajes y predicciones en el propio evento. Son las personas encargadas de hacer los partidos mucho más amenos y próximos a sus espectadores (Debut.MX, 2021).

- Organizadores: son las empresas encargadas de la creación de los torneos en sí. Deciden los formatos, estructuran las competiciones, ponen los horarios, piden las licencias, buscan los mejores entornos (sobre todo si son en directo), tienen en cuenta los presupuestos, los patrocinadores y controlan al público (Unisport, 2022).
- Equipo técnico: conocido también como *staff*, son los que ayudan a los propios *gamers* a alcanzar su máximo potencial y lograr las victorias. Lo componen el entrenador (aunque puede haber más de uno, específico de cada posición); los analistas, que se encargan de ojear a los rivales y sacar datos relevantes; los *managers*, que proporcionan los objetos y las condiciones necesarias; y los psicólogos, que han cobrado mucha relevancia últimamente, ayudando con la parte mental (Yuste, 2016).
- Equipos: estos se componen de los propios jugadores y del *staff* del club. Su objetivo evidentemente es ganar las competiciones y, para ello, entrenan de forma conjunta.
- Patrocinadores: como en cualquier otro deporte o competición, son los que ponen parte del capital a cambio de una serie de productos publicitarios que ellos mismos deciden y acuerdan.

3.5. NARRATIVA AUDIOVISUAL Y TÉCNICAS DE TRANSMISIÓN DE LOS *eSPORTS*

Los *eSports* se retransmiten principalmente de manera online usando el método del *streaming*, donde los usuarios se conectan en directo y por medio de la red descargan lo que van visualizando, pero sin que se quede en sus aparatos electrónicos que están usando. Principalmente, la plataforma más utilizada es Twitch, perteneciente en la actualidad a Amazon, seguida de los directos de YouTube y Facebook (Martín y Pedrero, 2021).

Teniendo en cuenta el videojuego como tal, podríamos decir que muchos de ellos tienen tanta parte artística como las películas y series en general. Ya sea por sus guiones, o por los propios entornos 3D que se han creado para ellos. Un ejemplo de ello es *The Witcher 3: Wild Hunt* (CD Projekt, 2015), que tiene buenas valoraciones tanto por la crítica como por los propios jugadores (Pont, 2020).

Existe una diferencia entre narrativa y narratividad dentro de un videojuego. La segunda en cuestión, es el uso de los elementos para contar una historia. Por otro lado, la primera se refiere a la propia historia del videojuego, es decir, el guion, donde tenemos una presentación, un nudo y un desenlace por el cual tendremos que viajar (Pont, 2020). Pero también podemos encontrar narrativa fuera del juego; por ejemplo, aquella que se crea con los espectadores en las partidas de *eSports* por la competitividad entre unos equipos u otros, la narrativa audiovisual creada mediante los vídeos previos o los que salen entre partidas. Todo ello fomenta una narrativa externa al videojuego que, a su vez, es importante para el mismo.

La narrativa, y su narratividad, son relevantes y se interrelacionan para crear un producto en el cual el propio jugador o jugadora pueda disfrutar viviendo, como si se tratase de ellos mismos, lo que le sucede a los personajes. Si bien el término narrativa dentro del mundo estructural de los videojuegos se puede quedar corto, ya que esta tiende a ser una construcción en la cual el receptor no influye, en el ámbito de los juegos sí es así, pues los jugadores deciden sobre partes importantes de la historia, de sus tiempos e incluso de parte de la estructura (Oña, 2021). Incluso dentro de esta podemos encontrar la lineal, que sigue los acontecimientos en orden cronológico; la narrativa de embudos, donde se posee la capacidad de elegir camino pero al final todas las elecciones llegan al mismo punto; la narrativa de exploración, que da posibilidades nuevas según vamos descubriendo; la no lineal, que ofrece poca capacidad de decisión al usuario; y la ramificada, que da la posibilidad de coger caminos diferentes (Rosales, 2020). Por esta razón, hablar de la narrativa dentro de los videojuegos no es tan sencillo como podría ser dentro del mundo del cine.

Todos los elementos del videojuego crean la propia narración. Las mecánicas del juego, los vínculos existentes entre los personajes dentro del mismo, las características que posee cada uno de ellos y que los hacen únicos dentro del videojuego y la propia capacidad de jugabilidad que tiene el usuario y que crea diferentes tipos de caminos dadas sus elecciones, todos son componentes fundamentales para estas obras audiovisuales (Campos, 2018).

Los videojuegos han adquirido principios cinematográficos y los han trasladado al mundo interactivo. La propia tipología de los planos y su variación en el juego, la duración de ellos y el sonido de cada una de las escenas, son todos trasladados del cine y de las series y que se consideran necesarios para el entendimiento y la apropiada jugabilidad para con los usuarios. Además, gran variedad de videojuegos a día de hoy poseen las llamadas cinemáticas, que son unas secuencias pregrabadas donde el jugador no tiene, o es muy poca, capacidad de decisión o, ni siquiera, de intervención; esto los ha convertido cada vez más en una especie de serie animada mezclada a su vez con un videojuego (Campos, 2018).

No solo tienen narrativa los juegos con una historia predefinida por la que va viajando el jugador, sino que la tienen todos. Esto implica que hasta los más sencillos como pueden ser los de carreras o deportivos también la poseen. Por ejemplo, en el videojuego de fútbol *FIFA* es relevante al personaje que eliges, el equipo que formas, el tipo de partido, el tipo de modo, el estilo, el algoritmo... Todas estas piezas son relevantes y crean una narrativa (Campos, 2018). El *gamer* acaba siendo la parte que crea las decisiones dentro de las posibilidades que se le dan y, por tanto, en cierto modo en el interior de una obra ya establecida tiene en cierta manera la capacidad de creación y de formar una experiencia propia.

En cuanto a los deportes digitales como tal, más allá del mero hecho de ser un videojuego, son también un espectáculo que se desarrolla para el disfrute de su público. Por esta razón, y al estar dirigidos por empresas que se dedican a este tipo de retransmisiones, poseen una narrativa mucho más cuidada. En España, los derechos de estos eventos los tiene Mediapro, por lo que se usan sus cámaras, sus estudios, sus técnicos, su iluminación y su sonido. También se crean previamente piezas audiovisuales que van introduciendo; piezas que, a su vez, han sido trabajadas y creadas por profesionales del sector audiovisual (Martín y Pedrero, 2021).

La *Liga de Videojuegos Profesional* (LVP) cuenta con un estudio para comentar los partidos tanto de *League of Legends* como de *Valorant* (Riot Games, 2020), que es muy parecido al que se podría encontrar en cualquier cadena de televisión habitual para cualquier deporte tradicional. De esta forma se asemejan más, si cabe, entre ellos. Cuentan también con gente que, a su vez, va actualizando los datos que aparecen en directo, como sucede en deportes como el fútbol, y van añadiendo datos del *feedback* que reciben con el público, como, por

ejemplo, las encuestas de quienes van a ganar o quién decide el público que es el MVP (*Most Valuable Player*, el mejor jugador de la partida).

Las propias retransmisiones cuentan con tres partes principales significativas. Al inicio, antes de que se dispute el encuentro se realiza un análisis previo de la situación de los equipos, donde se habla de sus posibilidades, sus fortalezas y debilidades, sus jugadores, el control del mapa y datos de relevancia como puede ser tiempos de partida, daño por minuto... (Llorens, 2021). Luego se comenta la partida en sí, con todo lo que va sucediendo al instante. Una vez esta ha acabado, los comentaristas hablan de lo que acaba de suceder, de las diferencias con otros días, de cómo van en la clasificación, de la mejor jugada, etc.; y todos estos datos permiten entender mejor la situación en la cual se han quedado los equipos que acaban de competir.

Una de las mayores diferencias con los deportes tradicionales en cuanto a la retransmisión se refiere es que, si bien en el deporte tradicional las grabaciones las realiza y las proporciona por lo general la propia cadena que los emite, en el mundo de los deportes digitales esto no funciona exactamente así. Las partidas, al ser en parte más cerradas, deben controlarse por el realizador a través del llamado “modo espectador”, permitiéndole introducirse dentro de la partida que se está dando solo como visualizador, e ir pinchando a los jugadores o a la parte del mapa que considere necesaria mostrar (Llorens, 2021). Esto hace que a veces pueda ser algo más rudimentario, caótico o que, incluso, se pueda *bugear*.

4. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este trabajo de investigación se han procedido a analizar cualitativamente diversas fuentes documentales que versan sobre el ámbito de los *eSports* y los videojuegos, para saber cómo se desarrolla el sector y cuáles son sus características más relevantes para este Trabajo de Fin de Grado. Este análisis está centrado principalmente en España y, por tanto, en sus equipos y competiciones pertenecientes; pero en ocasiones también se amplía la visión a Europa o Estados Unidos, para tener así una idea de cómo funcionan las categorías superiores que están directamente relacionadas con este país.

Se han analizado también retransmisiones de los propios videojuegos para los estudios de caso, para encontrar así el estilo audiovisual de cada uno y marcar tanto sus similitudes entre ellos como sus diferencias. A tales efectos, se han estudiado los casos de tres videojuegos relevantes en el panorama, pero que aparecieron en años dispares para poder entender diferentes épocas y su perspectiva diacrónica. Los que finalmente han sido elegidos son: *Counter-Strike* (1999), *League of Legends* (2009) y *Fortnite* (2017). Además, estos tres títulos son controlados por diferentes empresas, por lo que dan una mayor visión de sus narrativas y estilos, dependiendo de los factores que los componen.

Por todo ello, se comienza poniendo en situación sobre qué son los deportes digitales y sus inicios. De esta forma, se entiende mejor el punto de partida hasta llegar a la actualidad, donde se ha producido un gran incremento en la industria y en el valor de esta. Se tratan también las herramientas que se han extraído de otras retransmisiones deportivas más tradicionales por medio del estudio de las mismas, y de la propia experiencia en cuanto a su visualización y análisis. Se separa, por tanto, el mundo del juego digital respecto del tradicional para centrarnos en el primero, puesto que es el que acompaña a los ciberdeportes desde que nacieron.

5. RESULTADOS

5.1. CASO DE ESTUDIO: *COUNTER-STRIKE* (1999)

Half Life (Valve Corporation, 1998) fue un *shooter* en primera persona, que más tarde sería adaptado por medio de un MOD¹ para crear su multijugador, *Counter-Strike* (1999). El juego trataba de una competición entre dos equipos: los terroristas y los antiterroristas. Las condiciones del terreno eran bastante realistas y los disparos imitaban la realidad. Todo y que no ofrecía la calidad gráfica actual, la gente comenzó a jugarlo, sobre todo por su calidad en cuanto a código se refiere. Además, dió la posibilidad a los seguidores de crear sus propios mapas, lo que hizo que se sintieran mucho más parte de él. A esto también se le sumó la forma realista del retroceso de las armas, el sistema de pago que tenían dentro del mismo, la capacidad de reaparecer y los diferentes objetivos por partida (Díaz, 2023).

Counter-Strike tuvo un crecimiento exitoso debido a su rápida dinámica y atractivo diseño que no solo permitía competir contra otros jugadores, sino que también les daba la oportunidad de generar estrategias para la colocación de las bombas a lo largo del mapa, lo cual hacía que ganasen fondos que podían usar en las siguientes rondas, generando así una competitividad que lo llevó a convertirse en uno de los *eSports* más importantes (Henningson y Ridsdale, 2024).

Sus primeras competiciones nacieron de las *LAN parties* en Suecia, que luego se transformaría en la conocida reunión oficial de videojuegos con competiciones en directo llamada *DreamHack*. Esta se celebra en diversas partes del mundo según el lugar que albergue la *Lan party*, varias veces al año y tiene una duración aproximada de tres días de actividades y torneos de *eSports*. El primer torneo más relevante fue el Campeonato de Invierno de la *Cyberathlete Professional League* en 2001 de Estados Unidos (Díaz, 2023).

La versión más conocida que tuvo en sus inicios fue la 1.6, donde se introdujeron gran cantidad de los mapas más conocidos. Esto sucedió en el año 2003; y fue bastante revolucionario porque, aunque era sencillo de jugar, se requería una precisión milimétrica para poder disparar y acertar.

¹ Un MOD es la modificación realizada en un videojuego para mejorar aspectos del mismo.

En 2004, Valve Corporation desarrolló *Counter-Strike: Condition Zero*, que permitía jugar con cuatro compañeros más en el lado de los antiterroristas y un sistema de inteligencia artificial para el bando de los terroristas. El lado negativo de este título fue sus gráficos, que no alcanzaron el nivel de calidad exigido.

Ese mismo año apareció *Counter-Strike: Source*, donde mejoraron los gráficos gracias al uso del motor gráfico de *Half Life 2* (Valve Corporation, 2004). Fue el primero que salió en Steam y permitía la jugabilidad de personas con ordenadores no muy potentes. Lo único que no gustó de esta versión fue el uso de las armas (Henningson y Ridsdale, 2024), que no tenía nada que ver con lo que era *Counter-Strike*.

En 2010, Valve Corporation creó *Counter-Strike: Global Offensive*, que mejoró el juego inicial de manera significativa para así hacerlo mucho más estratégico, lo que hizo que gran cantidad de fans decidiesen darle una oportunidad. Los jugadores debían utilizar diferentes tipos de armas², cada una con una funcionalidad y unas características específicas, para conseguir su propósito de eliminar al rival de la forma más óptima y precisa. Pero la parte más importante del juego era la logística, donde se debían usar las cualidades del terreno y elementos, como el humo, para espiar al contrincante y, de este modo, obtener información relevante para las siguientes rondas. Esta capacidad de generar expectativas hizo que una gran audiencia comenzase a interesarse en sus competiciones.

Ese mismo año fue el momento clave para la entrada de *Counter-Strike* en el mundo de los ciberdeportes, tanto a nivel europeo como americano, incrementándose las cifras de audiencia y creándose un fenómeno fan para jugadores y equipos como Mathieu “ZywOo” Herbaut, del equipo francés *Team Vitality*, y Nikola “NiKo” Kovač, del equipo español *G2 Esports* (Henningson y Ridsdale, 2024).

Counter-Strike fue uno de los juegos más importantes del panorama de los deportes electrónicos, sobre todo en el año 2015. Siendo un gran peso para los mismos y estando completamente diseñado para poder jugarse en competiciones. De hecho, la propia desarrolladora, Valve Corporation, ha sido la organizadora de los torneos, llegando a alcanzar

² Armas con nombres completamente reales, a diferencia de las versiones anteriores.

audiencias de millones de personas alrededor del mundo. Actualmente, se encuentra entre el top cinco con mejor retribución económica (Henningson y Ridsdale, 2024).

En 2023 se publicó *Counter-Strike 2*, que ha incluido el famoso sistema de rangos, lo cual ayuda bastante a los videojuegos que se utilizan en los *eSports* para poder definir el nivel de sus jugadores de forma eficaz, siendo este un modo de formar grupos mucho más parejo (Díaz, 2023).

Pero este juego será siempre recordado por sus jugadas en directo y remontadas que hicieron vibrar al público asistente y online de las competiciones. Fue el caso de Marcelo “Coldzera” David jugando para *Luminosity Gaming*, y consiguiendo remontar un mapa que parecía prácticamente imposible, por medio de la búsqueda del lugar preciso para esconderse y acabar con *Team Liquid*. De esta manera, consiguió ganar el partido y llegar a la final. Lo que hizo fue tan insólito, que consiguió hacer chillar hasta a los *casters* (Antón, 2019).

El estilo audiovisual de *Counter Strike* es claro. La predominante es la visión del juego y de lo que va sucediendo en el mismo, que se puede ver a pantalla completa y mostrándose las dos visiones de los dos equipos que juegan; por tanto, los narradores quedan relevados a simplemente ser la voz de lo que pasa y a rellenar el tiempo entre partidas con datos de interés. De esta manera, el espectador tiene toda la información de lo que está sucediendo en la pantalla. Aunque su estilo gráfico comenzó siendo un poco pobre, ha ido mejorando conforme han ido pasando los años y se ha ido actualizando y creando nuevas versiones³.

Por otro lado, al estilo de doble pantalla, pero con un tamaño mucho inferior, encontramos a los equipos que están jugando a *Counter Strike* en directo; de esta manera, podemos conocer quiénes son, ponerles caras y ver sus impresiones de lo que está sucediendo. Los comentaristas, por lo general, no suelen aparecer en pantalla pero sí se oyen sus voces por encima del propio audio del juego.

Un aspecto muy característico de este videojuego es que, al tratarse de un *shooter* en primera persona, la gente de realización que maneja la imagen proyectada del juego en directo para las retransmisiones tiene que ir pinchando la visión exacta de aquello que está viendo el

³ Entre las nuevas versiones de *Counter-Strike* se encuentran *Counter-Strike 1.6* y *Counter-Strike 2*.

personaje y, por tanto, el jugador. Por ello, es importante mostrar si están escondidos, o si avanzan hacia una zona que está ocupada, o si, por ejemplo, hay acción.

De esta forma, la audiencia puede ver a través de las paredes dónde se encuentran todos los jugadores por el mapa y así saber interpretar lo que puede ir sucediendo. Este aspecto también sucede en otros juegos, como *Valorant* (Riot Games, 2020) o *Call of Duty: Modern Warfare III* (Infinity Ward, 2023), donde hay una versión más pequeña del mapa para visualizar dónde están todos al estilo de plano, viendo así también en dicho mapa cuándo uno es eliminado. En *Counter-Strike*, una vez te matan no reapareces en el mapa hasta el siguiente. Esto afecta a la economía del jugador y, por tanto, a sus armas, datos que el público también puede ir viendo en directo por medio de objetos gráficos que las retransmisiones ofrecen en pantalla.

En él se premia a los jugadores con mayores capacidades para el manejo del videojuego, es decir sus mecánicas, pues en todo momento ofrece las mismas oportunidades a todos; de esta forma, acaban ganando los más hábiles. El sistema no crea una progresión incentivada por la experiencia conseguida. Los mapas son pequeños y es bastante necesario que los *gamers* los conozcan a la perfección si quieren durar la ronda completa; se componen de lugares estrechos y objetos que incitan a la generación de estrategias. Además, en este juego hay “fuego amigo” y los personajes se pueden chocar entre ellos, es decir, no se atraviesan, por lo que la colaboración con los compañeros es muy necesaria (Leiva, 2012).

Dentro de las propias competiciones en directo se puede ver también la reacción del público asistente de los grandes torneos como el *Intel Extreme Masters* (IEM). Se usan dos colores diferentes para distinguir a cada equipo y también los datos relevantes como armas, *kills*, porcentaje de vida y un largo etcétera. Los elementos más relevantes son aquellos que aparecen con mayor tamaño en pantalla, puesto que esto hace que se les preste más atención y se les perciba mucho mejor (Labrador, 2020, p. 155). Toda información similar, o que habla del mismo tema, aparece junta en la misma zona de la pantalla y en aquella que corresponde a cada equipo.



Figura 4: Partida profesional de *Counter-Strike*. Fuente: HobbyConsolas (2017).

5.2. CASO DE ESTUDIO: *LEAGUE OF LEGENDS* (2009)

League of Legends (LoL) fue creado por Riot en 2009 para ordenadores. Sus fundadores Brandon “Ryze” Beck y Marc “Tryndamere” Merrill se inspiraron en *Aeon of Strife* de *StarCraft* y *DotA: All Stars* (Fernández, 2019b). Fueron los padres de los juegos de arena de batalla multijugador y en línea. LoL nació siendo un juego completamente gratuito y que generaba dinero a través de la monetización de ciertos elementos como las *skins*. Se trata de un juego MOBA, es decir, se juega en modo multijugador en una arena de batalla donde es crucial la estrategia y la comunicación constante con los otros aliados.

La forma de ganar en este videojuego es destruir la base enemiga antes de que ellos lo hagan. Para ello, es importante el trabajo de todas las líneas, es decir, del equipo de forma unánime y cautelosa. La importancia de los reflejos y la técnica es básica. El juego consta de un mapa dividido en dos lados, uno para cada equipo, con dos bases donde cada una tiene un nexo, si el nexo es destruido por el equipo aliado entonces se gana, pero para ello no solo hay que ganar a los contrincantes, sino también a los súbditos y a las torres que lo protegen (Movistar eSports, 2018).

En LoL hay cinco posiciones diferentes: el *top*, encargado de la línea superior del mapa; el *mid*, que controla la de enmedio, y que mayor capacidad de rotación tiene; el jungla, encargado de los objetivos y monstruos de la jungla y que también brinda apoyo a sus compañeros; el *AD Carry*, que juega en la línea de abajo y suele ser la persona con más

capacidad de hacer daño; y el *support*, que juega también en la *botlane* y protege a los demás principalmente, aunque también ayuda en iniciaciones. A su vez hay seis roles diferentes: asesino, luchador, mago, tirador, apoyo y tanque (García, 2021).

En 2021, LoL se posicionó como el segundo juego más jugado por detrás de *Fornite*, alcanzando los 8 millones de jugadores al día. Además, es de los *eSports* más visualizados y más conocidos sobre todo los *Worlds*, el Campeonato Mundial de *League of Legends*. La primera temporada competitiva fue en 2010, años después de su lanzamiento (Guirado, s.f.); este supondría el inicio de una de las mejores competiciones para los seguidores de los ciberdeportes. Esta surgió gracias a sus fans, que comenzaron a crear competiciones de forma amateur y que llevaría a que ese mismo año LoL entrase en el campeonato *Dreamhack Summer* de 2011, junto con los videojuegos *StarCraft II: Wings of Liberty* (Blizzard Entertainment, 2010) y *Counter-Strike*, donde llegaron a los 100.000 espectadores (Croft, 2020). Tras esto, Riot tomó la decisión de crear su propia liga, aunque no fue nada fácil debido a los grandes costes que suponía.

A la vez que sus temporadas competitivas llegó el famoso *metagame*, que eran las normas internas que configuraban la forma en la que los jugadores debían jugar si querían ganar las partidas (Fernández, 2019b). Estas normas estaban y están plenamente reguladas por Riot y, por tanto, marcan las pautas de todas sus ligas profesionales a lo largo de todo el mundo.

A lo largo de los años, se han ido haciendo diferentes actualizaciones para modernizar los colores y gráficos de LoL. También se han ido adaptando las habilidades de los campeones y se han incorporado diferentes funciones que han pedido los propios usuarios. Los creadores de Riot siempre han valorado mucho las quejas y solicitudes de los usuarios porque, como antiguos jugadores, saben lo que es no ser escuchados por las empresas de videojuegos (Fernández, 2019b).

LoL no es un juego fácil, pues cuenta con más de cien campeones con cuatro habilidades diferentes cada uno. Sumándole a esto las runas que se pueden seleccionar y los diferentes objetos que se pueden comprar a lo largo de la partida, lo que hace que estas habilidades se vean intensificadas o modificadas dependiendo de lo elegido. La curva de aprendizaje es grande y los usuarios deben estar constantemente en el juego para seguir aprendiendo los cambios que se producen cada temporada (Croft, 2020).

Asimismo, los *Worlds* son su evento por excelencia, pues reúnen a equipos de todo el mundo y, por tanto, a audiencias de todas partes. Este no solo se retransmite cada año a través de plataformas como *Twitch*, sino que también puede verse en directo en el lugar donde se juegue, en canales de televisión de algunos países como China, que tienen los derechos, o en pantallas gigantes a modo de *Watch Party* (Climent, 2016).

Al igual, que sucede con *Counter-Strike*, dentro de una retransmisión de LoL podemos encontrar el modo espectador, donde se ve la partida que se está dando, las cámaras de los jugadores acompañadas de sus nombres, un mapa en miniatura en una de las esquinas que muestra dónde está cada uno y diferentes gráficos sobreimpresos en la pantalla, como un *overlay* que brinda datos relevantes, como los objetos que tienen los campeones, número de muertes, asesinatos y participaciones, *farmeo*⁴ que llevan y un largo etcétera, que en muchos casos van siendo modificados según avanza la partida (Climent, 2016).



Figura 5: Partida profesional de *League of Legends*. Fuente: ONE eSports (2023).

Como es sabido, LoL es “el rey” en el mundo de la retransmisión de ciberdeportes. Por esta razón, es de los títulos que más *coestreams*⁵ tiene. La diferencia radica en que quien los comenta suele ser alguien importante en el sector de LoL, o una persona contratada por el equipo para que lo haga y les apoye. De esta forma, se llega a un mayor número de personas pues se atrae a un público propio, que busca más partidismo; o a seguidores de las personas

⁴ Matar enemigos de forma repetitiva para conseguir oro y experiencia.

⁵ Canales no oficiales para la visualización, comentados por personalidades famosas.

que lo narran, dado que en algunos casos pueden ser *streamers* como Ibai Llanos con Koi, Mad Lions Koi y Movistar Koi (Martín, 2023).

5.3. CASO DE ESTUDIO: *FORTNITE* (2017)

Fortnite nació en 2017 para consolas a través de la desarrolladora Epic Games, seis años después de la creación de *Gears of War 3*. Este último les hizo plantearse la idea de mezclar la construcción con los juegos de batallas de disparos, es decir, los *shooter* (López, 2018).

Durante sus años de creación, la desarrolladora se pasó a *Unreal 4*, el motor de juego que dejó atrás a su predecesor y mejoró la jugabilidad. También cambiaron el aspecto lúgubre de los juegos de disparos a uno mucho más alegre y colorido, tal y como actualmente presenta *Fortnite* (López, 2018).

Inicialmente, *Fortnite* no se creó como un *battle royale*, es decir, el famoso “último en pie” donde gana el jugador o equipo que consiga sobrevivir a los otros participantes, e incluso a las condiciones de la propia arena de batalla, que va cerrando el espacio jugable. Este modo se introdujo un poco más tarde, y hoy en día es el más jugado dentro de *Fortnite*.

Este modo consiste en jugar en solitario, dúos, tríos o escuadrón (cuatro miembros) en un mapa en el cual aparecen un total de cien personas. Los usuarios saltan al mapa del autobús de batalla cuando ellos deciden, para acudir a una localización e intentar conseguir armas, escudos y diferentes objetos que les ayuden durante la partida y, de este modo, puedan alzarse con la victoria. A diferencia de los otros videojuegos analizados anteriormente, durante el combate de *Fortnite* se puede ir cambiando de arma y adquirir munición que posteriormente será útil. A su vez, también el área jugable se va reduciendo según va pasando el tiempo, lo cual va haciendo que los jugadores se vayan teniendo que encontrar entre sí y, por tanto, deban pelear.

Este juego se clasifica entre los mejores y más jugados en su modalidad; de hecho, la temporada del año 2023 llegó a alcanzar los cinco millones de usuarios jugando a la vez (Delgado, 2023) debido a su vuelta a la historia del inicio, porque también tiene una especie de historia detrás, *lore*, que según van pasando los capítulos y las temporadas nos va dando pistas para comprender el porqué del mapa y los personajes peleando entre sí, lo cual hace

participes a los usuarios como si ellos mismos hubiesen sido atrapados en ese bucle y no pudiesen salir.

Hay muchos creadores de contenido que han jugado este *free-to-play*, lo cual ha llevado a que le llegue a mucha más gente y, por tanto, pese a ser gratuito, sea de los juegos que más dinero ha generado en los últimos más de diez años (Brito, 2020).

Los torneos de este juego se realizan a partir de un rango específico, dependiendo de la competición, por lo que los jugadores tienen que alcanzar cierto nivel y clasificación si quieren poder entrar en los mismos y no solo optar al trofeo, sino también a los diferentes premios que hay (Fortnite, 2024). El sistema de rangos entró en el año 2019, por lo que se trata de algo muy reciente y actual.

Dado el estilo de *Fortnite* en el modo competitivo, se puede participar en equipos, como sucedía con *Counter-Strike* y LoL, pero también tiene la versatilidad de que se puede participar de forma individual.

En *Fortnite* es importante saber lo que permite cada una de las armas, el dominio del sigilo, la rapidez a la hora de poder construir o cambiar de arma y saber apuntar de forma correcta, aun estando en movimiento o si la otra persona lo está. Por esta razón, no es tanto un juego de técnica ni de lectura de mapa, sino que es más importante la práctica y la memoria.

En cuanto a poder ver *Fortnite* como espectadores, es más complicado que en los dos casos anteriores, ya que al ser tantos jugadores o equipos dentro de una misma partida, es más difícil poder ir cambiando e ir viendo a todos. Por ello, lo habitual es seguir solamente a un equipo o competidor y ver únicamente al mismo. Además, el sistema funciona por puntos, por lo que se les da puntos por muertes y asistencias, entre otras razones. Esto quiere decir que es muy posible que si han matado más veces, entonces están en la parte alta de la tabla. En este juego, si un jugador muere la partida termina a menos que juegue en equipo, ya que en ese caso sus compañeros pueden revivirle. Por tanto, solo hay una oportunidad para ganar.



Figura 6: Estadio con una partida de *Fortnite* en directo. Fuente: MGG (2019).



Figura 7: Competición de *Fortnite* profesional. Fuente: Canal oficial de *Fortnite* en Twitch (2024).

Para su transmisión se usa una pantalla partida. En una parte se ve el mapa con los jugadores o equipos señalados con colores diferentes, y en la otra parte se muestra el jugador seleccionado para ver su situación. También, al igual que sucede en los otros juegos, tenemos tanto el sonido de la partida de una forma más suave, y el sonido de los comentaristas de la misma por encima. Aunque en este caso los gráficos por la pantalla son menores, puesto que muchos de los elementos que son importantes para conocer la situación de cada uno se encuentran naturalmente en la pantalla. Uno de los que sí aparece es el nivel de vida y el escudo de todos los que estén cerca de la persona que se muestra en pantalla.

Algo que también es importante recalcar es que dentro de las competiciones de este juego, de sus FNCS⁶, se ha jugado en múltiples ocasiones en multiplataforma. Este aspecto quiere decir que durante la partida había gente compitiendo en el mismo juego y la misma categoría pero, o bien con consola, o bien con ordenador.



⁶ Series competitivas de *Fortnite* a nivel profesional y mundial.

6. CONCLUSIONES

Tras el análisis realizado en este Trabajo de Fin de Grado, es importante mencionar que la nueva forma de entretenimiento que ha surgido a raíz de los *eSports* es aquella que requiere de mucha interacción con su público. Por esta razón nacen plataformas como *Twitch*, que dan la posibilidad de crear directos participativos donde desde el chat en directo se puede ir comentando o reaccionando a lo que va sucediendo (Antón y García, 2014). Esto hace que se genere una sinergia entre la persona o personas que están comentando los partidos de deportes digitales y el público que los está visualizando.

Algo que también contienen los videojuegos que han hecho que sean tan atractivos, sobre todo para la gente más joven, es la rapidez de las mecánicas y de las jugadas que surgen en las competiciones, teniendo en cuenta que vivimos en la era de *TikTok*, donde se prefiere los videos rápidos y llamativos. De esta forma, si se puede condensar la *play* en menos de tres minutos, se consigue atraer a mucho más público.

Existen también *LAN Parties* y torneos en directo de forma presencial que favorecen aún más la implicación de los fans de los deportes digitales (Antón y García, 2014). Este aspecto, a su vez, crea algunas competiciones entre no profesionales que hacen que sean los propios seguidores los que también juegan y, por tanto, estos participan en cierta manera de la narrativa y jugabilidad que tienen, produciendo así un mayor entendimiento de los *eSports*.

En los ciberdeportes también suelen participar personalidades importantes de Internet y del *gaming*, lo que hace que puedan llegar a más personas que a lo mejor desconocían que existían estas competiciones o que nunca se habían planteado verlas.

La mayor diferencia encontrada con las transmisiones de deportes tradicionales es el propio nacimiento de las mismas para plataformas online, lo cual ha hecho que sean completamente adaptadas desde el inicio a este tipo de pantallas y a los colores de neón propios de esta clase de medios. Siendo así que también en muchos casos las competiciones pueden estar narradas por los comentaristas oficiales o por los *coestreams*, que los albergan gente famosa como pueden ser exjugadores o *streamers*.

Los *eSports* están en auge en plena era digital. Por tanto, después de este estudio consideramos que es muy posible que estas competiciones sigan en crecimiento, sobre todo en lo que respecta a medios y a espectadores, como ha pasado en los últimos años, más aún a

raíz de la pandemia por la COVID-19, donde supieron adaptarse dadas las características de las competiciones, que no requerían de la asistencia a ningún lugar de forma presencial, ni tampoco el que estos tuviesen que juntarse.

El crecimiento es y seguirá siendo significativo y, por tanto, dados los números de seguidores es posible que se vayan generando más torneos en directo, puesto que más empresas estarán dispuestas a invertir dinero en publicidad para ciberdeportes. Esto hará que, poco a poco, vayan poniéndose más a la altura de los deportes y a raíz de ellos se usen mejores equipos técnicos que hagan de estos eventos un espectáculo audiovisual.

Varios juegos que podrían ser analizados si esta investigación siguiese en un futuro podrían ser *StarCraft 2* (Blizzard Entertainment, 2010), *Rocket League* (Psyonix, 2015), *Valorant* (Riot Games, 2020) y *FIFA 23* (Electronic Arts, 2022). Así, podrían estudiarse videojuegos bastante diferentes entre sí en cuanto a estilo y jugabilidad y que, a su vez, distan entre ellos cronológicamente.

Finalmente, cabe señalar que lo que el presente análisis del estilo y medios audiovisuales recoge ha sido poco estudiado con anterioridad, en parte por la reciente consolidación de los *eSports* y, del mismo modo, por la cantidad de nombres y conceptos existentes dentro de su propio mercado e industria, lo que puede llevar, además, a un estudio muy profundo de cada uno de ellos individualmente, pero no tanto a la comparativa que se genera entre ellos.

BIBLIOGRAFÍA

- AEVI. (2018). *El libro blanco de los eSports en España*.
https://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2018/05/ES_libroblanco_online.pdf
- AEVI. (2020). *Los eSports en España: situación actual y posición de la industria*.
<https://t.ly/z3rwB>
- Antón, M. (2019). *La increíble jugada de CS:GO que es imposible olvidar*. Marca Gaming.
<https://t.ly/wRNY0>
- Antón, M. y García, F. (2014). Deportes electrónicos. Una aproximación a las posibilidades comunicativas de un mercado emergente. *Questiones Publicitarias*, 19, 98-115.
<https://doi.org/10.5565/rev/qp.28>
- Bono Cultural Joven. (2024). *¿En qué puedo gastarlo?* Ministerio de Cultura.
<https://bonoculturajoven.gob.es/>
- Bordes, P. y Martínez-Santos, R. (2021). ¿Es deporte el eSport? Explorando los límites práxicos del videojuego competitivo. *LiMite*, 15.
<https://doi.org/10.4067/s0718-50652020000100216>
- Brito, J. (2020). *5 claves que explican el éxito de Fortnite*. Mundo Deportivo.
<https://t.ly/JA05T>
- Buganem, F. y Melhem, M. (2020). *Deportes 2.0 eSports y la cultura digital* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de San Andrés]. <http://hdl.handle.net/10908/18748>
- Campos, A. F. (2018). *La narrativa en los videojuegos y su relación con la inmersión del jugador* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Sevilla].
<https://idus.us.es/handle/11441/78389>
- Chikish, Y., Carreras, M. y García, J. (2019). eSports: ¿una nueva era para el sector del deporte, y un nuevo impulso a la investigación sobre economía del deporte? *Deporte y Economía*, 159, 294-313. <http://hdl.handle.net/10256/17145>
- Climent, X. (2016). *Análisis de las Técnicas de Emisión y Realización para eSports* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Politécnica de Valencia].
<https://riunet.upv.es/handle/10251/68377>
- Croft, P. (2020). *La evolución de Riot Games; mucho más que League of Legends*. Cuatro.
https://www.cuatro.com/videojuegos/riot-games-historia-legueoflegends-tft-legendsof-runeterra-valorant-pc-ios-android-be5m_18_2934495084.html

- Debut.MX. (2021). *¿Qué hace un Broadcaster en los Esports?*. Debut.MX Blog. <https://t.ly/wdHzo>
- Delgado, M. (2023). *La vuelta a los orígenes de Fortnite bate récords con más de 5 millones de jugadores simultáneos*. Vandal. <https://t.ly/sRM32>
- Díaz, R. (2023). *Así se convirtió Counter-Strike en uno de los juegos más influyentes de la historia*. Vandal. <https://tinyurl.com/3ax8xpfm>
- Echeverría, G. (2023). *El COI anuncia su plan de crear unos Juegos Olímpicos de eSports*. El Español. <https://tinyurl.com/tvzaannj>
- Fernández, I. (2019a). *¿Existe el dopaje en los eSports?* Marca Gaming. <https://www.marca.com/videojuegos/esports/2019/11/23/5dd9063146163f6f318b4598.html>
- Fernández, I. (2019b). *¿Te acuerdas de cómo era LoL hace diez años?* Marca Gaming. <https://www.marca.com/videojuegos/league-of-legends/2019/08/04/5d468a59e2704e724b8b462b.html>
- Fortnite. (2024). *Detalles del modo competitivo del capítulo 5 - Temporada 2 de battle royale de Fortnite*. <https://tinyurl.com/ajabfay2>
- García, I. (2021). *9 cosas que debes saber sobre League of Legends*. Mundo Deportivo. <https://www.mundodeportivo.com/alfabeta/guia/9-cosas-que-debes-saber-sobre-league-of-legends>
- García Carmona, D. (2021). eSports: origen, presente y futuro. *REDUR*, 19. 109-117. <https://doi.org/10.18172/redur.5127>
- García Luna, M. (2021). Jugadores de eSports: condiciones laborales e impacto de las plataformas digitales de streaming. *Labos*, 2. 77-97. <https://doi.org/10.20318/labos.2021.6488>
- González, D. (2023). *La final de LoL Worlds 2023 hace historia y se convierte en la más vista hasta la fecha*. Vandal. <https://tinyurl.com/fv5pyxs2>
- González, R. (2021). *Deportes electrónicos y videojuegos, un nuevo territorio para la planificación estratégica publicitaria* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/48104>
- Guirado, D. (s.f.). *Historia de League of Legends*. MEDAC. <https://tinyurl.com/y862x6wn>
- Henningson, J. y Ridsdale, J. (2024). *Por qué Counter-Strike: Global Offensive es una potencia de los esports*. RedBull. <https://tinyurl.com/3dj3t77r>

- Kent, S. L. (2001). *La gran historia de los videojuegos. De Pong a Pokémon y mucho más... Un adictivo viaje al interior de los videojuegos con los que creciste y nunca has olvidado*. Ediciones B.
- Labrador, E. (2020). *El uso del color en los videojuegos*. Héroes de Papel.
- Larch, F. (2023). *Historia de los eSports: Cómo empezó todo*. IPSO. <https://tinyurl.com/3x3pzb5k>
- Leiva, C. (2012). *Análisis de Counter-Strike: Global Offensive (PC, PS3, Xbox 360)*. Vandal. <https://vandal.elespanol.com/analisis/pc/counterstrike-global-offensive/14871#p-13>
- Li, R. (2017). *Good Luck have fun: The rise of eSports*. Sky Pony Press
- Llorens Miralles, A. (2021). *Técnicas de emisión y realización para eSports* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Miguel Hernández]. <https://hdl.handle.net/11000/26253>
- López, I. (2018). *'Fortnite', todo lo que no sabes del juego: cómo nació, modalidades, la clave de su éxito...* 20minutos. <https://tinyurl.com/8pby7mfh>
- Martín, D. y Pedrero, L. M. (2019). Los eSports: origen, evolución y tendencias. *Vista*, 4, 75-92. <https://doi.org/10.21814/vista.3016>
- Martín, D. y Pedrero, L. M. (2021). Deporte y espectáculo en la narrativa de los «e-sports»: el caso de «League of Legends». *Index.Comunicación/Index Comunicación*, 11(2), 59-79. <https://doi.org/10.33732/ixc/11/02deport>
- Martín, R. (2023). *La nueva narrativa comunicativa de Twitch y los e-sports: El impacto del League of Legends* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de La Laguna]. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/34533>
- Movistar eSports. (2018). *¿Qué es League of Legends?* <https://tinyurl.com/47vvrctf>
- Oliva, R. y Almazán, E. (s.f.). *La guía legal de los e-sports*. Algoritmo Legal. <https://www.algoritmolegal.com/guias-legales/guia-legal-e-sports/>
- Oña, D. (2021). *Qué es la narrativa en los videojuegos y por qué no debes confundirla con historia, trama, guion, lore y otros términos*. ING España. <https://tinyurl.com/yc56py4x>
- Pérez, A. (2024). *La serie entre MAD Lions KOI y G2, la tercera más vista de la historia en LEC*. Marca Gaming. <https://tinyurl.com/4aa7fakb>
- Pont, E. (2020). *¿Cómo ha evolucionado la narrativa de los videojuegos?* La Vanguardia. <https://tinyurl.com/mvhy367n>
- Redacción El Comercio. (2022). *eSports: ¿qué son y por qué no todos los videojuegos se pueden considerar así?*. El Comercio. <https://tinyurl.com/4m9ajrmf>

- Rosales, A. (2020). *Tipos de narrativa en los videojuegos*. NaviGames. <https://www.navigames.es/articulos/tipos-de-narrativa-en-los-videojuegos/>
- Sofurk. (2019). *Todo lo que debes saber sobre el modo Arena de Fortnite*. Marca Gaming. <https://tinyurl.com/3t8adka2>
- Unisport. (2022). *Organizador de torneos eSports: Funciones de este perfil*. Unisport Management School. <https://unisport.es/organizador-torneos-esports/>
- Universidad Icesi. (2023). *¿Qué es Twitch? Domina las estrategias de marketing en la red social favorita de la Generación Z*. Marketing Zone Icesi. <https://tinyurl.com/33fmej36>
- Yuste, A. (2016). *El Cuerpo Técnico en los Deportes Electrónicos*. Marca Gaming. <https://tinyurl.com/4bmbc77u>



ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1: Videojuego *Spacewar!* Fuente: Joi Ito / Flickr (2007).
- Figura 2: Programa *Starcade*. Fuente: Dot Esports (2018).
- Figura 3: Evolución de la audiencia de *eSports* anual en el mundo, de 2015 a 2022. Fuente: Statista (2024).
- Figura 4: Partida profesional de *Counter-Strike*. Fuente: HobbyConsolas (2017).
- Figura 5: Partida profesional de *League of Legends*. Fuente: ONE eSports (2023).
- Figura 6: Estadio con una partida de *Fortnite* en directo. Fuente: MGG (2019).
- Figura 7: Competición de *Fortnite* profesional. Fuente: Canal oficial de *Fortnite* en Twitch (2024).

