



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

**Historia del periodismo de videojuegos en
España**

Autor

Jose María Hurtado Gómez

Director

Juan Pablo Artero

Facultad de Filosofía y Letras. 2022/2023

Índice

1. RESUMEN	3
2. INTRODUCCIÓN	4
3. INICIO DEL PERIODISMO DE VIDEOJUEGOS.....	5
3.1 Origen de los videojuegos y primeras publicaciones	5
3.2 Las primeras publicaciones en España	7
3.3 Microhobby y Micromanía	10
4. AÑOS 90	15
4.1 HOBBYCONSOLAS.....	15
4.2 Nintendo contra Sega.....	17
4.3 Superjuegos.....	18
4.4 La llegada de PlayStation.....	20
5. AÑOS 2000	23
5.1 Axel Springer compra Hobby Press	23
5.2 Grupo Zeta: Revista oficial PS2 y Superjuegos Extreme.....	25
5.3 Edge, Games TM, Marca Player	27
5.4 La crisis del papel y la transición a Internet	30
6. VIDEOJUEGOS EN TELEVISIÓN.....	33
7. VIDEOJUEGOS EN LA RADIO.....	35
8. VIDEOJUEGOS EN INTERNET	37
8.1 Las páginas web de videojuegos	37
8.2 El auge de las redes sociales	40
8.2.1 YouTube.....	40
8.2.2 Los podcasts	42
8.2.3. Twitch.....	43
8.2.4 Las redes sociales	43
9. CONCLUSIÓN.....	46
10. BIBLIOGRAFÍA	48

1. RESUMEN

El periodismo de videojuegos es una especialización dentro del ámbito informativo que se ocupa de cubrir las novedades, los análisis, las opiniones y las tendencias relacionadas con el mundo de los videojuegos. Esta disciplina periodística nació en España a principios de los años 80, coincidiendo con el auge de los ordenadores personales y las consolas domésticas, y se desarrolló a través de diferentes formatos y medios, desde las revistas impresas hasta las plataformas digitales. La prensa del videojuego se cimenta en la necesidad del consumidor de mantenerse informado y de filtrar cuáles son los títulos con preferida atención. En España son muchas las publicaciones que han nacido y pocas las que han prosperado. La decadencia del papel, el auge de las redes y la pandemia de la COVID-19 han dado paso a un nuevo espectro del periodismo de videojuegos. Un periodismo centrado en lo audiovisual, la inmediatez y la continuidad, factores que están ligados a los videojuegos y que ayudaran que el medio obtenga mayor reconocimiento con el paso de los años.

Abstract: Video games journalism is a specialisation within the field of news that covers news, analysis, opinions and trends related to the world of video games. This journalistic discipline was born in Spain in the early 1980s, coinciding with the rise of personal computers and home consoles, and developed through different formats and media, from print magazines to digital platforms. The videogame press is based on the consumer's need to keep informed and to filter which titles are the most popular. In Spain, many publications have been born and few have prospered. The decline of paper, the rise of networks and the COVID-19 pandemic have given way to a new spectrum of video game journalism. A journalism focused on audiovisuals, immediacy and continuity, factors that are linked to video games and that will help the medium gain greater recognition over the years.

2. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este trabajo es estudiar el ecosistema mediático y las características del periodismo de videojuegos en España, así como dotar de reconocimiento al medio y hallar sus principales retos y oportunidades en el contexto actual. Para ello, se ha realizado una revisión bibliográfica completa de las fuentes académicas y profesionales que han abordado este tema a lo largo de la historia, utilizando como guía la cronología realizada por Martínez Robles, “De Microhobby a Youtube: prensa de videojuegos en España”. También se han analizado el contenido y la audiencia de las principales cabeceras de la prensa especializada a lo largo de los años, se ha examinado el papel de las redes sociales, el cambio de paradigma que ha supuesto la introducción de Internet en la industria y los nuevos tipos de informantes del sector y creadores de contenido.

3. INICIO DEL PERIODISMO DE VIDEOJUEGOS

3.1 Origen de los videojuegos y primeras publicaciones

La historia del periodismo de videojuegos va ligada a la propia historia de los videojuegos y a la necesidad de los consumidores de estar informados sobre los títulos que salen al mercado. Es por esto por lo que, para entender la historia del periodismo de los videojuegos es necesario comprender primero cómo nacieron los videojuegos. El origen de los videojuegos se remonta poco después de la Segunda Guerra Mundial, con la aparición de las primeras computadoras electrónicas. El primer videojuego apareció en 1958 y se llamaba *Tennis for Two*. Fue creado por un físico llamado William Higinbotham en el Laboratorio Nacional de Brookhaven para entretenér a las visitas. Era un juego muy simple que simulaba un partido de tenis en una pantalla osciloscópica. Años más tarde, el inventor Ralph Baer comercializará una versión similar de este videojuego con el nombre de *Pong* (1972) gracias a la empresa Atari (DayoScript, 2018). Tras el éxito de la recreativa *Pong* en locales de todo el mundo y de su versión doméstica, Atari comenzó a distribuir su segunda consola, la Atari 2600 en 1977.

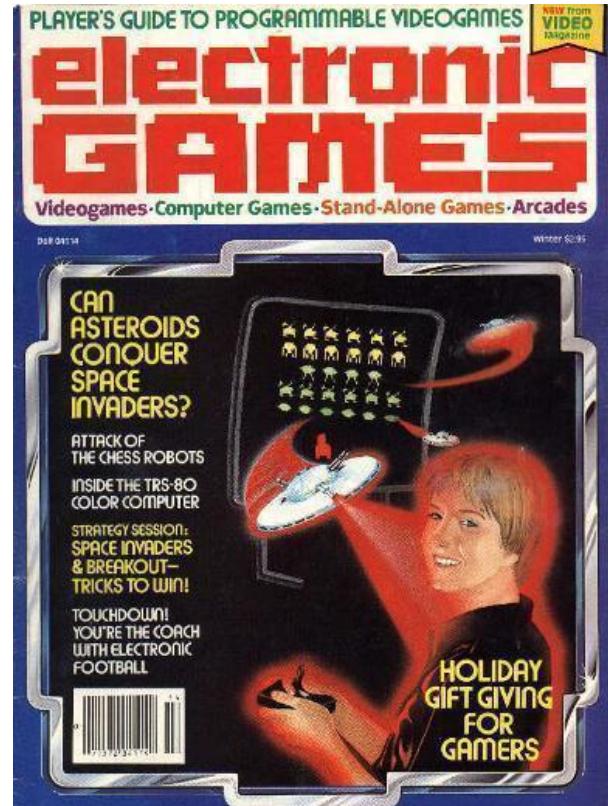
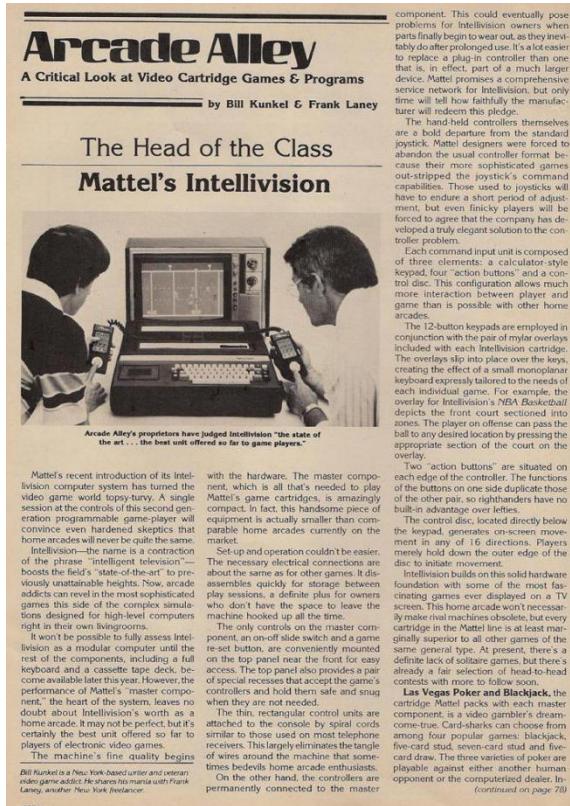
De esta consola nacen algunos de los juegos más icónicos y populares de la historia, como *Space Invaders*, *Galaxian*, *Asteroids* y *Breakout*. Estos juegos sentaron las bases de muchos géneros que aún hoy siguen vigentes, como los de disparos, plataformas y rompecabezas. Durante esta época, Atari reinó el mercado. Mientras sus competidores seguían intentando replicar *Pong*, Atari iba diez pasos por delante.

Durante esta época no podemos hablar de que existiera un periodismo de videojuegos al uso, sino algo más anecdótico (como las revistas *PlayMeter* y *RePlay*, que estaban especializadas en máquinas recreativas). No fue hasta el año 1979 en el que la revista estadounidense especializada en aparatos electrónicos de vídeo y audio llamada *Video* estrenó la columna “Arcade Alley”. En esta se hablaba de los nuevos sistemas que salían al mercado, así como de los juegos y las máquinas arcade más populares. El apoyo masivo de esta nueva

columna dio pie a que en octubre de 1981 se creara *Electronic Games*, la primera revista dedicada enteramente a los videojuegos.

Ilustración 1: Columna Arcade Alley Ilustración 2: Portada Electronic Games

número 2



Fuente: Atari Compendium, 2023

Electronic Games creó el periodismo de videojuegos. El formato de la revista, las cartas, las reseñas, los vistazos a los nuevos lanzamientos y mucho más contenido fueron algunos de los elementos que perdurarían en el resto de las revistas del medio (Fulton, 2009). La revista y sus escritores también son comúnmente acreditados por crear el léxico que aún hoy se usa para el periodismo de videojuegos, utilizando palabras como "Easter Egg" para referirse a secretos dentro de los juegos o "playfield" para nombrar el área de juego (Cifaldi, 2011).

Electronic Games y otras revistas durarían hasta el año 1984, un año después de la crisis de los videojuegos de 1983, también llamada "the videogame crash". Hay muchos motivos del porqué de esta crisis: la falta de coordinación dentro de Atari, sobreproducción del mercado y alta competencia en precios, la mala calidad de algunos de los títulos más importantes y la introducción de una nueva

plataforma para jugar a videojuegos: el ordenador personal (Ernkvist, 2008). No obstante, el motivo que más nos concierne es la falta de una información previa a los consumidores sobre qué juego decantarse. A causa de la falta de un control de calidad, las tiendas de videojuegos estaban plagadas de títulos que no daban la talla. Existían juegos buenos, pero escondidos entre cientos de ellos que no merecían la pena. El único criterio que tenía el consumidor que no fuera lector habitual de una de las revistas mencionadas a la hora de comprar el juego era su carátula. Debido a estos factores, la industria del videojuego estuvo a punto de desaparecer.

Los ingresos de la industria cayeron un 97% como consecuencia de la crisis y muchas empresas quebraron o se retiraron. Atari, que se preparaba para lanzar su juego E.T., muy publicitado, produjo millones de unidades en previsión de un récord de ventas. Aunque vendieron 1,5 millones de copias, no llegaron a los 5 millones que produjeron. Es por esto que once camiones semirremolque cargados de ordenadores Atari, cartuchos y piezas variadas fueron arrojados a un vertedero de Nuevo México unos meses después del lanzamiento de E.T. (Hadzinsky, 2014). No sería hasta julio de 1983 en Japón y octubre de 1985 en Norte América, que la empresa japonesa Nintendo, revitalizaría el mercado con una icónica consola: la Nintendo Entertainment System o “NES”.

3.2 Las primeras publicaciones en España

En Europa, y sobre todo en España, las consolas no llegaron a cuajar hasta bien entrados los años 80. Era una época en la que la distribución era mucho más lenta que ahora, y a España solo llegó un atisbo del decadente imperio que fundó Atari. En su lugar, el verdadero éxito estuvo en el ordenador personal. En concreto en la familia de ordenadores de la empresa Sinclair Research, llamados ZX, y específicamente en el Sinclair ZX Spectrum, una computadora que marcó un antes y un después en la computación y que abrió las puertas a toda una generación al mundo de la informática.

El ordenador tuvo tal éxito que dio lugar al origen de un gran número de empresas nacionales dedicadas a la creación de videojuegos, las cuales crearon títulos de tal calibre que llegaron a situar a España como uno de los países

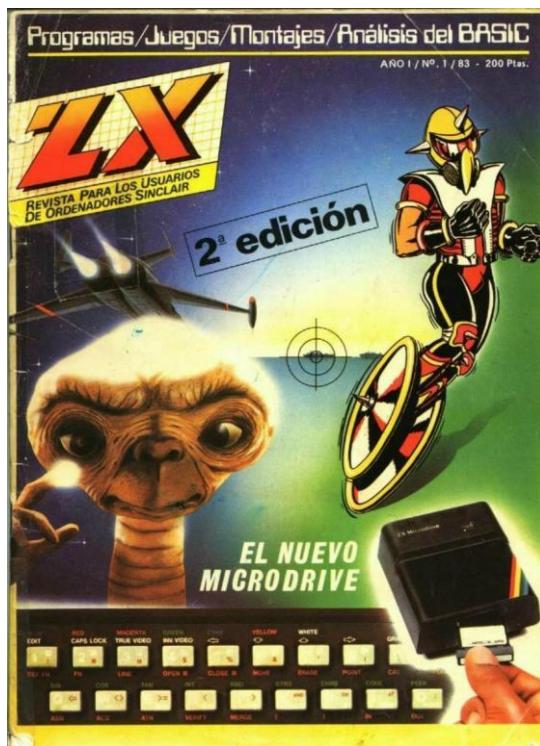
europeos más importantes en la creación de videojuegos para ordenadores de 8 bits.

La ZX Spectrum, junto a sus mayores competidores de 8 bits, Amstrad, Msx y Commodore, contribuyó de forma decisiva a que la informática se comenzara a tomar en serio en nuestro país, gracias a su accesible sistema de programación en BASIC. (Huesca, 2010)

- **Revista ZX**

Dada la incipiente popularidad de la marca de ordenadores, varias son las editoriales que deciden publicar un proyecto periodístico dirigido a los usuarios de estas máquinas. La revista ZX es una de las pioneras. Se trata de una publicación de Ediciones y Publicaciones S.A. en la que “presentan a sus usuarios programas, montajes y un análisis del BASIC” según reza la declaración de intenciones de la revista que abre el primer número de esta.

Ilustración 3 Portada de ZX nº1



Fuente: ProgramBytes48k, 2012

En opinión de Martínez Robles (2016), acababa de nacer una revista valiente, una publicación hecha por usuarios para usuarios, una característica propia de

la prensa especializada en videojuegos durante la década de los ochenta y noventa, cuando la mayoría de las publicaciones de esta naturaleza tenía un carácter aficionado, y donde la pasión por escribir sobre videojuegos prevalecía sobre cualquier tipo de vocación periodística.

El primer número contaba con 52 páginas en blanco y negro. La revista no analizaba o criticaba los juegos, sino que exponía a los usuarios cómo crearlos, con códigos para que los lectores programasen sus propias versiones de *Otro de invasores*, *Combate contra el dragón* o *E.T. En bici hasta la luna*. Ninguno de ellos contaba con licencia oficial.

Esto era valorado muy positivamente por el usuario medio, ya que por muy poco dinero podían disponer de los juegos más famosos de la época, los cuales eran muy fáciles de simular, sobre todo en ordenadores. El problema es que muchos de estos recopilatorios eran burdas copias de los productos originales, lo cual llevó a este tipo de revistas que los ofrecían a cerrar tarde o temprano por motivos legales (Del Río, 2015).

Poco a poco ZX pasó a cubrir únicamente juegos, realizando incluso análisis de estos. Las primeras reseñas sentaron los elementos a tener en cuenta cuando nos poníamos delante de un juego: los gráficos, el sonido, la facilidad de control e incluso la “vistosidad de las pantallas de carga” (Martínez, 2016)

También es curioso ver cómo en el número 19 de esta revista, trata un boom editorial, en el que se dedican 9 páginas a analizar otras publicaciones del sector, algo que hoy sería impensable.

- **Superjuegos para todos, MSX Club y otras.**

El *boom* se hizo notable una vez comenzaron a proliferar diversas revistas de videojuegos. Algunos ejemplos son:

Superjuegos para todos era una revista catalana lanzada en 1984 por la editorial Manhattan Transfer. Esta no solo cubría videojuegos, sino que también acogía juegos de mesa, de cartas, “wargames” e incluso un suplemento con pasatiempos. En el poco tiempo que duro (tan solo 8 números), la revista abarcaba los videojuegos en forma de análisis cortos, recomendaciones y códigos en BASIC.

La misma editorial lanzó **MSX Club** la revista que cubría este tipo de ordenador. En las primeras publicaciones había una sección de noticias, reportajes dedicados al hardware y una sección dedicada al correo de los lectores, que ya no faltaría en ninguna revista de videojuegos hasta nuestros días. Además, fueron de las primeras publicaciones en utilizar el arte original de los juegos como portada, en un tiempo donde los demás se apoyaban en ilustraciones propias (Martínez, 2016).

Del mismo modo que les pasaba a otras publicaciones, MSX Club evolucionó desde la informática a los juegos, según la petición de los lectores. Más adelante, la revista sirvió para promocionar sus propios juegos, que iban desde las quinientas a las mil pesetas y que tenían una calidad dudosa. La revista se apagó a medida que los usuarios daban el salto a un hardware más potente. Lanzaron al mercado un total de 80 números.

Las **revistas Input** (Input MSX, Input Sinclair e Input Commodore) se publicaron en España entre 1985 y 1988 a través de la editorial Forum, de Planeta. Estas revistas se elaboraban a partir de contenidos ingleses de la revista INPUT original. Cada revista tenía la misma estructura, la única diferencia era el hardware en el que estaba enfocado. Los contenidos tenían una vertiente educativa, un lenguaje accesible e iban acompañados de unos montajes fotográficos muy notables incluyendo capturas de pantalla. En los últimos números las tres revistas se fusionaron dando lugar a Input Micros, con un lenguaje de programación más complejo y dejando un hueco para consolas como la Atari ST.

La revista fue decayendo cuando se acabó de publicar el curso de programación, intentando reorientarse hacia los videojuegos, sin éxito. Pese a todo, su cierre fue una sorpresa, y según ha publicado Alex Diges, su exdirector, se debió a una renuncia voluntaria de parte del equipo debido a las precarias condiciones de medios y presupuestos con las que trabajaban.

3.3 Microhobby y Micromanía

Es en noviembre del año 1984 cuando nace Microhobby, una de las primeras revistas de ordenadores a mano de la editorial Hobby Press. Dirigida por

Domingo Gómez, con un precio de 95 pesetas, y una periodicidad semanal, algo realmente inaudito en este tipo de revistas hoy en día, pero aparentemente común en aquella época (González, 2012).

Ilustración 4: Portada MicroHobby número 16



Fuente: Devuego, 2023

Micro Hobby fue la revista más influyente de aquellos años, llegando a vender “hasta 100.000 copias semanales”, según Paco Pastor, el CEO de Erbe Software. (Esteve, 2017). La revista trataba todos los aspectos posibles de la maquina creada por Sinclair Research: desde dar información sobre videojuegos hasta animar a sus lectores a iniciarse en el mundo de la programación y crear sus propios programas y juegos por medio de completísimas guías y tutoriales que ofrecían (Huesca, 2010).

La revista sentó los cimientos de lo que sería el periodismo de videojuegos a partir de entonces, influyendo a revistas como Micromanía, Hobby Consolas o Playmanía. El origen de Microhobby se remonta a 1983, en el que su creador, José Ignacio Gómez-Centurión, se fijó en el éxito de distintas revistas de la

editorial ECC en Inglaterra y que cubrían tanto el software como modificaciones de hardware y proyectos “hágalo usted mismo”. El objetivo de Gómez-Centurión era alejarse de las publicaciones “grises” que había en la época y llenarlas de color, con gráficos e ilustraciones y además debía mostrar capturas de pantalla de los juegos, algo tremadamente innovador en la época (Martínez, 2016). Esto lo consiguieron colocando la cámara frente a un televisor monocromo en una sala oscura.

Los videojuegos formaban un papel pequeño en sus primeros números, ya que se centraba más en cubrir los programas, desarrollos propios y artículos sobre hardware y software. En estos primeros números, la parte dedicada a la crítica de videojuegos se limitaba a una doble página titulada “¡Nuevo!”.

MicroHobby contaba con una buena relación con las compañías de videojuegos españolas, y era frecuente encontrarse con entrevistas a desarrolladoras que incluían avances de sus próximos juegos e imágenes exclusivas. La accesibilidad de los programadores en aquella época y la cercanía con que Microhobby los mostraba, le fueron dando un estilo único a la revista. Esto permitía seguir los desarrollos españoles muy de cerca.

Cabe destacar el trabajo artístico de cada portada, en la que el ilustrador José María Ponce dotaba de una originalidad y un distintivo particular. Tanto fue así que se convirtió en un sello de identidad de la revista.

Como otras revistas, MicroHobby también hacía sorteos y regalos en cada número, como, por ejemplo, regalar 15.000 pesetas cada mes a aquel lector que le enviara el mejor programa, papeletas de lotería que llegaron a alcanzar un premio de hasta 250.000 pesetas o incluso un premio de 50.000 pesetas al primero que consiga llegar al final de *Abu Simbel Profanation*, un título analizado por la revista.

La revista cesó su producción en enero de 1992, tras 8 años en activo. En el último número alegaban que, pese a que las ventas eran buenas, se estaban quedando sin contenido y los ordenadores y las consolas de 16 bits estaban dominando el mercado, suponiendo el fin de la época comercial del ZX Spectrum.

En el año 1985, tras el éxito de MicroHobby, Hobby Press decidió dar el salto y expandir su mercado con una publicación más centrada en los videojuegos y en otros sistemas. Mientras MicroHobby se enfocaba plenamente a ZX Spectrum, MicroManía recopilaría el resto de ordenadores personales: MSX, Amstrad CPC o Commodore (aunque más adelante también daría cobertura a Atari ST, Amiga y PC). Seguía habiendo códigos de programación en la sección “Doña Tecla”, pero el foco principal se hallaba en los análisis, noticias, críticas y próximos lanzamientos de videojuegos.

La revista se lanzó al mercado con un precio de 250 pesetas, con una periodicidad mensual, lo que hacía que fuera compatible con MicroHobby, la cual era semanal.

El objetivo de la revista desde el primer número era servir como entretenimiento y diversión a los jóvenes que se hacían con ella. MicroManía supo ver cómo leer de videojuegos podía ser tan divertido como jugarlos. El actual productor de MicroManía, Amilio Gómez, recuerda así aquella época: “Yo me encargaba de la sección de juegos de Microhobby y también escribía en Micromanía, y nuestra referencia eran las revistas inglesas, sobre todo *Computer and Videogames*”. (Martinez, 2016)

Ilustración 5: Portada de MicroManía nº1



Fuente: Devuego, 2023

Otras secciones que incluían y que inspiraron a decenas de revistas y páginas webs de videojuegos posteriores serían las guías de compras, los juegos más vendidos, las listas de recomendación, mercadillo, y sobre todo las guías, mapas, soluciones, y trucos, que publicaban para los juegos más importantes del momento.

Tres años después de su lanzamiento, la revista optaría por un relanzamiento, apostando por un diseño de periódico grande. Pese a que no era nada manejable, y la calidad de sus materiales básicos, el papel y la tinta, era bastante pobre, arrugándose y estropeándose enseguida, esta particular época duró hasta el año 1995, abarcando además un momento clave en el sector, ya que los primitivos ordenadores de 8 bits dejaron paso a los 16 bit, surgiendo a la vez nuevos sistemas como el recordado Commodore Amiga, y los primeros PC, basados en MS-DOS. (González, 2012). Actualmente, MicroManía es la consola más veterana en la prensa de videojuegos y sigue publicando en el quiosco todos los meses.

4. AÑOS 90

4.1 HOBBYCONSOLAS

Era el año 1991 y Hobby Press representaba el 90% del mercado de las revistas de videojuegos en España. Según Amilio Gómez, el director de la revista “Micromanía estaba ya muy rodada, en la segunda época y vendía mucho. Pero, aunque la revista fuese multiplataforma, se percibía como una revista de ordenadores. (...) Es el momento en que piden a José Ignacio que haga una revista de consolas. Eran dos agentes [Nintendo y Sega] que tenían mucho peso y que iban a poner publicidad en la futura publicación.”

Durante la salida de Hobby Consolas también se vivía un cambio en la manera de hacer las cosas en prensa. La editorial siempre había sido puntera en tecnología, es por eso por lo que le pidieron a Amilio Gómez una revolución tecnológica. Hasta entonces se habían hecho las cosas de manera tradicional, escribiendo a máquina, se sacaba en papel, se recortaba, se pegaba en composición y se filmaba. Para esta nueva revista, necesitaba estar hecha entera con autoedición en menos de cuatro números.

Los redactores veteranos recuerdan los inicios de la revista como una etapa mágica. Marcos García, habla del verano del 91 como algo con lo que había soñado toda la vida: “Ese verano nos pusieron delante de unos 30 o 40 cartuchos de Master System, otros tantos de NES y de Megadrive, para decidir qué es lo que entraría en la revista”. La clave del éxito de Hobby Consolas, además de su originalidad y frescura dentro de las revistas de videojuegos, la tuvo la gran cercanía y el buen ambiente que se vivía tanto en la redacción como con los lectores. Adaptaban ideas de los lectores a secciones propias o se inventaban secciones que luego no llegaban a nada, pero el entusiasmo siempre estaba ahí. Una sección que tuvo mucho tirón y que aún perdura en la revista es el consultorio de Yen, un japonés de identidad secreta que respondía a las dudas de los lectores. Detrás de esta estaba el propio Amilio Gómez, que respondía con ingenio y creatividad a las preguntas.

Ilustración 6: Portada Hobby Consolas nº1



Fuente: Devuego, 2023

Hobby Consolas tuvo una fuerte inspiración de algunas revistas inglesas de la editorial EMAP. Mean Machines era una de ellas. Esta se publicaba inicialmente como suplemento de la revista Computer and Videogames, pero su primer número como publicación independiente es de octubre de 1990. De aquella revista se tomaron elementos como las críticas en pequeños recuadros firmadas por caricaturas de los redactores, los parámetros de puntuación de cada juego, y el esquema de las maquetas. (Martínez, 2016). Los moteos de los redactores también se empezaron a popularizar, inventándose un personaje para atraer más a los lectores.

La revista resultó ser un éxito rotundo en su número uno, llegando a vender más de 100.000 ejemplares y fue el mayor éxito de la historia de Hobby Press. En aquel momento era justo lo que necesitaban los jugadores españoles. Es cierto que la revista iba enfocada a un público infantil / para todos los públicos, pero eso sumado a la inventiva de la redacción resultó cuajar en todo tipo de perfiles.

La relación con las compañías de videojuegos también era buena, cambiando el panorama dependiendo de la portada que eligiesen para el número de la revista.

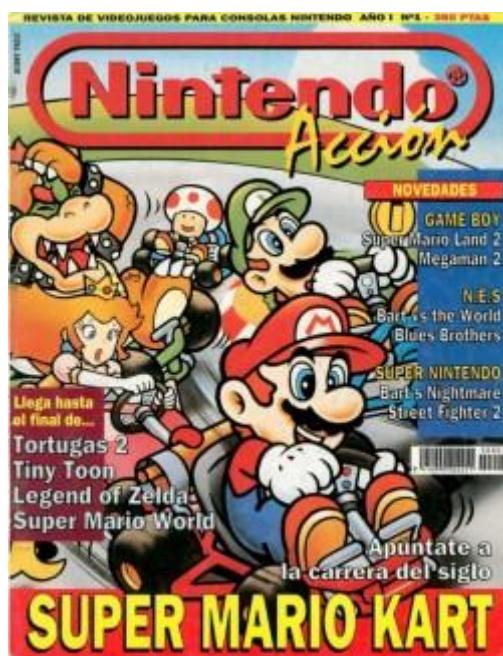
Según Amilio “Andew Bagney (Nintendo) y Paco Pastor (Sega) se peleaban por conseguir la portada, un mayor número de páginas y mejores puntuaciones, porque éramos los únicos que hablábamos de consolas. Y una puntuación buena o mala era definitiva, así que teníamos mucha presión”.

4.2 Nintendo contra Sega

Tras el cierre de MicroHobby y la estabilización de Hobby Consolas, en 1992 Hobbypress lanzaría Todo SEGA y Nintendo Acción (las únicas compañías de consolas del momento, a excepción de Atari y Neo Geo, que no eran tan populares en España). Estas mantuvieron el espíritu de Micro Manía, incluyendo informaciones que hasta el momento parecían imposibles y elevando un poco el nivel de prensa acudiendo a eventos y explicándonos, que en otros lugares del mundo había eventos y congresos dedicados al videojuego. (Del Río, 2015)

La principal razón de estas dos revistas era la capitalización de las dos consolas más populares del momento y la rivalidad que surgía entre el público de estas dos que avivó el espíritu de estas revistas. También fue un intento de monopolizar el mercado por parte de Hobby Press.

Ilustración 7: Portada Nintendo Acción nº1



Fuente: Devuego, 2023

Nintendo Acción era una revista oficial de la marca y llegó para quedarse. Esta recogía el testigo de la aún más oficial Club Nintendo, de la cual adoptó su espíritu práctico “para que saquéis el máximo partido a vuestra consola”. El tono y la estructura de la revista era similar al de Hobby Consolas, un poco más infantil y con la excepción de que hablaban exclusivamente de consolas de Nintendo. Con la llegada de la Nintendo 64, el tono de la revista se tornaría algo más serio. Al ser un producto oficial era la publicación más cara de Hobby Press, costando 350 pesetas, pero la calidad era más que notable.

Respecto a Todo SEGA, no duró mucho porque a Jose Ignacio Gómez-Centurión, el Jefe de Hobby Press, no le gustaba la revista. Así lo explica Juan Carlos García, director de la revista: “Lo hicimos porque Sega quería tener su revista y nos apoyaba con la publicidad. No es que vendiera mal, aunque tampoco era una maravilla. Al final nos dijeron que no podían seguir poniendo dinero, que Sega estaba a punto de cerrar en España, y dejamos de hacerla”. El enfoque de esta revista era el mismo que la imagen que quería dar Sega: un tono desenfadado, juvenil y rebelde.

La revista no contaba con licencia oficial, ya que esta estaba en manos del grupo Zeta, con la revista Mega Sega. Esta era una traducción de su versión inglesa *Mean Machines Sega*. Existían más revistas dedicadas a Megadrive, Master System y Game Gear, como Mega Force de la editorial Primavera (1992) y Sega XS de la editorial G+J (octubre de 1993), pero por lo general, este tipo de revistas eran un amasijo de datos y gráficas.

4.3 Superjuegos

Cuando el estallido de las consolas llegó a España, todas las editoriales comenzaron a sacar su propia revista de videojuegos. El grupo Zeta, en su caso, lanzó “Los Superjuegos del Mes”, que era conocida por todos como Superjuegos. José Almenzar, diseñador en Superjuegos, cuenta más sobre la revista: “Pedro de Frutos era la cabeza visible de aquellos comienzos duros, muy duros. Una maquetación espantosa, unos comentarios para niños de 10 años, secciones absurdas e incluso tenían mascotas: Super Joy, un chaval desgarbado con gorra y su robot Mix. Las capturas de las pantallas se hacían con fotografías a las pantallas del televisor, con apenas nitidez y apreciándose la curvatura típica de

los viejos CRT. Prácticamente todas las puntuaciones rondaban los 80 sobre 100, no se cebaban en los juegos malos, y aparte de los gráficos y el sonido se valoraba la originalidad o el interés". (Martínez, 2016)

Ilustración 8: Portada SuperJuegos número 17



Fuente: Devuego, 2023

La rivalidad entre SuperJuegos y Hobby Consolas en aquella época era destacable. Redactores que escribían en Hobby Consolas como Marcos García "The Elf" o José Luis del Carpio "The Scope" se marcharon a Mega Sega para posteriormente acabar en SuperJuegos. Según explica David Martínez "pese a la percepción que teníamos los lectores a principios de los años noventa, la verdad es que la relación entre las dos revistas punteras de videojuegos en España siempre había sido buena. Hay que tener en cuenta que el núcleo de ambas había compartido mesas de juego en los primeros años y los lazos eran difíciles de romper".

A partir del número 30 se cambió el estilo de la revista para acercarse a un público más maduro. "La revista comenzaba su primera era dorada, los comentarios abandonaban ese aire infantil y ya se ponía atención a cuestiones más técnicas, pero sin perder el sentido del humor que fue signo de identidad de la revista. No sólo hubo cambios significativos en el aspecto, ya que en la

dirección de la revista Pedro de Frutos entregaba el testigo a Marcos García «The Elf».

4.4 La llegada de PlayStation

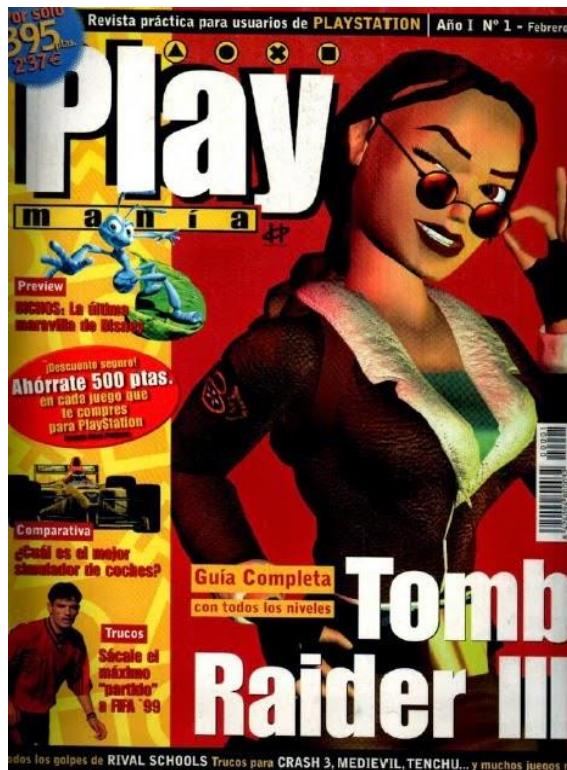
El 29 de septiembre de 1995 llegó al mercado español la primera consola de Sony. La primera PlayStation funcionó muy bien entre los jugadores españoles. Uno de los motivos de su gran éxito fue la facilidad que existía para piratear la consola gracias a un chip.

Varias editoriales españolas supieron ver un filón en este mercado y a finales de los noventa ya se comenzaban a ver las primeras publicaciones dedicadas completamente a la consola de Sony. La primera fue Editoriales Aurum con su Planet Station en noviembre del año 98. Esta no era una revista de análisis de videojuegos al uso, sino más bien una recopilación de guías, mapas y trucos para los videojuegos más populares de PlayStation. No obstante, también contaban con una sección de noticias y unas reseñas cortas puntuadas con planetas en lugar de con la habitual escala del 1 al 10. Sin embargo, Planet Station fue evolucionando hacia una publicación más formal. (...) En sus últimos ejemplares se había optado por las puntuaciones tradicionales sobre diez (Martinez, 2016). Planet Station cerró en el número 64 sin previo aviso porque no era rentable.

Loading, de la editorial Ares, fue otra revista no exclusiva de PlayStation que apareció en el año 1999. Estaba muy centrada en la marca PlayStation, pero también cubrían otras consolas. Tuvo un total de 12 publicaciones.

PlayMania, fundada por la editorial alemana Axel Springer, fue la revista que más éxito tuvo. En su momento, la directora de la revista fue Sonia Herranz, actual directora de Hobby Consolas. Su difusión, entre octubre de 2009 y septiembre de 2010 era de 34.508 ejemplares, con una audiencia acumulada en 2010 de 276.000 lectores, situándose como la revista de videojuegos líder de ventas en España. Uno de los aspectos que más éxito tienen entre los lectores es su sección trucos, llegando incluso a ofrecer un suplemento cada mes con pequeñas guías para los usuarios. La revista cerró en diciembre de 2022.

Ilustración 9: Portada de PlayManía nº1



Fuente: Retrojugones, 2016

También se adaptaron a España licencias de revistas extranjeras. Estas no eran simples traducciones, sino que iban más allá. Según Alberto Minaya, director de la revista PSM, se adaptaban los contenidos, pero extraía de sus versiones americanas el diseño y el formato. Algunos ejemplos son la revista PlayStation MAX o PSM (1999) de la editorial MC, una licencia con un estilo orientado a los adolescentes y un precio de 450 pesetas o PlayStation Power (1997) otra publicación independiente de la misma editorial que costaba 600 pesetas e incluía un disco de demos. (Herranz, 2016)

De esta última emergió Raquel García Uldemollins, la directora de PlayStation Magazine, la primera revista oficial de PlayStation en España. Esta no era una revista barata: la calidad del papel, el lomo, la licencia y los discos de demos que incluía todos los meses la colocaron a 975 pesetas (Martínez, 2016)

Raquel explica cómo se hacía la revista en España: "Parte de los contenidos eran los de nuestra 'matriz' la *Official PlayStation Magazine* de Future Publishing. En cuanto a los contenidos de producción propia, no había un manual, libro blanco o como lo queramos llamar. No había reglas escritas. La relación con

Sony era muy buena. (...) Por supuesto que tuvimos problemas con algunas notas, pero no solo con Sony. De golpe y porrazo parecía que un siete era una mala nota, y tuvimos problemas por ello."

Ruth Parra, excoordinadora editorial de la revista explica esta situación más en profundidad: "Por una parte tenías un grupo de analistas muy buenos que hacían su trabajo con toda la profesionalidad del mundo y toda la sinceridad, y por otro lado tenías una presión, por la publicidad. (...) Había un conflicto de intereses".

La revista tuvo su cierre definitivo en 2004, con la llegada de PlayStation 2 y la adquisición de la licencia por parte de Grupo Zeta.

5. AÑOS 2000

5.1 Axel Springer compra Hobby Press

A finales de los noventa, Hobby Press seguía en su posición líder en el mercado de las revistas de videojuegos. Fue entonces cuando el grupo editorial alemán, Axel Springer, le hizo una oferta de compra a José Ignacio Gómez-Centurión por Hobby Press. Para la redacción de Hobby Press fue un cambio radical, pero progresivo: “Cuando nos compró Axel Springer no teníamos vacaciones como los demás, no cobrábamos como los demás, no teníamos equipos como los demás. Era como trabajar en otro mundo.” explica Juan Carlos García.

Por aquel entonces, Hobby Consolas se lanzaba bajo la doble dirección de Sonia Herranz y Manuel del Campo. Pese a los roces profesionales, la revista funcionaba bien. Fue entonces cuando la empresa decidió lanzar PlayManía, su propia revista de PlayStation, bajo la dirección de Sonia Herranz (Manuel del Campo se quedaría con Hobby Consolas). Decidieron que había que hacer algo distinto al resto de revistas dedicadas a PlayStation, incluyendo muchas cosas prácticas que no hubiera en otras revistas. “Le dimos un enfoque mucho más práctico y metimos cosas como las comparativas, una sección de periféricos en la que se probaban y le dimos mucha importancia a las guías y a los trucos” comenta Sonia Herranz.

La revista fue un éxito, llegando a superar a Hobby Consolas durante la etapa de PS2 y convirtiéndose en un referente para otras revistas. “Su secreto era hacerlo como si se lo contaras a un amigo”, explica Sonia. “Escribir textos en los que te enteres, lo más claro y fácil posible, y con complicidad. No me gusta que tratemos al lector como si fuera tonto o tratar de hacer que sabemos más poniendo frases retorcidas”. Según Albert Lloret, el jefe de redacción de la revista, el ambiente en la redacción (ahora que “ya no estaba José Ignacio”), con las compañías y con el resto de revistas de la editorial era muy bueno.

El buen ritmo que llevaba PlayManía consiguió que Axel Springer llegará a negociaciones con Sega para hacer una revista oficial de DreamCast, la consola de Sega por aquel entonces. La revista tenía un precio de 5,98€, un alto precio para la época consecuencia de la oficialidad y de los discos “demo” que incluían

para la consola. La publicación se realizaba completamente en España y tuvo un éxito considerable teniendo en cuenta las ventas de las consolas.

Ilustración 10: Redactores de todas las revistas de videojuegos de Axel Springer a principios de siglo.



Fuente: Borondo, 2016

Sega intentó por muchas vías promocionar la consola para que llegase a un público mayor y ganar algunas ventas respecto a su competencia, la Nintendo GameCube y la PlayStation 2. Para ello, organizaban eventos y sorprendían a los redactores al entregar los juegos: “Sega envió una consola a todos los periodistas que tenían que analizar juegos y entregaba las copias promocionales con todo el espectáculo posible. A las redacciones llegaron muertos vivientes para entregar *Zombie Revenge*, bailarinas portando copias de *Space Channel 5*, y un descapotable amarillo en el que se podía jugar a *Crazy Taxi* mientras recorría las calles de Madrid” explica David Martínez, redactor jefe de Hobby Consolas.

Pese a los esfuerzos de Sega y las buenas ventas de la revista (según Javier Abad; responsable del proyecto, si se vendieron unas cincuenta mil consolas en España, las ventas de la revista estaban en torno a las veinte mil, una buena

proporción), la consola fue un fracaso e hizo que Sega dejara de fabricar consolas. La revista acabó cerrando por falta de contenido.

En Navidades de 2001 la empresa decidió llevar a cabo recortes en la plantilla. Hobby Consolas se rediseñó por completo para ver cómo podían aumentar el rendimiento de esta. Según David Martínez, “el ambiente se enfrió con una nueva mudanza de las oficinas, la rotación de personal y el progresivo aumento de la carga de trabajo”.

5.2 Grupo Zeta: Revista oficial PS2 y Superjuegos Extreme

Ediciones Reunidas SA, del grupo Zeta adquirió la licencia de la Revista oficial PlayStation 2 (antes pertenecía a MC Ediciones), publicando el primer número con una tirada de cien mil ejemplares el 26 de enero de 2001. El equipo que la sacaba adelante era el mismo que tenía que redactar Superjuegos. Para Bruno Sol, redactor jefe de ambas revistas resultó ser “una época dura porque implicaba hacer el doble de trabajo”.

Al contrario que en la anterior revista oficial de PlayStation, en esta contaban con una mayor independencia. Según Marcos García, director general de la revista Oficial PlayStation 2 “la verdad es que Sony no nos imponía nada de contenido. Nunca nos dijeron que hablásemos bien o mal de nada”. “Era un producto diferente” – prosigue Marcos- “podías hablar de una gran variedad de temas manteniendo nuestro estilo. Eran las mismas personas y el mismo tono que utilizábamos en Superjuegos”.

Otra de las características de la revista era la presencia de secciones de estilo de vida. Había un bazar de tecnología, uno de ropa, de música, una sección de cine.... Esto llamaba la atención de los anunciantes, al poder incluir más variedad de publicidad. En este caso la relación era más directa, ya que la PS2 se podía utilizar de reproductor DVD. (Sol, 2016)

El formato evolucionaría en el año 2007, cuando pasaría a ser PlayStation Revista Oficial, por la presencia cada vez mayor de PlayStation 3. Aquel número se lanzaría a un precio de 1,95 euros y posteriormente se mantendría a 2,95 euros. Una vez que se habían perdido el atractivo de las demos, se intentó frenar

la caída de las ventas con promociones rescatadas de otras publicaciones de Grupo Zeta, como las películas en DVD que habían sobrevivido de la revista Tiempo. Pero la crisis y el imparable avance de internet obligó a cerrar la publicación. (Martínez, 2016)

Mientras tanto, en Superjuegos, el exceso de trabajo y la caída de la publicidad en la publicación conllevó al cambio de la cabecera por completo, creando una nueva etapa de la revista en 2006 con el título de Superjuegos Xtreme. Marcos García, que seguía siendo director de la revista, comenta cómo surgió la idea del cambio de cabecera: "Superjuegos Xtreme fue la apuesta de Pedro Berruezo que decidió darle un aire diferente, más friki. Después de reunirnos se le escogió para ser el subdirector de la revista y despejarme un poco el trabajo. Pedro Berruezo estaba para darle el aire informal a la revista (...) se le ocurrían reportajes fuera de lo normal".

Ilustración 11: SuperJuegos Xtreme nº170



Fuente: Sagra, 2006

“La palabra Xtreme definía perfectamente a la publicación. No había revista así ni en España ni en el resto del mundo. Podíamos poner portadas de juegos que sabíamos que no iban a vender nada, pero que nos gustaban porque proponían algo diferente”, comenta Berruezo. Con estos cambios la revista consiguió aguantar y tener éxito durante unos años más.

Desafortunadamente, tres años después la gestión y los ingresos hizo que la revista fuera perdiendo páginas y publicidad, desembocando en su cierre definitivo en enero de 2009.

5.3 Edge, Games TM, Marca Player

A mediados del año 2006, el grupo editorial Globus decidió lanzar en España la galardonada revista EDGE de la editorial británica Future Publishing, que hoy en día sigue siendo un referente en el mercado británico. Esta revista se caracterizaba por tener un tono más serio y adulto a lo que se estaba acostumbrado en España. El equipo de redacción inicial estaba compuesto por una sola persona, Sara Borondo, que actualmente trabaja en la página web, Vandal. Al comienzo la revista iba a ser una traducción al completo de su versión original, El director de arte y ella solo se encargarían de maquetar la revista: “A mí me dijeron que iba a ser completamente una traducción. Una persona se llevaba los contenidos y nos los entregaba completamente traducidos, y nuestra labor era encajarlos en la revista. Cuando me llegaron, esos contenidos me encontré con una traducción que, si te digo espantosa, me quedo corta. Era una traducción horrible, hecha con el traductor y por alguien que no sabía nada de videojuegos”, comenta Sara Borondo. Tras las quejas de los usuarios y de Borondo, Globus cambió el formato de las traducciones. (Borondo, 2020)

El papel de la versión española de esta revista multiplataforma, que abarcaba tanto al PC como a todo tipo de consolas, nunca estuvo muy claro, y tan pronto introducía textos mal, como realizaba nuevas reviews de títulos que en la versión inglesa habían obtenido malas puntuaciones, otorgándoles como regla general, mejores calificaciones (González, 2012). Tal fue el caso del videojuego *Gangs of London*, que mientras la revista británica le otorgaba una puntuación de 3, la versión española le puso un 7.

Aunque al aumentar la calidad la revista llegaría a tener un número considerable de seguidores atraído por el tono adulto y la seriedad con la que trataban al videojuego, esta tuvo que cerrar tres años después tras 36 número desde su lanzamiento debido a su falta de viabilidad.

En el año 2012 se lanzaría por parte de Ediciones Reunidas (Grupo Zeta) la revista del grupo editorial británico Imagine Publishing, Games TM. De las manos de Marcos García (Superjuegos, Revista Oficial PS2), Sara Borondo y otros redactores rescajados de Superjuegos Xtreme y PlayStation Revista Oficial.

La revista comenzó a publicarse mensualmente a un precio de 7,95 euros, un precio que muchos usuarios consideraron exagerado. Posteriormente, tras el número 13, rebajaron el precio a 5,95 euros. Games TM era la sucesora espiritual de Edge. Sus análisis y sus páginas contaban con un tono más serio de lo habitual en la prensa española. Esta contenía más texto que imágenes (Rego, 2014). De la misma manera que Edge, Games TM empezó siendo una traducción y posteriormente comenzaron a crear contenido propio. La revista no contenía una sección de noticias como tal, en su lugar contaba con una sección de opinión llamada “El debate”. Destacaba la cantidad de páginas y la calidad. También ponía mucho énfasis en los juegos retro.

Ilustración 12: Portada Games™ número 20



Fuente: Internet Archive, 2019

El grupo Recoletos, propiedad de Unidad Editorial también tuvo su propia publicación llamada Marca Player. Tras un intento fallido de sacar adelante una publicación de Xbox; la consola oficial de Microsoft, llamada revista oficial Xbox 360, David Sanz presentó el nuevo proyecto.

Marca Player no estaba centrada en las secciones clásicas de avances, análisis y noticias. “Teníamos reportajes diferentes a los que hacía el resto de la prensa. Eran la base sobre la que giraba la planificación de cada número. Un reportaje es lo que podía marcar la diferencia con otras revistas” explica Juan García, redactor de la revista. Según Juan, lo que les explicaban a las compañías es que la revista sería como Hobby Consolas, pero mejor. Aunque para ellos no se trataba de hacerlo mejor o peor, como mucho de hacerlo antes. (Martínez, 2016)

Marca Player cerraría en 2012, cuatro años después de su lanzamiento. Casi toda la plantilla pasaría a trabajar en el portal web en España de IGN.

5.4 La crisis del papel y la transición a Internet

Entre finales de los años noventa y comienzos de los 2000, el internet acababa de entrar en nuestras vidas y se encontraba en una fase muy temprana de lo que es ahora. No obstante, se popularizaba cada vez más. Y gran parte de los jugadores se informaban y compartían pensamientos a través de esta.

En los primeros medios ya se podía observar un espacio en cada noticia, artículo, reseña o crónica para una sección de comentarios en la que, por primera vez, los lectores pueden tener *feedback* con el contenido que consumen, con otros lectores e incluso con el redactor de la propia noticia, algo impensable en el formato revista. En 1997, fecha en la que aparecen las primeras publicaciones digitales sobre videojuegos, nace en España Vandal Online, fundada por el gallego Pablo Grandío. Fue la primera publicación digital especializada en consolas. En la actualidad, cubre también temas relacionados con eSports, cine, series, entretenimiento en general. (Díaz, 2022)

Ilustración 13: El portal Vandal.net en julio de 2005



Fuente: Wayback Machine, 2023

Hobby Press quiso aprovechar el crecimiento exponencial de internet para crear Conectajuegos, “una página web dedicada a ampliar la oferta informativa para los usuarios con inmediatez, y su principal fuerte era la amplia base de datos de usuarios que se conectaban no solo a los foros, sino también a las noticias y a las secciones de trucos”, explica Gustavo Voces, uno de los antiguos integrantes de Conecta Juegos. La web cerró debido a la crisis de las “punto com” (Martinez, 2016). En el año 2010, cuando empezaron las caídas de las ventas en papel, la editorial decidió lanzar Hobbynews, intentando replicar el éxito de las webs estadounidenses que mostraban trailers y noticias de videojuegos. Según Manuel del Campo, “fue un lanzamiento precipitado. (...) Se tomaban decisiones tratando de no herir la sensibilidad de nadie, como escoger el nombre Hobbynews que era una marca nueva en lugar de HobbyConsolas, que ya era conocida por los usuarios y tenía un prestigio. Todo eso fue lo que hizo que Hobbynews fuese un fracaso”.

No sería hasta más entrados los años 2000 en que las distintas editoriales se fueron sumando a crear sus propias páginas webs con foros de discusión y noticias de última hora sobre el sector. Además, fueron surgiendo nuevas páginas, al comienzo independientes y que poco a poco irían ganando mucha repercusión mediática. Es el caso de MeriStation o Vandal, que posteriormente serían compradas por Marca y El Español respectivamente.

Por aquel entonces Hobby Consolas era de las pocas cabeceras de videojuegos que seguían vendiéndose mes tras mes. No obstante, las ventas eran bajas, comenzó a haber recorte de personal y las pérdidas de la compañía alcanzaban los millones de euros (Martínez, 2016). Manuel del Campo recuerda que “hubo una parte positiva, que fue el cambio de cultura de empresa, pero se perdió por completo el foco”. A partir de junio de 2013, Axel Springer volvería a retomar el núcleo de su actividad y las ventas se estabilizaron.

Javier Abad, el impulsor del último diseño de Hobby Consolas explica que a la revista le hacía falta un lavado de cara: “La estrategia pasa por acompañar a los lectores que han crecido con nosotros, y hemos entendido que nuestros lectores quieren más textos, y una experiencia de lectura distinta: algo más reposado y profundo”.

De las publicaciones que permanecían a comienzo del 2010 (Hobby Consolas, PlayManía, Revista Oficial Nintendo, Retrogamer, Micromanía y Games Tribune) solo quedan tres: Hobby Consolas, Retrogamer y Games Tribune, siendo las dos primeras del grupo Axel Springer (Devuego, 2023)

6. VIDEOJUEGOS EN TELEVISIÓN

La televisión y los videojuegos nunca han tenido una buena relación. En un comienzo, los videojuegos competían directamente por la atención de los telespectadores más jóvenes. Sin embargo, en la historia de la televisión española ha habido varios programas sobre videojuegos, los cuales revisaremos brevemente.

En 1993 se comenzó a emitir un programa en TVE llamado Bit a Bit. El programa tenía media hora de duración y se emitía semanalmente a media tarde. Incluía listas de éxitos, opiniones y hasta enseñaban imágenes de los últimos lanzamientos. A veces también incluían entrevistas a los desarrolladores españoles y reportajes relacionados con la informática. Estaba presentado por Mauro Bravo, Ana Valieras y Guillem Caballé, que sería posteriormente presentador del programa de radio Game 40. Según David Martínez: “el programa fue maltratado en la parrilla de emisión en la televisión pública y tuvo una vida muy breve”.

Más adelante, en el año 1998, Canal Satélite Digital produciría un programa de videojuegos en su canal C: dedicado a la tecnología. Este se llamaba DOF 6 y abarcaba media hora semanal dedicada exclusivamente a los videojuegos. Ignacio Hernández, redactor del programa cuenta más sobre este programa: “Grabábamos los juegos que nos enviaban, teníamos un Top 20 que estaba dividido en piezas de 20 segundos y un juego principal que era una sección de unos tres minutos. Al resto de los títulos se le dedicaba minuto y medio. Era un programa semanal aunque nosotros trabajábamos todos los días, jugando a los juegos, pero sobre todo escribiendo”. El programa dejó de emitirse en 2001, por su elevado coste de producción y por la caída de las suscripciones del canal de pago (Martínez, 2016).

En el año 2006, en el canal por satélite AXN se estrenó Insert Coin, un programa semanal de media hora de duración. En este se abordaban varios temas en distintas secciones: Noticias sobre la actualidad del sector, un top 5, un análisis de un juego en concreto, un reportaje sobre las novedades destacadas y una ‘preview’ de un próximo lanzamiento. (Mario, 2006). Después de seis años en antena el programa tuvo que cesar su emisión (García, 2012)

Desde 2006 también, RTVE ha emitido un programa llamado Zoom.net que profundiza en el mundo de la tecnología y en todas las variantes del sector, prestando una especial atención a las industrias culturales con base tecnológica, como el videojuego. (RTVE.es, 2023). El programa es semanal, tiene una duración de 15 minutos y actualmente sigue en emisión.

Manuel González, director de Zoom.net, explica por qué no han llegado a encajar los programas de videojuegos en televisión: “Cuando presenté el proyecto en TVE me dijeron que no era posible hacer un programa de videojuegos, pero sí hacer un espacio de tecnología con presencia de videojuegos. (...) No se les ha dado ni el hueco ni la proyección suficientes. Hoy en día un programa de videojuegos, con una sección dedicada a eSports o las carreras de drones, funcionaría, pero las televisiones están pensando en otra cosa. En la televisión privada es imposible porque están pensando en un patrocinio. Y en la pública depende de quién manda. Pero no funcionaría el formato típico, habría que darle una vuelta”. (Martínez, 2016)

Ilustración 14: Hideo Kojima, desarrollador de videojuegos en Gamelab Barcelona 2011



Fuente: Zoom.net, 2011

7. VIDEOJUEGOS EN LA RADIO

Según David Martínez, la radio ha acompañado a los videojuegos desde sus inicios. Ya había programas dedicados a microordenadores desde 1987 como Sábado Chip, que se emitía los sábados por la tarde de cinco a siete en radio COPE Barcelona. En este se hablaba de la actualidad de los desarrollos nacionales y se daba cabida a la participación de los oyentes. Al comienzo estos programas estaban relegados a emisoras locales. (Martínez, 2016)

No sería hasta el año 1992 que se estrenaría Game 40, el primer programa de videojuegos realizado a nivel nacional, presentado primero por Juan Luis Ferrer y más adelante por Guillem Caballé. Se emitía en la cadena Los 40 Principales. La primera temporada de Game 40 estaría presentada por el locutor Juan Luis Ferrer. Durante ese período el programa se limitaba a música de videojuegos, algo de radiofórmula y lectura de trucos de juegos enviados por los oyentes.

La época dorada del programa se desarrolló desde 1994 hasta 1998, de mano de Guillem Caballé. El programa se podía escuchar los domingos por la noche. El tono desenfadado y gambero del programa les permitía a los locutores realizar, además de las habituales noticias, análisis, reportajes y debates, secciones en las que hablaban de los fallos de la prensa, se realizaban críticas destructivas de videojuegos malos a cargo de dos personajes (Pin y Pon, interpretados por Ángel Garijo y Roberto Muñoz) o se ponían en contacto con los oyentes por vía telefónica. (Guzmán, 2020)

La música fue otro factor importante del programa. Con la entrada de Guillem Caballé se empezó a poner música de bandas sonoras de videojuegos cedida por las compañías o por los propios oyentes al estudio. También podía sonar música procedente de anime, y canciones famosas que formaban parte de la banda sonora de videojuegos. A medida que las colaboraciones se establecieron en el programa, la música fue reduciéndose poco a poco. Pese a competir en horario con el Carrusel Deportivo, alcanzó audiencias de más de medio millón de oyentes. (Molinero, 2019)

Ilustración 15: Guillem Caballé y el equipo de Game 40



Fuente: lafortalezadelechuck.com

Finalmente, un cambio en la parrilla de programación acabó con Game 40, pero su estilo se imitó en otros programas como Top Game, secciones de Formula Weekend en los 40 principales o de las noticias de videojuegos que presentaba Adolfo Pérez de la Hoz en el programa Anda Ya, desde 1998 a 2001. (Martínez, 2016)

Con la llegada de internet y la proliferación de los podcast, independientes o bajo la cabecera de las principales revistas, comenzó a cambiar el panorama de los programas de radio de videojuegos. Fallo de Sistema es uno de los pocos programas de radio que sigue en la parrilla nacional. El programa está dirigido por Santiago Bustamante y lo completan Victor Gómez, hablando de cómics y Elías Fraguas, desarrollador de juegos independientes y compositor. El programa se sigue emitiendo en Radio 3 los sábados y los domingos de 13 a 14. (Martínez, 2016)

8. VIDEOJUEGOS EN INTERNET

8.1 Las páginas web de videojuegos

La llegada de internet abrió un foro de debate globalizado a uno de los mercados más proliferantes y punteros de la época. En España podemos encontrar cientos de páginas web, blogs, foros y portales de videojuegos dependiendo de la información que queramos encontrar. No obstante, nos centraremos en los sitios web más populares y que más repercusión tienen en nuestro país.

Meristation es uno de los portales web pioneros. Creado en 1997 por Pep Sánchez y Elena Avellaneda, el portal nació a través del cibercafé en el que Pep presentaba los últimos juegos. Los usuarios del cibercafé, tras probarlos, escribían su opinión sobre el juego en un papel y lo puntuaban. Después, Pep se encargaba de transcribirlos a la página web. Según Pep Sánchez: “En menos de un mes empecé a recibir correos de gente de toda España celebrando que por fin hubiese una página de videojuegos en castellano. Gracias a estos correos (y a la colaboración de la gente que se ofrecía) decidí montar un portal. Así nació Meristation”.

Ilustración 16: Pep Sanchez y Elena Avellaneda, creadores de Meristation



Fuente: Agencia EFE

Poco a poco el portal comenzó a profesionalizarse, incorporando publicidad. Según Pep Sánchez, la página se diferenciaba en que, a diferencia de la prensa tradicional que hinchaba las notas para contentar a las compañías, Meristation decía lo que pensaba. “No me cuadran los nueves y dices que se ponían en la prensa española en aquel momento. Entre nosotros lo comentábamos y tratábamos de basarnos en notas académicas, en las que conseguir un seis o un siete estaba muy bien” - comenta Sánchez - “Puntuábamos pensando en que teníamos que comprarnos los juegos”. Muchas compañías de videojuegos acabaron vetando a Meristation de otorgarles publicidad o juegos para analizar, pero el portal no sufría porque gran parte de la publicidad de la página no dependía de publicidad de videojuegos.

Tras encargarse de la comercialización de la página desde 2002, en 2011 el grupo Prisa compra Meristation. (Grupo Prisa, 2011)

Vandal.net es otra de las páginas dedicadas a los videojuegos más veteranas y populares de España. Creada en el año 1997, la página fue la primera en hablar de consolas, según su creador Pablo Grandío. En el año 2003, Pablo comenzó a profesionalizar la página. “Aparqué la carrera para dedicarme a tiempo completo a la web de videojuegos. Había que competir en serio porque comenzaban a aparecer muchas páginas en el panorama”. Según Pablo “hasta que Inditex lanzó sus tiendas online, Vandal era la web gallega más visitada, pero la gente no nos creía”. (Martínez, 2016)

Vandal pasó de actualizarse cada tres semanas como si de una revista se tratase a actualizarse automáticamente. También ha ido añadiendo foro con registros de usuarios, los blogs y en 2007 fueron los primeros en ofrecer vídeo. Pablo añade que también fueron los primeros en asociarse con un medio general, 20 minutos, la primera en lanzar una web dedicada a los eSports bajo la cabecera de Vandal Sports y una web dedicada a hardware para gamers bajo la cabecera de Vandal Ware. En diciembre de 2017, Vandal es comprada por el grupo El León, empresa editorial de El Español. (El Español, 2017)

Desde finales de 2017, según datos de Comscore, la web ha sido líder en España en sesiones, páginas vistas y minutos totales. Desde principios de 2019

Vandal ha sido con frecuencia líder en el ranking nacional de usuarios únicos, llegando a batir varias veces el récord histórico de audiencia. (Vandal, 2022)

Ilustración 17: Pedro J. Ramírez junto a Pablo Grandío



Fuente: El Español, 2017

Además, Vandal es líder en su sector en varias redes sociales, con 2,2 millones de seguidores en Facebook, 2,1 millones de suscriptores en Youtube, 325.000 seguidores en Twitter, 159.000 en Instagram y 537.000 en TikTok.

3DJuegos es otro de los portales que más fama tienen en España y Latinoamérica. El dominio nació en junio de 2005 como una evolución de una página dedicada a juegos gratuitos de PC llamada Solodemo, y debe su éxito a una estructura muy ordenada, en que destaca el posicionamiento de sus fichas de juegos, las guías y un foro muy activo. Sus creadores son Enrique García, Daniel Mauro y Enrique Morera. (Martínez, 2016)

Al comienzo la página web solo cubría contenido de videojuegos de PC. Más adelante incorporarían las consolas. La web fue adquirida por el grupo francés Webedia en 2016 lo que no ha cambiado su manera de trabajar. A finales de 2017, 3DJuegos abrió sus oficinas en Ciudad de México, con un equipo editorial dedicado a crear contenidos específicos para México, complementando así su

oferta en Latinoamérica. Ese mismo año Webedia y 3DJuegos lanzaron su web de videojuegos dedicada a los eSports. (Forsans, 2018)

HobbyConsolas, ya mencionada anteriormente, es otra de las páginas web que más tráfico sustentan en nuestro país. Dos años después de HobbyNews, esta se transformó en HobbyConsolas.com y en 2013, tras un expediente de regulación de empleo, la dirección de la página pasaría de manos de José Luis sans al redactor jefe de Hobby Consolas, David Martínez, con el apoyo de Daniel Quesada. (Martínez, 2016) Desde ese momento, la página ha experimentado un crecimiento sostenido, tanto en audiencia como en contenidos.

8.2 El auge de las redes sociales

8.2.1 YouTube

Desde su creación en 2005, la plataforma de subida y visualización de vídeos por streaming ha contado con un crecimiento exponencial que ha hecho que a día de hoy cualquiera cuente con la aplicación en su dispositivo móvil. Al comienzo de la década del año 2010, YouTube era considerada una aplicación casi de nicho en la que abundaban *gameplays* de videojuegos, pero que ninguno era considerado periodismo como tal. Sus usuarios veían los vídeos sobre los juegos y podían informarse de esta manera, pero no de una forma profesional.

A partir del *boom* de YouTube en el año 2013, muchas empresas de comunicación de videojuegos en España comenzaron a crearse canales propios haciendo que su contenido pudiera ser más dinámico y llegar a más personas. Este formato resultó ser ideal para los videojuegos, ya que es un medio audiovisual que se adapta al contenido de las noticias, análisis o reportajes. Medios de comunicación que ya contaban con páginas web se han ido sumando a la creación de un canal de YouTube, como, por ejemplo, Hobby Consolas, Vandal, Meristation, 3DJuegos y muchos más.

No obstante, muchos son los canales que han sabido formar una comunidad y ofrecer un medio de información independiente gracias a YouTube. Es el caso de Jose Dayo Altozano, más conocido como DayoScript. El youtuber lleva creando contenido para la plataforma desde 2012. Dayo ha creado un estilo

propio, reposado y personal en el que habla de los videojuegos de una forma pausada, crítica y reflexiva.

Según Sara Borondo: “Dayo es sincero, pero siempre intentando no ofender a su interlocutor. Sus vídeos expresan opiniones rotundas con una personal mezcla de seriedad y comedia de forma que pasa de una revelación trascendental a convertirse -literalmente- en un payaso en menos de cinco segundos llevando al espectador por caminos siempre insospechados”.

Ilustración 18: José Altozano, más conocido como DayoScript



Fuente: Canal de Dayo en YouTube

BaityBait es otro creador de contenido sobre videojuegos en YouTube España. Sube dos tipos de vídeos: análisis de juegos en tono de humor e investigaciones en profundidad sobre el mercado de los videojuegos y polémicas en el mismo. Estos últimos son un poco más serios y contienen contraste de datos con distintos expertos y periodistas.

Por último, Juan José González, más conocido como Joseju es otro de los YouTubers de videojuegos que podemos considerar periodistas. Joseju sube vídeo-análisis hablando sobre mecánicas y distintos apartados de los

videojuegos en su canal. Además, colabora con el medio EuroGamer España en su canal de YouTube con piezas audiovisuales exclusivas.

8.2.2 Los podcasts

A pesar de que los videojuegos son un medio más audiovisual, los podcasts tienen mucho que aportar. Albert García, fundador de Eurogamer España, impulsó varios podcasts en el país como Reload o Replay y destaca que un podcast se puede enfocar desde el punto de vista de la actualidad, pero también presenta la posibilidad de realizar análisis o debates (Calatayud, 2022).

Los podcasts sobre videojuegos son una forma de periodismo que permite profundizar en los temas, analizar los juegos con detalle, debatir sobre las tendencias del sector, entrevistar a los protagonistas y compartir opiniones con los oyentes. Este tipo de formato da pie a los periodistas a experimentar y explorar su creatividad para dar con distintas formas de hablar sobre videojuegos. Algunos de los podcasts más populares escuchados en Spotify o Ivoox son:

- Reload: es un podcast semanal que repasa la actualidad del mundo de los videojuegos, con noticias, análisis y debates. Está presentado por Marta Trivi, Fran Pinto, Pep Sàncchez y Salva Fernández.
- El Complejo Lambda: es un podcast quincenal que combina humor y rigor para hablar sobre videojuegos, con secciones como el análisis principal, el retro-análisis, la tertulia o el consultorio.
- La Taberna del Androide: es un podcast mensual que trata sobre videojuegos desde una perspectiva histórica, cultural y social. Está presentado por Carlos García, David Bernad y Sergio Tur.
- El Podcast de MeriStation: es el podcast oficial de MeriStation, donde se comentan las noticias más destacadas del sector, se analizan los últimos lanzamientos y se entrevista a personalidades del mundo de los videojuegos.

En el terreno de YouTube también podemos encontrar, además de los podcasts anteriormente citados, programas creados individualmente por YouTubers y streamers. Algunos de los más importantes son Caith_Sith con su “Hablando

de..." donde hace entrevistas a distintas personalidades del mundo de los videojuegos en España y Alexelcapo con "Alex Al Habla", en el que repasa las últimas noticias de videojuegos y analiza los juegos a los que ha estado jugando últimamente.

8.2.3. Twitch

La red social de streaming ha supuesto una revolución en la forma en la que se consumen las partidas de videojuegos, llegando al punto en el que muchos YouTubers se han marchado de YouTube para seguir creando contenido en Twitch. Esto es debido, en parte, a la forma de monetización de Twitch, que es mucho más generosa e interactiva que la de YouTube. Twitch es completamente gratuito, pero si quieras apoyar a tu creador favorito puedes suscribirte o donarle la cantidad que quieras.

En España, según el estudio anual de redes sociales 2021 de IAB Spain, el 28% de los internautas ven streamings, siendo el gaming la temática más seguida. Los streamings sobre videojuegos son una forma de periodismo que permite mostrar los juegos en acción, interactuar con la audiencia en tiempo real, crear comunidad y generar contenido exclusivo.

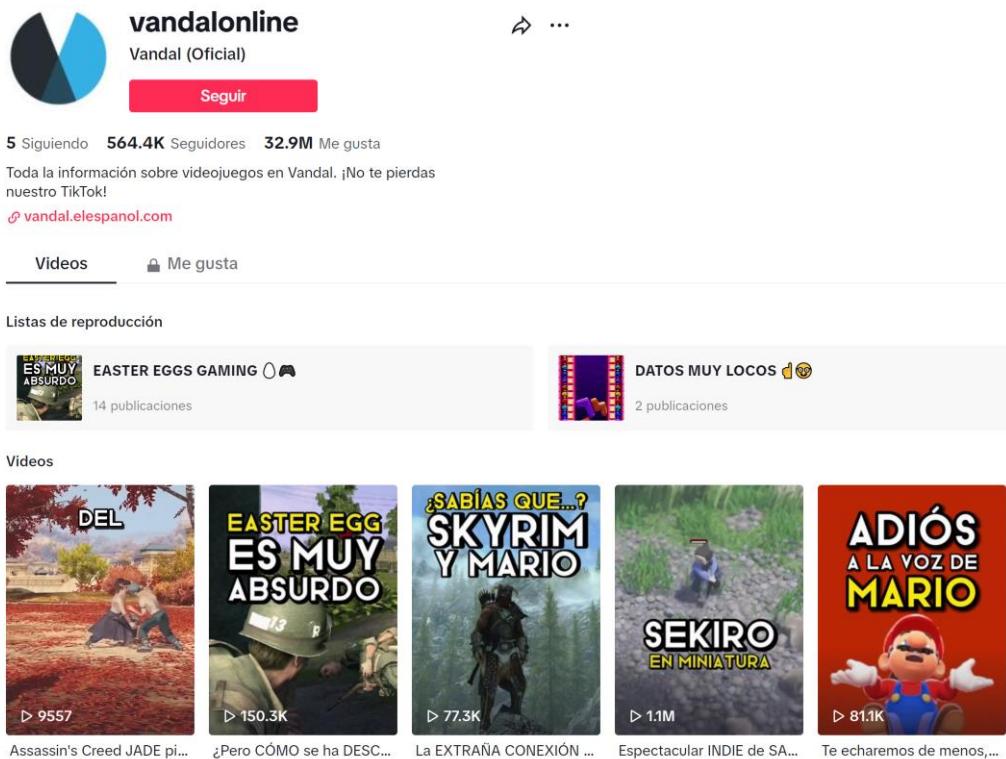
En el ámbito de los podcasts también ha supuesto un cambio radical: muchos de los programas se hacen en directo e incluso interactúan con sus seguidores a través del chat. Algunos ejemplos son: el canal de Eurogamer con los podcasts diarios llamado "El mañaneo" o los semanales "Nadie al volante". Otros medios de comunicación como 3Djuegos o HobbyConsolas usan Twitch para hacer podcasts semanales cubriendo las noticias y hablando en profundidad sobre videojuegos.

8.2.4 Las redes sociales

El periodismo está yendo hacia la multidireccionalidad y la inmediatez, y la prensa de videojuegos debe hacer lo mismo para no quedarse atrás. Ahora, la mayoría de los jóvenes han pasado a informarse parcial o totalmente a través de redes sociales. La información ha cambiado, y con los videojuegos ha pasado lo mismo. Lo que antes podía ser una noticia de varios párrafos ahora se puede

resumir en un vídeo de 15 segundos. Lo mismo ocurre con un análisis o un adelanto. Según palabras de Pep Sánchez: “la evolución de lo que es periodismo de videojuegos depende de lo que vemos en el mundo”. La innovación es evolucionar con base en las tendencias existentes y tener el contenido muy bien posicionado. (Calatayud, 2022)

Ilustración 19: Tik Tok de Vandal.es



Fuente: Elaboración propia

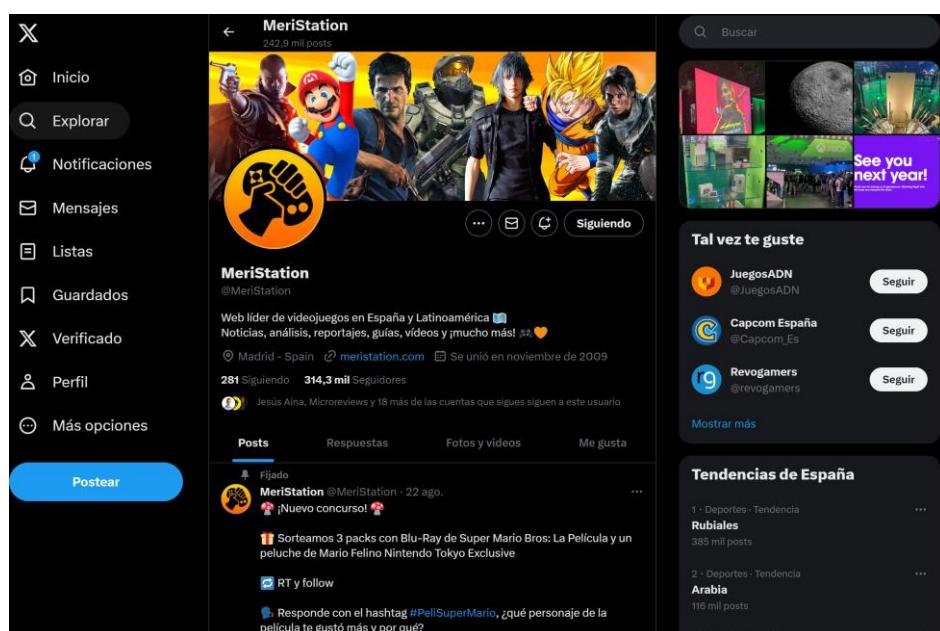
No obstante, esto no significa que el contenido inmediato y fugaz vaya a reemplazar por completo a lo que ya teníamos antes. El contenido que podemos encontrar en estas redes sociales, además de informativo es lúdico y ocioso, ya que intenta adaptarse a las características de la plataforma (TikTok, Reels de Instagram y Shorts de YouTube). Las noticias tradicionales en la web, los análisis completos o en vídeo en YouTube permanecen y el contenido en las redes no hace más que reforzar la marca y expandir la base de espectadores. Sin embargo, la adaptación a estas redes sociales también supone distintos retos:

- La adaptación al formato y al lenguaje de cada red social, que requiere de creatividad, originalidad y capacidad de síntesis.
- La competencia con otros creadores de contenido, que pueden tener más seguidores, más interacción y más visibilidad.
- La verificación y el rigor de la información, que puede verse comprometida por la rapidez, la falta de fuentes o la desinformación.
- La monetización y la sostenibilidad del trabajo, que depende de la publicidad, las colaboraciones o las donaciones de los usuarios.

Por tanto, el futuro del periodismo de videojuegos pasa por aprovechar las oportunidades que ofrecen las redes sociales como Tik Tok e Instagram, pero sin descuidar la calidad, la ética y la profesionalidad que caracterizan al oficio.

Igual que en el periodismo tradicional, otra red social que puede acercarse a cubrir la información de una forma más completa es Twitter (ahora "X") que es utilizada por los medios de videojuegos más importantes para difundir noticias con enlaces a sus páginas web

Ilustración 20: Twitter de MeriStation



Fuente: Elaboración propia

9. CONCLUSIÓN

Los videojuegos se han convertido en una forma de entretenimiento culturalmente influyente, que genera millones de aficionados, ingresos y empleos en todo el mundo. El periodismo especializado en esta área se presenta como un componente esencial para mantener a la comunidad informada y comprometida, así como para ofrecer una visión crítica y reflexiva sobre este medio interactivo. En el caso del periodismo de videojuegos español, durante estos años se refleja tanto el crecimiento de la industria de los videojuegos como la transformación del periodismo en sí mismo.

A lo largo de este trabajo de fin de grado se ha analizado el desarrollo de este medio desde sus humildes comienzos hasta su estado actual. Al recapitular esta historia, se pueden extraer varias conclusiones significativas:

La historia del periodismo de videojuegos español evidencia una transición gradual desde la pasión y el entusiasmo de los aficionados que surgía en los años 80, pasando por el crecimiento de la industria durante los años 90, hasta la consolidación de la profesión en los años 2000. Haciendo un paso fugaz por la televisión, por la que los videojuegos nunca llegaron a encajar, una cómoda relación con la radio y, finalmente una explosiva entrada al mundo de internet en el que parece que el sector durará más tiempo. Con los años, el reconocimiento y la importancia cultural y económica de la industria ha conducido a la profesionalización del periodismo de videojuegos, dando lugar a medios y a personas que se ganan la vida gracias a los videojuegos.

Se ha podido constatar que el periodismo de videojuegos español ha demostrado una notable capacidad de adaptación. Desde los primeros días de las revistas impresas y los programas de televisión especializados, hasta la migración a plataformas digitales, blogs, redes sociales y streaming en línea, se puede observar que los periodistas de videojuegos han abrazado y aprovechado las nuevas herramientas para llegar a su audiencia de formas innovadoras y atractivas.

Si lanzamos una mirada hacia el futuro, la tendencia es que el periodismo español de videojuegos apueste por una cobertura más diversificada y

enriquecedora, que abarcará los diferentes aspectos técnicos, narrativos, estéticos y culturales de los videojuegos. Más allá de las reseñas y las noticias básicas, los periodistas se adentrarán en análisis en profundidad que aborden el diseño, la jugabilidad, la historia, el arte y el sonido de los juegos, así como su contexto social, político y económico. Medios como Eurogamer ya hacen esto, eliminando las notas para entrar en una opinión más subjetiva de lo que supone un videojuego. Los lectores demandan un mayor nivel de comprensión y apreciación de la industria, así como de sus retos y oportunidades. Lo que se busca son artículos y reportajes que exploren el desarrollo de la industria y el impacto social de los videojuegos, desde su creación hasta su consumo.

Desde una perspectiva objetiva es probable que el medio no sea el que mejores condiciones laborales tenga, pero, mientras sigan existiendo profesionales apasionados por transmitir las noticias, opiniones, análisis o trucos de videojuegos, el medio seguirá prosperando y alcanzará aún más reconocimiento en un futuro quizá no tan lejano.

10. BIBLIOGRAFÍA

Bañon Fernandez, M (2017). *La prensa del videojuego: una joven rama del periodismo*. Obtenido de: <http://hdl.handle.net/10609/65348>

Borondo, S. (2020, septiembre 5). *Dayo, un periodista de videojuegos que ha inventado su propio estilo*. Obtenido de Vandal: <https://vandal.elespanol.com/noticia/1350737696/dayo-un-periodista-de-videojuegos-que-ha-inventado-su-propio-estilo/>

Borondo, S. (2021). David Martínez nos cuenta cómo ha evolucionado el periodismo de videojuegos. Obtenido de <https://vandal.elespanol.com/noticia/1350743119/david-martinez-nos-cuenta-como-ha-evolucionado-el-periodismo-de-videojuegos/>

Cifaldi, F. (6 de septiembre de 2011). *Obituary: Video Game Journalism Pioneer Bill Kunkel*. Obtenido de Game Developer: <https://www.gamedeveloper.com/business/obituary-video-game-journalism-pioneer-bill-kunkel>

Del Rio, R. (16 de octubre de 2015). “La evolución de la prensa española de los videojuegos”. Mundogamers. Obtenido de: <https://www.mundogamers.com/articulos/la-evolucion-de-la-prensa-espanola-del-videojuego/595>

El Español, R. (2017, diciembre 1). *EL ESPAÑOL se convierte en primer inversor de Vandal para hacerlo líder en videojuegos y entretenimiento*. Obtenido de El Español: https://www.elespanol.com/invertia/medios/20171215/espanol-convierte-inversor-vandal-hacerlo-videojuegos-entretenimiento/269723234_0.html

Esteve, J. (2012, marzo 3). *Los 'cuatro pipiolos' que crearon la revista de videojuegos más leída de España*. Obtenido de El Confidencial: https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2016-12-03/hobby-consolas-revista-videojuegos_1298933/

Esteve, J. (2017). La Abadía del Crimen. En C. y. Fernández-Vara, *Well Played, a journal on videogames, value and meaning* (pág. 32). Pittsburgh: Carnegie Mellon University.

Forsans, Emmanuel (16 de febrero de 2016). «Webedia devient le leader européen de l'édition de contenus dédiés au gaming avec 3DJuegos». Agence Française pour le Jeu Vidéo.

Fortunata Cabrera, C. (2015). *El léxico de las revistas de videojuegos españolas: propuesta de normalización terminológica*. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=154381>

Fulton, S. (28 de diciembre de 2009). *Electronic Games: The Arnie Katz Interview*. Obtenido de: Obtenido de: <https://www.gamedeveloper.com/business/electronic-games-the-arnie-katz-interview>

García, E. (2012, abril 14). *El programa Insert Coin cierra tras seis años en antena*. Obtenido de Meristation: https://as.com/meristation/2012/01/16/noticias/1326707040_099571.html

González, J. M. (2012). Historia de las revistas de juegos en España. <https://vandal.elespanol.com/reportaje/historia-de-las-revistas-de-juegos-en-espana>

González, J. M. (2012, septiembre 28). *Historia de las revistas de juegos en España*. Obtenido de Vandal: <https://vandal.elespanol.com/reportaje/asi-cambio-la-prensa-de-videojuegos-desde-las-revistas-de-los-90-hasta-el-e3>

González, J. M. (28 de septiembre de 2012). *Historia de las revistas de juegos en España*. Obtenido de <https://vandal.elespanol.com/reportaje/historia-de-las-revistas-de-juegos-en-espana>

Hadzinsky, C. (2014). *A Look into the Industry of Video Games Past, Present, and Yet to Come*. Claremont: Claremont Colleges.

Herranz, S. (2021, mar 27). *Globalización, digitalización y despedidas*. Obtenido de HobbyConsolas: <https://www.hobbyconsolas.com/opinion/globalizacion-digitalizacion-despedidas-834771>

Herrero, R. D. (2022, junio 12). *Así cambió la prensa de videojuegos: desde las revistas de los 90 hasta el E3*. Obtenido de Vandal: <https://vandal.elespanol.com/reportaje/asi-cambio-la-prensa-de-videojuegos-desde-las-revistas-de-los-90-hasta-el-e3>

Herreros, R. D. (2022, junio 12). *Sonia Herranz recuerda la historia de Playmania en Hobby Press y Axel Springer*. Obtenido de Vandal: <https://vandal.elespanol.com/noticia/1350744992/sonia-herranz-recuerda-la-historia-de-playmania-en-hobby-press-y-axel-springer/>

Huesca, J. (8 de agosto de 2010). *ZX Spectrum: aquellos maravillosos años*. <https://vandal.elespanol.com/reportaje/zx-spectrum-aquellos-maravillosos-anos>

López-Redondo, I. (2021). El videojuego como área de especialización periodística. rasgos distintivos y perspectivas profesionales para un sector en auge. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 27(1), 319-332. <https://doi.org/10.5209/esmp.72248>

Manzano Zambruno, L., & Paredes Otero, G. (2020). El periodismo de videojuegos desde una perspectiva feminista y de género. las periodistas especializadas ante el acoso y la discriminación en españa dentro de las redes sociales. *III congreso internacional move.net sobre movimientos sociales y TIC* (2020). (pp. 84-98) <https://idus.us.es/handle/11441/98145>

Mario. (2006, julio 21). *AXN estrena dos programas de producción propia: Insert Coin y Zappo*. Obtenido de todosobremitele: <https://web.archive.org/web/20091119014956/http://todosobremitele.blogcindario.com/2006/07/03342-axn-estrena-dos-programas-de-produccion-propia-insert-coin-y-zappo.html>

Martínez, D. (2016, julio 15). De Microhobby a Youtube: La prensa de videojuegos en España. Dolmen Editorial

Molinero, E. (2019, febrero 7). *De los 80 a la actualidad: Evolución de la información sobre videojuegos en España*. Obtenido de La Razón: <https://www.larazon.es/tecnologia/videojuegos/historia-de-la-informacion-de-videojuegos-HP21842885/>

Moya, J. (2019). El periodismo en los videojuegos. Obtenido de: <https://uvaciberperiodismo.wordpress.com/2019/06/06/el-periodismo-en-los-videojuegos/>

Paredes-Otero, G. (2019). Análisis de YouTube como herramienta informativa en el periodismo español especializado en videojuegos. *Investigar las redes sociales: Un acercamiento interdisciplinar* Obtenido de: <https://idus.us.es/handle/11441/98145>

Paredes-Otero, G. (2022). ¿Infoentretenimiento o coloquialidad? la información de videojuegos a través del periodismo especializado desde YouTube. *Anàlisi : Quaderns De Comunicació i Cultura*, 66, 81-94. Obtenido de: <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3460>

Puñaos, R. (2012, enero 3). *Entrevista a Paco Pastor* . Obtenido de blogdepunisher: <https://www.webxprs.com/blogpunisher/paco-pastor-2-sega/>

Riego, R. L. (2014, junio 16). *Games TM, repaso a sus 22 primeros números*. Obtenido de Diariodeunjugón: <https://www.diariodeunjugon.com/games-tm-repaso-sus-22-primeros-numeros/>

Ripoll, A. C. (2022). *Los cinco medios españoles especializados en videojuegos más influyentes de la era digital*. Elche: Universidad Miguel Hernández de Elche.

Sagra, M. (2023, enero 13). *Entrevista a Sonia Herranz, figura clave del periodismo de videojuegos*. Obtenido de ElBlogDeManu: <https://elblogdemanu.com/entrevista-a-sonia-herranz-figura-clave-del-periodismo-de-videojuegos/>

Thomasson, M. (2003). *The Story Behind the REAL First Issue Cover of Electronic Gaming Magazine*. Obtenido de: <http://www.gooddealgames.com/articles/Electronic%20Games%20Magazine%20First%20Cover.html>

Tith, S. (s.f.). *Arcade Alley articles*. Obtenido de: https://www.ataricompendium.com/archives/articles/arcade_alley/arcade_alley.html

Tovar Pastor, J. (2018). *Estado del periodismo digital de videojuegos en España*. Obtenido de: <http://dspace.umh.es/jspui/handle/11000/6614>

Tras el periodismo de videojuegos. DayoScript (Director). (2017, 30 enero). [YouTube] <https://youtu.be/E4hJ2M8vY2s>

Vandal, R. (2022, agosto 30). *Vandal cumple 25 años*. Obtenido de Vandal: <https://vandal.elespanol.com/noticia/1350756144/vandal-cumple-25-anos/>