RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes

Universidad
Nacional
de Quilmes

Olguin, Nahuel Marcelo

Los caster de esports : el nuevo perfil profesional del relato deportivo

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:
Olguin, N. M. (2020). Los caster de esports: el nuevo perfil profesional del relato deportivo. Sociales y virtuales, (7). Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3771

Puede encontrar éste y otros documentos en: https://ridaa.unq.edu.ar

Universidad Nacional de Quilmes
Roque Sáenz Peña 352 // Bernal
Buenos Aires // Argentina
t.: (+41 11) 4365 7100
f.: (+54 11) 4365 7101
info@unq.edu.ar

Los Caster de eSports: El nuevo perfil profesional del relato deportivo

socialesyvirtuales.web.unq.edu.ar/archivo-4/s-y-v-nro-7-sumario/articulos/los-caster-de-esports/

por Nahuel Marcelo Olguin

Resumen

El presente artículo se propone examinar y detallar las características, condiciones y dificultades que atraviesan el relato y el comentario profesional de deportes electrónicos en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). Un estudio acerca de las particularidades que componen el perfil profesional de los casters y, además, un análisis de cómo se desarrollan sus relaciones laborales.

Palabras clave: eSports, deportes electrónicos y casters.

Introducción

Los eSports son el sector que más creció, en los últimos años, dentro de la industria de los videojuegos. Impulsados por el aumento de las velocidades de banda ancha a nivel mundial, el estallido de juegos en línea y la aparición de las tecnologías de streaming, los eSports recaudaron U$S 865.000.000 solo en 2018 y, según la empresa analista Newzoo (2019), para 2022 las cifras ascenderán un 22,3% a nivel global. Esto despertó el interés de diferentes empresas y organizaciones e implicó una profesionalización de la actividad. Así, se conformaron ligas en todo el mundo y los mejores jugadores de cada certamen tienen la posibilidad de participar en torneos anuales realizados en grandes estadios, retransmitidos por internet y con premios de grandes cantidades de dinero.

Tal ha sido el desarrollo de los eSports que se pueden ubicar dentro del conjunto de actividades auxiliares que, conforme con Ramón Zallo (2011), requieren de una consideración específica por parte de aquellos que se interesan en las industrias culturales. Estas “industrias auxiliares”, aunque asumen algunas connotaciones culturales, no son industrias culturales porque no aportan valor añadido cultural. En todo caso, se trata de contenedores instrumentales de valores culturales o condición de cultura, pero muy dependientes de los sectores de los que forman parte a pesar de que la motivación social para adquirirlos es informativa, lúdica, relacional o cultural.

En Argentina, las competencias de deportes electrónicos crecen más cada año tanto en seguidores como en profesionalización y patrocinios. A nivel local, se desarrollan los torneos oficiales de los deportes electrónicos más importantes del mundo (Counter Strike, Dota 2, StarCraft 2, entre otros) y una gran cantidad de equipos nacionales han representado a la Argentina en diferentes competencias mundiales. En 2019, se hizo

muy popular el caso de Thiago «King» Lapp quien, con tan solo 13 años, quedó en la quinta posición de la primera Copa Mundial de Fornite, en Nueva York, y se llevó un premio de U$S 950.000[1].

No obstante, los deportes electrónicos son más que solo videojuegos. Las competencias se convirtieron en algo atractivo para personas que no participan en ellos y que únicamente quieren ser espectadoras. En efecto, desde 2013, la final del mundial de League of Legends (el juego más popular) supera en audiencia a las finales de la NBA (básquet) y la MLB (béisbol). Es decir que el gran crecimiento no ha sido solo económico, sino que también son cada vez más los seguidores de este fenómeno alrededor del mundo. De esta manera, es imposible resumir la reciente historia de los eSports sin mencionar a Twitch[2], Mixer y Youtube Gaming Live, plataformas de streaming en vivo centradas únicamente en videojuegos que se han convertido en los mayores difusores del movimiento ante la pasividad de las grandes cadenas de televisión.

Por otra parte, con el aumento de la audiencia en las transmisiones online de las principales competencias de eSports, se abrieron las puertas de un mercado laboral que requiere de nuevos perfiles laborales que se adapten a las necesidades de este sector, entre ellos, los casters. Según la Asociación Empresarial de los eSports de España:

> “ El éxito de las retransmisiones de los diferentes campeonatos de los e-Sports se debe, en gran medida, al caster y al analista, figuras que podrían equivaler a los comentaristas del deporte tradicional. Los casters y analistas son los responsables de trasladar al espectador toda la emoción de los e-Sports, a través de la narración y análisis de los partidos, lo que les ha convertido en una pieza imprescindible en las retransmisiones. Muchos de ellos disfrutan de una gran fama y se han convertido en personalidades influyentes del sector, junto a los jugadores. (2018, pp. 8-9)

Este tema es relevante para el estudio de las ciencias sociales, las industrias culturales y las rutinas productivas de la comunicación porque, de acuerdo con el Global eSports Market Report 2019 de Newzoo, los derechos de transmisión de las competencias representan el flujo de ingresos de mayor crecimiento en el sector de los deportes electrónicos[3] y además porque, al analizar este nuevo perfil profesional del relato deportivo, se podrá comprender más acerca de las nuevas necesidades, características y estructuras de organización que atraviesan al trabajo dentro de esta actividad auxiliar íntimamente ligada a la industria de los videojuegos.

Ya es un lugar común afirmar que internet ha ocasionado un impacto en los medios de comunicación. Ahora bien, aunque suele mencionarse menos, también es cierto que internet ha mudado los aspectos esenciales del trabajo de los comunicadores (Salaverría, 2006). Para los casters, internet es mucho más que el escenario en donde se desempeñan. La red es toda una herramienta sin la cual su trabajo resultaría imposible. La mayoría de ellos son nativos digitales y aprovechan las fortalezas comunicativas del ciberespacio, en especial, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad (Díaz Noci y Salaverría, 2003; Salaverría, 2005). Además, su discurso

comprende el alcance global de los entornos digitales y no se limita a las fronteras geográficas y temporales que acotan las audiencias de los medios de comunicación clásicos.

Metodología

En cuanto a la metodología aplicada, la presente investigación es de carácter descriptivo y se propuso examinar las características, condiciones y dificultades que determinan a esta profesión en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). El trabajo se llevó a cabo a través de un análisis de tipo cualitativo que articuló una revisión y sistematización de los datos bibliográficos disponibles con la realización de entrevistas en profundidad a cuatro trabajadores[4] vinculados a diferentes tipos de videojuegos, organizaciones y/o competencias de eSports.

Los entrevistados fueron consultados sobre importantes tópicos como su concepción sobre la función principal del caster y las condiciones necesarias para llevar adelante el trabajo. También se relevaron descripciones detalladas sobre las jornadas de trabajo y los diferentes tipos de relaciones laborales. Asimismo, se realizaron preguntas sobre las principales dificultades de la escena local en general y de la profesión en particular. El objetivo de estas entrevistas en profundidad fue obtener un muestreo selectivo de informantes claves en la escena local, que permitiera encontrar puntos en común y, de esta manera, conocer los pormenores de este nuevo estilo de relato deportivo en la región.

La función del caster

De acuerdo con el glosario de la *Guía de los e-Sports*, de la Asociación Empresarial eSports (AEes), el caster es, en resumen, quien se “encarga de transmitir la emoción del juego a los espectadores mediante la descripción de jugadas y comentarios útiles. Suelen ser antiguos jugadores y/o conocedores de cada videojuego al detalle” (2018, p. 52).

Todos los entrevistados concordaron con esta definición. Aunque la emotividad es un factor clave durante el relato en las diferentes competencias, Federico “Efe” González, caster profesional de Counter Strike: Global Offensive[5] y Garena Free Fire[6], entre otros videojuegos, destacó la importancia del equilibrio entre “entretener y transmitir la emoción de lo que se está viviendo”. “El caster tiene que tratar de acaparar la audiencia y el interés por el juego con sus palabras, pero también tiene que buscar una química entre lo que es la parte informativa y de entretenimiento”, aseguró Efe.

Durante las entrevistas realizadas para este trabajo de investigación, los diferentes expertos insistieron en la idea de que el caster debe potenciar el espectáculo. Juan Manuel “Juanma” Viera, relator de FIFA en la liga nacional de la Internacional eSports Association (IESA)[7], subrayó que “el caster tiene la función de potenciar el show que quizás, a la vista de algunas personas, no sea atractivo o no parezca interesante. El caster debe hacer un show de hasta lo más pequeño que pase”. Mientras que Kevin Pellegrino, mejor conocido en la escena como KevinMPV, manifestó que, en su caso, lo

que siempre busca como relator es complementar el partido y hacer que parezca mejor: “La idea es buscar que el relato sea inmersivo, que el espectador solo se enfoque en el partido y que sienta que, si no lo ve de esa forma, se está perdiendo de algo”.

Por último, Juanma Viera rescató que otra de las funciones del caster, sobre todo cuando se enfrenta a un público que no conoce la escena de los videojuegos, es tomar el rol de tutor: “Tenés que explicar cuestiones del juego que quizás al ojo de cualquier persona no se entienden. Ya sean cuestiones de táctica, de estrategia, como también una animación extraña que pueda darse durante el partido y, en ese caso, el relator deberá detallar porqué sucede eso”.

Tipos de casteo: *play-by-play* o de color

Al igual que en el relato deportivo tradicional, en la mayoría de las competencias de eSports, la transmisión está a cargo de, al menos, dos personas: el relator o caster *play-by-play*[8] y el analista o comentarista de color.

El relato *play-by-play* destaca la acción, lo que está sucediendo a cada momento y le agrega una gran cuota de emotividad o *hype*[9]. Durante las pausas del juego o cuando el caster encargado del *play by play* se está recuperando de un intenso momento de *hype*, el analista se hace cargo de la transmisión con sus comentarios de color. Esta modalidad de relato proporciona un análisis más detallado de las acciones que llevan a cabo los jugadores, para un mayor entendimiento de los espectadores. Lucas Kempe-Cook, Stephen Tsung-Han Sher y Norman Makoto Su desempeñaron un excelente trabajo describiendo ambos tipo de casteo en su artículo *Behind the Voices: The Practice and Challenges of Esports Casters* (2019). Para el desarrollo de este ensayo, y a modo de resumen, enumeramos las principales características de cada tipo de relato:

Relato play by play:

1. Describe detalles del juego a medida que se desarrolla con la mayor precisión posible, de manera clara y a un ritmo rápido.
2. No se requiere un gran conocimiento del juego.
3. Es deseable tener una buena voz y la resistencia para hablar sin detenerse.
4. Establece el tiempo y el tono del juego.
5. Es el encargado de generar el *hype*, eligiendo cuidadosamente los momentos más relevantes del juego y dirigir la atención de la audiencia hacia allí. El *hype* genera entusiasmo y ayuda a los espectadores a enfocarse en lo importante; sin él, las narrativas se caen y el público se desconecta.

El comentario de *play by play* por sí solo es insuficiente para generar *hype*. Es elemental que las acciones sean captadas por las cámaras y transmitidas para que la audiencia las vea. Si las cámaras no acompañan adecuadamente los momentos más relevantes, se corre el riesgo de que el caster se pierda de una secuencia de acción crucial para la partida.

Comentario de color:

1. Detalla cómo o por qué una determinada jugada resultó en determinado desenlace o las consecuencias de ciertas acciones del jugador
2. Es más analítico que el relato *play by play* y lo complementa con datos externos para proporcionar una comprensión más profunda de los eventos en el juego.
3. Se requiere un total conocimiento tanto del juego como de las competencias y los jugadores.
4. Muchas veces implica un trabajo previo de pre-producción.
5. Juega un papel vital para que no haya pausas muy extensas o silencios incómodos durante las transmisiones.

Como expusieron en su artículo Kempe-Cook, Sher y Su, una buena coordinación entre el relato *play by play* y el cometario de color es fundamental para un equilibrio exitoso entre información y entretenimiento:

> “ Los caster *play by play* siguen la acción, construyen y cultivan el *hype*, luego entregan el relato al comentarista, quien se encarga de analizar la acción que acaba de suceder utilizando la gran cantidad de datos estadísticos e históricos que prepararon de antemano o durante el juego. Después de su análisis, el comentarista de color permite que el caster *play by play* reanude su cobertura. Este ciclo entre relato *play by play* y de color y la combinación fluida entre los dos es lo que todos nuestros entrevistados describieron como un casteo exitoso”. (2019, p. 8).

Competencias del caster

Si bien el *play by play* y los comentarios de color están firmemente arraigados en el relato deportivo tradicional, las nuevas competencias[10] y habilidades que debe detentar un caster de eSports para ejercer con eficacia su trabajo deben adaptarse a las determinaciones que conlleva trabajar en nuevos escenarios digitales como las plataformas de streaming en vivo. Sobre todo, porque la transmisión de video online es diferente de la transmisión de televisión por cable tradicional de varias maneras: llega a un público mucho más amplio, tiene una menor barrera de entrada y proporciona experiencias pasivas y activas marcadamente diferentes (Kempe-Cook, Sher y Su, 2019).

Para Bruno Antunez, encargado de Contenidos y Transmisiones para la Liga de Videojuegos Profesional (conocida comúnmente como LVP)[11], una de las diferencias sustanciales de este tipo de relato está relacionada con las dinámicas de los juegos que hacen que la experiencia sea mucho más comprimida: “Es una dinámica totalmente diferente al relato tradicional, por la velocidad con la que necesitan tirar tanto información. Es mucho más rápido, más instantáneo y necesitan tener mucha más emoción en corto lapsos de tiempo”. Por su parte, Juanma Viera coincidió y agregó que esto también se debe a que las transmisiones compiten con una enorme cantidad de contenidos dentro del mismo entorno digital. “Entonces, cuando una persona ingresa en una transmisión los primeros 60 o 120 segundos son clave. El caster tiene que relatar

similar a como si fuera radio y tiene que estar todo el tiempo incentivando la partida para que el que está del otro lado se quede atrapado y no se vaya a Twitter o a ver un video en YouTube", explicó el caster de FIFA.

Además, es básico tener conocimientos en software de *broadcasting*[12] y de edición de sonido y video, ya que en Argentina todavía es muy común que los mismo casters también sean responsables de las transmisiones. KevinMPV detalló que ser el *host* de un *stream* implica que "vos sos el encargado de mandar las pausas, de poner las diferentes gráficas en pantalla, del sonido y de que durante el partido esté todo perfecto". "Uno se vende como relator, pero muchas veces tiene que hacer más que eso", confesó el relator, que fue una de las figuras hispanohablantes presentes en el *PUBG Global Invitational 2018* de Brasil.

Otra competencia esencial de los caster es la presencia en las redes sociales, la interacción con el público y la producción de contenido propio. Conforme a lo que manifestó Juanma Viera durante la entrevista: "El trabajo del caster incluye las redes todo el tiempo. Cuando pasa algo en el vivo que uno se da cuenta que estuvo muy bueno, probablemente tenga la necesidad imperiosa de clipearlo, guardarlo y, en otro momento, compartirlo". Por su parte, Pellegrino admitió que "si vos no estás presente en las redes generando contenido, alguien que sí lo está haciendo acapara las miradas y se lleva los trabajos".

Dificultades externas

A lo largo de las entrevistas en profundidad, los diferentes trabajadores coincidieron en una serie de dificultades externas a la profesión del caster, pero que condicionan su labor. Entre ellas podríamos destacar:

a) Problemas de infraestructura

Esta dificultad fue la más nombrada por todos los entrevistados. Se trata de los malos servicios de conexión a internet y de distribución de luz eléctrica que impiden un óptimo desempeño profesional. Es central resaltar que esta situación empeora en el resto de la provincia de Buenos Aires y en el interior de la Argentina.

"Es común, sobre todo en el verano, que quizás tenemos gente jugando desde Córdoba, de repente media provincia se quedó sin luz e instantáneamente debemos empezar a cambiar el cronograma del día", ejemplificó Bruno Antunez. Por su parte, el caster de FIFA, Juanma Viera, declaró que este problema afecta tanto a casters como a jugadores: "Es impresionante la cantidad de usuarios que pierden partidos porque se les desconectó internet. Algo así te puede dejar fuera de un torneo internacional".

b) Prejuicio por parte de las empresas, los patrocinadores y los medios de comunicación tradicionales

Al tratarse de un industria auxiliar de la industria de los videojuegos, los eSports acarrean las mismas valoraciones negativas por parte de actores sociales, políticos y del mercado. Ante todo, se trata de juicios fundados en el desconocimiento del sector "nuevo". De todas formas, los entrevistados señalaron que de a poco, y con el crecimiento de una escena profesional, este tipo de opiniones se van reduciendo.

Bruno Antunez manifestó que “a pesar de que las transmisiones se parecen cada día más a la final de la NFL[13] , todavía está ese mito de que se trata de unos chicos que se juntan en una casa o un cyber a jugar y nada más”. Juanma Viera se sumó a esta perspectiva y subrayó que lentamente los medios de comunicación empiezan a contratar especialistas para acabar con la promoción de esos mitos “Recién ahora, los medios comienzan a tener como mínimo un periodista que conoce de eSports. Va de a poco y es un proceso lento, pero está sucediendo”.

Desde otro ángulo, Kevin Pellegrino acusó una falta de valoración a la profesión incluso por parte de algunas organizaciones y marcas dentro del sector de los deportes electrónicos:

> “ Hay un problema enorme con varias marcas y organizaciones. Están tan obsesionadas con generar muchas visualizaciones y números que descuidan la calidad. Las organizaciones creen que todo lo que les suponga un gasto debe generar mejores números en las transmisiones, porque esos números los pueden transforman en dinero.

c) La exigencia y crueldad de un público anónimo

La última dificultad está relacionada con las audiencias. En varias ocasiones, el público aprovecha el anonimato que conceden las redes sociales y plataformas digitales para criticar sin mesura el trabajo y otros aspectos de los casters.

“La gente es muy cruel. Si vos haces algo mal al principio de tu carrera, por más que mejores con el tiempo, siempre te va a quedar esa marca y muchos ni siquiera te van a dar una segunda oportunidad”, se lamentó KevinMPV. Por otra parte, Bruno Antunez reveló que para las organizaciones como LVP deben contratar personas que se encargan de moderar los chats durante todas sus transmisiones, ya que de lo contrario pueden llegar a perder a importantes patrocinadores: “El problema es que la gente escribe lo que le sale y se intenta parar un poco eso. Sobre todo, porque si las marcas ven un chat tóxico, no les gusta”.

Las relaciones laborales

Si bien en el Área Metropolitana de Buenos Aires existen casters que tiene contratos en relación de dependencia, estas relaciones laborales solo son accesibles a un escaso número de casters de gran renombre. Según Bruno Antunez, esto se debe fundamentalmente a que “faltan grandes organizaciones que puedan sustentar a sus casters para que estén tranquilos económicamente”. Asimismo, admitió que dedicarse por completo a la actividad le permite a un caster tener un mayor crecimiento y “si las marcas tiene que elegir es probable que prefieran a los que tengan más horas de vuelo”. Por eso, “cuesta mucho sacar casters nuevos”, porque las marcas quieren trabajar con aquellos profesionales que ya conocen y no le dan lugar a los que recién empiezan.

En la gran mayoría de los casos, las relaciones de trabajo de los casters se asimilan a las examinadas en el estudio de Laura Henry (2013), en donde analiza las particularidades de la subcontratación de periodistas *freelance* y cómo se ha convertido

en una de las tendencias productivas más extendidas en los medios de comunicación argentinos, ya que este tipo de reorganización les permite adaptarse a las fluctuaciones de la demanda y reducir sus costos fijos de funcionamiento.

De la misma manera que con los periodistas colaboradores, a primera vista, podría parecer que los casters son profesionales *freelance* que están en condiciones de hacer valer sus calificaciones en el mercado y que aprovechan la posibilidad de gestionar sus trayectorias y de mejorar sus ingresos a partir de la diversificación laboral. No obstante, la situación de la mayoría de los casters es bastante diferente y se halla caracterizada por toda una serie de desventajas provenientes de los arreglos y las prácticas prevalecientes en la modalidad en que desarrollan su actividad (Henry, 2013).

En las entrevistas, los relatores y comentaristas de eSports calificaron al vínculo contractual como únicamente mercantil, en donde lo que se da es la subcontratación de un servicio: “Hay de todo. Generalmente, existen marcas que te contratan directamente a vos para una actividad puntual propia o productoras que tienen arreglos con los dueños de los videojuegos para hacer una cantidad específica de torneos y te contratan a vos para castear algunas de esas fechas. Los arreglos económicos se hacen por hora, por fecha o por mes, eso es libre como cualquier contratación a un servicio de locución”, detalló Efe Gonzalez.

Según comentó KevinMPV, a partir de este tipo de relaciones laborales, algunos casters han formado grupos de trabajo en donde se encargan de diferentes aspectos de las competencias. “Mi grupo de trabajo está conformado por cuatro casters, una persona que se encarga de la configuración y la organización, un diseñador gráfico y un *community manager*. Si quien nos contrata quiere que le hagamos todo de cero, le presupuestamos por todo: la transmisión, la organización del torneo, la publicidad en las redes sociales, etcétera”, declaró el relator.

La “ventaja” de esta modalidad de contratación para las diferentes empresas, marcas o productoras es que realizan una transferencia de riesgos, entregando una determinada actividad a trabajadores formalmente independientes que operan bajo su propia responsabilidad y que deben hacerse cargo de los costos de producción. Además, siguiendo los hallazgos de la investigación de Henry (2013), la existencia de este tipo de acuerdos evita que las empresas tengan que asegurar cierta continuidad laboral para los casters de deportes electrónicos y que, por el contrario, puedan hacer uso de su fuerza de trabajo de acuerdo a sus necesidades puntuales. En ese marco, el principal problema que inquieta a estos trabajadores es la imposibilidad de prever si podrán mantener un flujo de trabajo de manera regular. KevinMPV reconoció que vivir del casteo de deportes electrónicos a veces se torna inconstante: “Podés tener trabajo un mes en donde cobrás muy bien y después estar sobrellevando uno o dos meses en donde no hay muchas competencias. Dependes mucho de la cantidad de trabajo que haya, porque no se trata de un trabajo de ocho horas y cinco días a la semana, acá no tenés esa seguridad”.

Para Lorena Poblete (2008) la condición de trabajador independiente no solo requiere de autonomía jurídica, sino que también es primordial la autonomía económica que vuelva viable esta condición. Esta variable le permite a cualquier profesional cuentapropista el

suficiente grado de autonomía para ejercer su actividad con holgura y con cierta certeza sobre su situación financiera inmediata. Sin embargo, al igual que como Henry (2013) observó en el caso de los periodistas *freelance*, lo que predomina en el casteo de deportes electrónicos es un sistema de pagos altamente flexible y arbitrario que sitúa a los trabajadores en una posición muy frágil en términos de su sustento económico. Juanma Viera, durante la entrevista, reveló que:

> Hoy por hoy, no podría dejar mis otros trabajos para solamente dedicarme a los eSports, porque me sería muy complicado el hecho de afrontar los gastos diarios. Actualmente, tengo la suerte de tener eventos todos los fines de semana, pero casi siempre cobramos un mes después del evento y uno mientras tanto tiene que pagar la luz, internet y el alquiler. A veces hay dinero con el que quizás vos contás, pero no llega.

Aunque este panorama puede adjudicarse a lo novedosos de la profesión, y así lo consideraron todos los entrevistados, es necesario admitir que, en Argentina, los casters están insertos en una lógica que los alienta a manejarse como si fueran empresas individuales, aunque en muchos casos se torna una práctica muy problemática y compleja. En todo caso, “se trata de trabajadores precarizados cuyo posicionamiento en la esfera del mercado los enfrenta a una individualización extrema y a una serie de desventajas que se ven obligados a aceptar en un contexto donde las empresas son reticentes a contratar personal fijo” (Henry, 2013, p. 247).

A modo de conclusión

En resumidas cuentas, hemos observado que, a pesar de que “la técnica, el estilo y las prácticas del casting de eSports tienen sus raíces en el relato deportivo tradicional, a saber, el fútbol y el béisbol” (Kempe-Cook, Sher y Su, 2019, p. 3), este nuevo perfil profesional requiere de competencias y habilidades propias que deben adaptarse mejor a las necesidades de la creciente industria auxiliar de los eSports.

Al menos por el momento, los argumentos que proponen al casteo como una nueva profesión autónoma no son lo suficientemente consistentes. De este modo, parece más oportuno referirnos a lo que Bruno Antunez describió durante su entrevista como “un up-grade del relato deportivo tradicional”. Quizás es cuestión de tiempo. Marshall McLuhan afirmó que “todo nuevo medio tiene como contenido un viejo medio”[14] . Tanto la radio y el cine como también la televisión tomaron cosas de sus predecesores mientras creaban sus propios formatos. Por lo que no se debe descartar que, como pronosticó KevinMPV, “de acá a diez años, los chicos que se criaron viendo Twitch y competencias relatadas por nosotros puedan generar un tipo de relato totalmente distinto”.

Por otra parte, será necesario observar a futuro qué sucederá con las relaciones laborales de los relatores y comentaristas de deportes electrónicos. Especialmente, si continúa el crecimiento del mercado de los eSports en el Área Metropolitana de Buenos Aires. Hasta ahora, gran parte de la flexibilización laboral se justificó por la incapacidad presupuestaria de la mayoría de los actores, pero habrá que examinar lo que acontecerá cuando la escena se encuentre más fuerte, profesional, estable y organizada.

Para finalizar, parece significativo advertir que en Argentina, a diferencia de países pioneros en eSports como Estados Unidos o Corea del Sur, no son las mismas desarrolladoras de los juegos las que se encargan de las competencias y de las transmisiones. En la mayoría de los casos de la escena nacional la producción de los eventos y su streaming correspondiente se externalizan. De esta manera, se evidencia la existencia de nuevos modelos de negocio en la región que no han sido estudiados aún, pero que pueden ser objeto de análisis en posteriores trabajos de investigación.

Notas

[1] Ver: Quién es Thiago "King" Lapp, el argentino que quedó entre los cinco mejores del Mundial de Fortnite. (28 de julio de 2019). Clarín. Recuperado de: https://www.clarin.com/sociedad/thiago-king-lapp-argentino-quedo-mejores-mundial-fortnite_0_Epg501MtU.html

[2] Ver: Hamilton, William A., Garretson, Oliver y Kernel, Andruid (2014). Streaming on Twitch: Fostering Participatory Communities of Play Within Live Mixed Media. In Proceedings of the ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '14). ACM, Nueva York, Estados Unidos. Recuperado de: https://doi.org/10.1145/2556288.2557048

[3] Los derechos de transmisión comprenden una tasa de crecimiento anual compuesta (2017-2022) del 39,6 %, en comparación con el patrocinio que aumentó un 28,4%.

[4] Las entrevistas fueron realizadas durante los meses de noviembre y diciembre de 2019, bajo la modalidad de comunicación telefónica y/o mediante encuentros personales.

[5] Counter-Strike: Global Offensive es un videojuego de disparos en primera persona (en inglés, First-person shooter) para PC, desarrollado y lanzado por Valve Corporation en 2012. Es el cuarto juego de la saga Counter-Strike.

[6] También conocido como Free Fire, es un juego dirigido a dispositivos móviles del género battle royale, desarrollado por 111dots Studio y publicado por Garena.

[7] IESA es una asociación de fútbol virtual en modo Clubes Pro en cada uno de los FIFA. La modalidad se trata del 11 contra 11, todos conectados, cada uno desde su consola, se encuentre donde se encuentre, ocupando un lugar y rol determinado dentro del terreno de juego. La misma cuenta con competencias internacionales nucleadas con cada país en el continente, asociada a la Confederación Sudamericana de Virtual Pro (CSVP), y permite la realización de las Copa Libertadores y Sudamericana, al igual que competencias entre selecciones, y ya que IESA y CSVP tienen una liga en cada país.

[8] En español, comentario jugada a jugada.

[9] El hype es un término utilizado para describir la importancia, la emoción, la expectativa y el drama en momento de un juego para el público.

[10] El concepto de competencia remite a la habilidad para responder a las demandas o llevar a cabo tareas con éxito y consistentes con las dimensiones cognitivas y no cognitivas (Deseco, 2002, en Martínez Ruiz et al., 2007).

[11] Actualmente, es la competición líder en deportes electrónicos en España y Latinoamérica con sedes en ciudades como Barcelona, Madrid, Buenos Aires, Bogotá, México y Londres.

[12] Los más elegidos por la escena local, según los entrevistados, son el Open Broadcaster Software (OBS), Streamlabs y el xSplit, entre otros.

[13] La National Football League, en español conocida como Liga Nacional de Fútbol Americano, es la mayor liga de fútbol americano profesional de los Estados Unidos.

[14] McLuhan M. Nuevos medios viejos medios. (Video consultado el 18 de diciembre de 2019). Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=zKXY70t-ae0

Referencias bibliográficas

Asociación Empresarial de los eSports (2018). Guía de los e-Sports: Retos de negocio y claves jurídicas. Paseo de Recoletos 37-41, Madrid, España.

Aspillaga, P., Miguel de Bustos, J. C. y Zallo, R. (1998), Las industrias culturales en la economía informacional. Evolución de sus formas de trabajo y valorización. [En línea] Recuperado de: http://ehu.es/zer/zer5/2azpillaga.html#anchor578598

Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (coords) (2003). Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona: Ariel.

Henry, L. (2013). Flexibilización productiva y difusión del trabajo independiente en la prensa escrita argentina. Un estudio sobre las condiciones de empleo de los periodistas colaboradores, en Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas (Caicyt-Conicet). Nº 21, Invierno 2013, Santiago del Estero, Argentina, pp. 261-278.

Kempe-Cook, L., Sher, S. T. y Su, N. M. (2019). Behind the Voices: The Practice and Challenges of Esports Casters. In CHI Conference on Human Factors in Computing Systems Proceedings, Glasgow, Escocia. (Traducción propia).

Klein, E. y Posner, J. (Productores). (2018). Esports, explained [Capítulo de serie de televisión]. Explained [Serie documental]. Nueva York, Estados Unidos: Vox Media.

Martinez Ruiz, D. L. A. y Sauleda Parés, N. (2007). Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente. Zer, (23), 139-164.

Newzoo (2019). Global eSports Market Report 2019. Recuperado de: https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-market-report-2019-light-version/

Salaverría, R. (2006). «El nuevo perfil del periodista en el entorno digital». En Actas de las XIII Jornadas de Jóvenes Investigadores en Comunicación – Nuevos retos de la comunicación: tecnología, empresa, sociedad (CD-Rom), Zaragoza, España.

Xhardez, V. (2012), El trabajo en juego. Trabajo "creativo" y organización productiva en la Industria Cultural de Videojuegos: implicaciones socio-económicas (Argentina, 2009-2011) Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, FSOC, UBA.

Zallo, R. (2011). Estructuras de la comunicación y la cultura: Políticas para la era digital. Gedisa, España.

Entrevistas

Antunez, B., comunicación telefónica, 12 de diciembre de 2019.

González, F., comunicación telefónica, 8 de noviembre de 2019.

Pellegrino, K., comunicación telefónica, 11 de noviembre de 2019.

Viera, J., comunicación personal, 4 de noviembre de 2019.

¿Cómo citar este artículo?

Olguín, N. M. (2020). Los Caster de eSports: El nuevo perfil profesional del relato deportivo. *Sociales y Virtuales,* 7(7). Recuperado de http://socialesyvirtuales.web.unq.edu.ar/los-caster-de-esports

---

Ilustración de esta página: Martinó, D. (2020). Cuarentenas. [Dibujo]. En *Sociales y Virtuales* y Programa de Cultura (Coords.), exposición artística #YoMeQuedoEnCasa. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Clic en la imagen para visualizar la obra completa