

TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

La cobertura periodística que los creadores de contenidos de la plataforma Twitch les dan a los deportes tradicionales

Autor/es:

Gonzalez March, Fiona – LU: 1098536

Carrera:

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tutor:

Lic. Stecconi, Natalio

Año: 2022

INDICE GENERAL

1) RESUMEN/ABSTRACT	3
2) INTRODUCCIÓN	5
3) PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	6
3.1) Pregunta general	6
3.1) Preguntas específicas	6
4) OBJETIVOS.....	6
4.1) Objetivos generales	6
4.2) Objetivos específicos:	6
5) MARCO TEORICO.....	7
5.1) Estado del arte	7
5.2) Marco Teórico	7
6) MARCO METODOLÓGICO:	8
6.1) Tipo de diseño metodológico.....	9
6.2) Muestreo	9
6.3) Técnica de recolección de datos	9
7) ANÁLISIS.....	11
7.1) Periodismo en Twitch: el rol de los periodistas.....	11
7.2) Periodismo en Twitch: el rol de los dispositivos	16
7.3) El éxito de Twitch: ¿Por qué la gente lo elige para informarse?.....	16
7.4) La llegada de las cadenas televisivas deportivas a Twitch.....	19
8) CONCLUSIÓN	23
9) BIBLIOGRAFÍA	23
8) ANEXO	25

La cobertura periodística que los creadores de contenidos de la plataforma Twitch les dan a los deportes tradicionales

Por **Fiona Gonzalez March** – LU: 1098536

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

figonzalezmarch@uade.edu.ar

1. RESUMEN

En la presente tesis se realiza un análisis discursivo de las distintas coberturas periodísticas existentes en el ámbito deportivo dentro de la plataforma digital Twitch, En el mismo, se tomarán como referencia todos aquellos contenidos creados por streamers donde se pueden ver debates post partido, predicciones y entrevistas. El objetivo es estudiar la representación periodística que realizan los distintos streamers acerca de los diferentes eventos deportivos, describirla y caracterizarla. Se analizarán cuatro creadores de contenido y el abordaje que cada uno realizó en la plataforma Twitch sobre eventos deportivos sucedidos entre el año 2020, y el año 2021. Se ahondará, también, en la relación que existe entre la cobertura periodística de los streamers, y la de los periodistas de medios tradicionales, como la televisión o la radio. Para llevar adelante el análisis, la tesis se apoyará en las teorías expuestas por académicos como Stella Martini, Omar Rincón, Geoffrey Parker, Marshall Van Alstyne, Paul Choudary y Carlos Scolari.

Palabras claves: Argentina – Periodismo – Comunicación – Medios – Twitch – Plataformas Digitales – Deporte – Entrevistas.

ABSTRACT

A discursive analysis of the different journalistic sports-related coverage present on the digital platform Twitch is made in this thesis. This article takes as a reference all the content created by streamers that host after match debates, predictions, and interviews. The objective is to study, describe and characterize the journalistic representation made by the different streamers regarding

different sports events. To do this, this thesis will analyze four Twitch content creators and the sports-related coverage they did on Twitch between the years 2020 and 2021. This article also digs deep in the relationship between the journalistic presence in Twitch, and the journalistic presence in the traditional media such as the television or the radio. To achieve this, this thesis will be supported in the theories exposed by Stella Martini, Omar Rincón, Geoffrey Parker, Marshall Van Alostene, Paul Chaudary and Carlos Scolari.

Palabras claves: Argentina – Journalism – Communication – Media – Twitch – Digital Platforms – Sports – Interviews.

2. INTRODUCCIÓN AL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Twitch es definida por sus creadores como “un lugar donde millones de personas se juntan a diario en directo para chatear, interactuar y crear su propio entretenimiento”. Se trata de una plataforma perteneciente a la empresa Amazon, Inc., que le permite a sus usuarios realizar transmisiones en vivo bajo diferentes temáticas: deportes, E- Sports o videojuegos, IRL (In Real Life) o “Charlando”, Arte, Música, entre otras.

A raíz de la pandemia de COVID-19 declarada en marzo del 2020, Twitch tuvo un incremento de casi el 100% de audiencia, y aumentó un 30% el número de sus creadores de contenidos. La masividad que trajo la pandemia y el confinamiento le sirvieron a la plataforma para adquirir diversidad en los contenidos brindados a la audiencia. Antes, Twitch era conocida por ser una plataforma donde se podían ver videojuegos en vivo. En la actualidad, la extensión de Amazon Inc. es un ecosistema de contenidos varios donde predominan los E-Sports pero también la cobertura de deportes tradicionales como el fútbol, básquet, hockey, entre otros. La diferencia es que mientras los deportes electrónicos son transmitidos por los propios jugadores, los deportes tradicionales solo pueden ser comentados, relatados o debatidos por los llamados “streamers”.

En el presente trabajo, se analizará específicamente la cobertura periodística de cuatro creadores de contenidos de habla hispana registrados en Twitch. El primero, Ibai Llanos, es la personalidad más exitosa en lo que son contenidos en español de la plataforma. En febrero del 2021, Ibai comenzó un segmento de entrevistas en su canal llamado “Charlando Tranquilamente”. El debut de la sección la hizo con el jugador de fútbol Gerard Piqué y participaron, hasta ahora, jugadores de la misma disciplina que son parte de los equipos más prestigiosos del mundo. En agosto del 2021 el español realizó una entrevista al jugador de fútbol Lionel Messi. Se trató de un reportaje sin precedentes ya que fue la primera vez que el reconocido jugador aparecía en la plataforma digital. También fue una primicia ya que se trataba del polémico pase de Messi al París St. Germain tras una década en el Fútbol Club Barcelona. Se buscará evidenciar, tanto en el caso de Ibai, como en un segundo caso analizado, el enfoque que los streamers les dan a las entrevistas transmitidas en Twitch. El segundo streamer español que se hace presente por su particular forma de entrevistar es MostoPapi. Se trata de un creador de contenidos que ha entrevistado a atletas desde un particular enfoque ligado a la vida sexual e íntima de los jugadores y figuras. Por otro lado, el trabajo analizará, también, la forma en la cual otros streamers argentinos crearon comunidades de seguidores en base a sus opiniones y análisis postpartido aplicado al fútbol argentino. Se analizará el trabajo de Luquitas Rodríguez, y la forma en la cual este streamer argentino comprende las culturas mediáticas existentes en el periodismo de Twitch. Por otro lado, el presente trabajo también analizará un stream realizado por Dr Igo. Un argentino que produjo un partido entre

reconocidos streamers y lo transmitió en vivo por su canal de Twitch. El evento contó con entrevistas previas y posteriores al partido, así como los comentarios de este.

3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Al momento de abordar el tema, se interpelan algunas cuestiones, las que se intentarán responder durante la elaboración del presente trabajo. Hay una pregunta disparadora que pone en marcha la estructura de la investigación y preguntas específicas para detallar la información recopilada.

3.1.Pregunta general

¿Cómo se construyen las coberturas periodísticas deportivas en los canales de Twitch de los cuatro streamers analizados, entre el 2020 y el 2021?

3.2 Preguntas específicas

P1. ¿Cuál es el enfoque periodístico que los creadores de contenido les dan a los temas relacionados al deporte?

P2. ¿Cómo hacen los creadores de contenido para diferenciarse del periodismo tradicional?

4. OBJETIVOS

El presente trabajo tiene como fin analizar la cobertura periodística que los streamers estudiados les dan a los contenidos relacionados a los deportes tradicionales transmitidos a través de la plataforma digital Twitch, y como esto se puede comprender como una nueva forma de hacer periodismo.

4.1.Objetivo general:

El objetivo general de la presente tesis es analizar la construcción de la cobertura periodística de cuatro creadores de contenidos de la plataforma digital Twitch, entre el 2020 y el 2021. También se resolverán otros objetivos más específicos, que se encuentran dentro del general, para poder hacer un análisis más minucioso.

4.2.Objetivos específicos:

Dentro del objetivo general se podrán encontrar, también, dos objetivos más específicos. En primer lugar, la tesis buscará describir y caracterizar los análisis, debates, predicciones y entrevistas, entendidos como coberturas periodísticas, que cuatro creadores de contenidos llevan adelante en la plataforma Twitch. En segundo lugar, se buscará, también, analizar las diferencias entre el periodismo que los streamers estudiados ejercen en la plataforma, y el periodismo practicado en los medios de comunicación tradicionales, como la televisión o la radio.

5. MARCO TEÓRICO

5.1.Estado del arte

Este trabajo se podrá llevar delante debido a que hay tesis y artículos elaborados previamente que trataron temas relacionados. En España, por ejemplo, más específicamente en la Universidad de Catalunya, el comunicador Marcos Fernández Nagore se encargó de realizar un análisis minucioso sobre la plataforma digital Twitch, y sus aptitudes como medio periodístico. El ensayo, publicado en junio de este año, describe la forma en la cual la extensión de la empresa Amazon Inc. genera nuevas tipologías de consumo informativo destinada a un público joven o adolescente. Un segundo ensayo también realizado en la Universidad de Catalunya ayuda a fortalecer la investigación sobre la cobertura periodística en Twitch. En este caso, la investigadora Marlena Cuenca Aliaga se basó en el estudio de la plataforma como una herramienta que es, en primer lugar, innovadora teniendo en cuenta la práctica periodística y, en segundo lugar, clave para lograr la conexión de un público joven, consumidor de las nuevas tecnologías, y la política.

Un tercer documento se hace presente en las indagaciones preliminares de este trabajo. Siendo las mencionadas previamente dos investigaciones relacionadas a Twitch y el periodismo general y político, Octavio Esteban Pérez, de la Universidad de Sevilla, se encargó de analizar “la influencia de los streamers en el periodismo deportivo televisivo en GOL y Movistar+”. En el trabajo se abordan las situaciones actuales de los medios y periodistas deportivos españoles y la influencia de los creadores de contenidos de la plataforma Twitch por sobre ellos. Esta investigación, así como las dos anteriores, demuestran la eficacia de la viabilidad de realizar una investigación de esta índole.

5.2.Marco Teórico

Como punto de partida, y teniendo en cuenta lo que se ha mencionado anteriormente, es importante destacar que la investigación se inscribirá dentro del Paradigma Interpretativo. Este se

centra en el análisis experimental y subjetivo de la realidad social, en relación con los actores que la construyen en la cotidianeidad. La representación de los creadores de contenidos, en este sentido, se basa completamente en subjetividades. Además, en adición al paradigma en el cual la investigación yace, es importante explicar que se optó por incluir la selección de un enfoque cualitativo a lo largo del desarrollo del análisis para lograr una investigación completa y delimitada.

En primer lugar, para comenzar a abordar el problema de investigación planteado, se recurrirá a diferentes autores que estudian, analizan y explican a la sociedad y su relación con el periodismo. La investigadora de temas relacionados con los medios masivos, Stella Martini (2000), habla de la existencia de un tipo de periodista “multimedático”. Ligado a esto se encuentra, según la autora, la existencia de nuevas formas de construir la información, y las nuevas formas de consumirla.

Un segundo autor se hace presente en la investigación de este trabajo para entender las comunidades analizadas. Omar Rincón (2006) define a las culturas mediáticas como una sensación individual de placer que expresa una sensación de pertenecer a algo y de compartirlo con otros. Se caracterizan por producir rituales que convierten a los medios de comunicación en experiencias cotidianas de ceremonias, celebración y juegos; prometer expresión social a través de prácticas informativas y periodísticas; y abrirse a nuevos modos de tradición moral y cultural.

Una vez abordados los fenómenos sociales y las prácticas periodísticas se procederá al análisis de un segundo fenómeno: las plataformas. Para conocer en profundidad el impacto de estas se analizarán desde el punto de vista de autores que las estudian en profundidad. Geoffrey Parker, Marshall Van Alstyne y Paul Choudary (2016) definen a las plataformas digitales como fenómenos disruptivos que llegaron para conquistar y transformar las industrias tradicionales. Los autores hacen hincapié en la forma en la cual las plataformas digitales le llevan mucha ventaja a los medios gráficos como el diario y las revistas, e incluso a los medios audiovisuales, como la televisión. La proliferación de nuevas tecnologías de producción permite, además, la aparición de nuevos grupos de productores. Es decir, gracias a las plataformas digitales como las que los autores mencionan y como la que está siendo estudiada en este trabajo, solo se necesita acceso a internet y un dispositivo electrónico para poder cubrir un evento deportivo o analizar partidos junto a una comunidad de personas. Si no existieran las plataformas, el beneficio de analizar partidos frente a una audiencia continuaría siendo de un privilegiado y reducido grupo de personas.

Para poder continuar analizando la cobertura periodística de los creadores de contenido en Twitch es importante remarcar la presencia de esta plataforma en celulares y tablets, en forma de aplicación. El autor argentino, Patricio O’Gorman (2018), se encarga de analizar como las diferentes plataformas digitales o aplicaciones móviles en los smartphones se hacen populares por sobre los medios de comunicación por su simplicidad y movilidad. O’Gorman nota, en las aplicaciones móviles, una característica clave para describir porque la audiencia podría preferir a una plataforma por sobre un medio tradicional: “Un factor en esencial en el éxito de estos servicios es que logran la comodidad que acompaña siempre. En segundo lugar, es su monetización y límite de publicidad digital móvil: una gran parte de publicidad es tomada por poquísimas empresas y una enorme cola de jugadores que, si bien subsisten, no tienen un éxito que permite su innovación y estar en la vanguardia. Por último, el smartphone da lugar a un producto simple, amigable y fundamentalmente útil. Si el usuario no percibe las tres condiciones, lo aprueba y descarta”. (O’Gorman, 2018).

6. MARCO METODOLÓGICO

6.1. Tipo de diseño metodológico

El tipo de diseño que se va a utilizar es el no experimental y, específicamente, el transversal. Se investiga la situación tal cual existe y la relación entre variables sin ser manipuladas, en un único punto del tiempo.

Por otra parte, el tipo de investigación que se va a llevar a cabo es de carácter descriptivo ya que el fin de este trabajo es realizar un análisis acerca de la cobertura periodística que los creadores de contenido brindan a sus comunidades en la plataforma Twitch. Se explicarán propiedades y características para entender el impacto de este fenómeno en los medios tradicionales.

6.2. Muestreo

Para elegir el corpus – las piezas a analizar – de este trabajo, se va a tener un criterio definido en la selección. El muestreo será, entonces, no probabilístico y del tipo intencional o subjetivo por decisión razonada. La investigación, que contará con un enfoque cualitativo, se desarrollará a partir de la técnica de análisis del discurso, una práctica ideal para interpretar, comprender y describir los discursos circulantes plasmados en la plataforma analizada.

Las piezas para analizar en el presente trabajo son las transmisiones que fueron emitidas en vivo por Twitch, grabadas desde la plataforma y resubidas a una segunda plataforma Youtube. Todas

se encuentran en las cuentas oficiales de los streamers analizados: Ibai Llanos, MostoPapi, Luquitas Rodríguez y Dr. Igo.

En primer lugar, se analizará el video titulado “LEO MESSI ME INVITA A SU PRESENTACION EN PARIS – Vlog”, donde el streamer español realiza una cobertura detallada del pase del futbolista Lionel Messi al club París St. Germain. El streamer también realizó una entrevista sin precedentes con el jugador, y se encargó de transmitir todo en vivo por Twitch. Luego, se analizará el video titulado “HABITOS con JAVI MARTINEZ: LO HE HECHO EN SAN MAMES DESPUES DE UN PARTIDO”. En este video, el streamer español, MostoPapi, realiza una entrevista acerca de la vida privada del jugador de Qatar Sports Club de Catar. Se desarrollará, también, un análisis relacionado al video “IRL / ANALISIS DEL RIVER vs. BOCA”, del canal de YouTube del streamer argentino Luquitas Rodríguez, donde el comediante opina, junto con sus espectadores y a modo de debate post partido, sobre el superclásico nacional. Un ultimo video se hace presente en el trabajo para analizar una cobertura periodística completa de un partido de futbol producido y transmitido en el canal del streamer argentino Dr. Igo. El video se titula “PARTIDO de STREAMERS”.

Partiendo de esto, el primer criterio de selección que se va a tener en cuenta es que los videos sean recientes. Se tendrán en cuenta, también, la cantidad de espectadores de cada transmisión. El objetivo es incorporar al análisis coberturas del estilo periodístico que tengan contenidos noticiosos, como una entrevista o un análisis postpartido, pero que, a su vez, sean diferentes. Es decir, se buscarán transmisiones en donde se hable de deporte, pero que este sea abordado de diferentes maneras.

6.3.Técnica de recolección de datos

La manera de recolectar los datos en la presente investigación será mediante la técnica de observación y análisis del discurso debido a que se observaran los videos elegidos en profundidad y se analizara su contenido. Ambas técnicas son pertenecientes del enfoque cualitativo ya que la realidad que se presenta es subjetiva y múltiple. El objetivo es desarrollar la nueva forma de a ver periodismo deportivo en la plataforma digital Twitch y, además, otorgar una profundidad y una riqueza interpretativa.

7. ANÁLISIS

7.1. Periodismo en Twitch: el rol de los periodistas

“Se debe reconocer que actualmente hay nuevas formas de construir la información y nuevas formas de consumirla, y, por lo tanto, series de sentido diferentes”.

Martini Stella, 2000: 16-17

Teniendo en cuenta el desarrollo tecnológico de los últimos años, y a raíz de la pandemia de COVID-19 declarada en marzo del 2020, muchas personas comenzaron a consumir nuevas plataformas de contenidos digitales con el objetivo de encontrar nuevas formas de entretenimiento. Si bien Twitch es popularmente conocida por ser una plataforma dedicada a los deportes electrónicos, la audiencia comenzó a consumir todo tipo de contenidos una vez declarado el confinamiento. Sin embargo, no fue solo la audiencia la que colaboró en el desarrollo de Twitch como una nueva forma de practicar periodismo. “Una de las consecuencias de este fenómeno tecnológico es la monopolización del mercado y de los discursos sobre la sociedad, y la dificultad para la aparición de voces diferentes y la práctica de un periodismo independiente. Y también el surgimiento del periodista "multimediatóico", que reparte su tiempo entre el diario de papel, el digital y la pantalla televisiva, en detrimento de las investigaciones” (Klinenberg: 1999).

La cuarentena declarada en gran parte del mundo sirvió para que estas nuevas voces se potencien a través de una plataforma digital. Los periodistas “multimediatóicos” encontraron en Twitch una manera de comunicar, crear una comunidad propia y, al mismo tiempo, personalizar la manera en la que brindan contenidos periodísticos. Ibai Llanos, que cuenta con más de 10 millones de seguidores en la plataforma, encontró la manera de mantener a su audiencia interesada a través de entrevistas periodísticas. En su canal cuenta con una sección llamada “Charlando Tranquilamente”, donde realiza entrevistas distendidas a figuras de primer nivel, que en general son del ámbito deportivo. Además, en un evento sin precedentes, Llanos realizó una cobertura periodística desde el estadio Parque de los Príncipes, donde mostró planos inéditos del evento, minutos antes de realizar una entrevista con el jugador de fútbol, Lionel Messi. Su rol de mostrar el estadio y luego entrevistar a Messi es lo que se conoce en el periodismo tradicional como “notero” o “movilero”. Sin embargo, al ser una plataforma digital el escenario donde el streamer se encuentra compartiendo la noticia, y al ser el mismo el responsable de producir, entretener, comunicar y entrevistar, se puede comprender como un nuevo rol dentro del periodismo. Una nueva forma de practicarlo. En Twitch no existen los “noteros”. Cada creador de contenido se

encarga de hacer la mayor cantidad de papeles para entretener a su audiencia, que es la que elige verlos y consumir sus contenidos.

“La desaparición de figuras profesionales tradicionales, la aparición de perfiles polivalentes, el desarrollo de nuevas rutinas productivas y la entrada prepotente de las tecnologías dentro de las redacciones son solo algunos elementos que marcan el nuevo paisaje profesional”

Scolari Carlos, 2008: 102

En su video titulado “Leo Messi me invita a su presentación en París – Vlog”, se puede ver el sello humorístico del streamer español en su forma de encarar la entrevista. Llanos no pregunta por el fútbol o las polémicas que generó el fichaje de Messi al club francés tras haber jugado una década en el Fútbol Club Barcelona, sino que intenta mantenerse simpático hablando de lo que tienen puesto, del clima o de otros temas poco serios. Tanto Ibai Llanos, como muchos otros streamers, encontraron en Twitch una nueva forma de hacer periodismo enfocándose un poco más en el entretenimiento, y un poco menos en la información. “La consigna es posicionarse con ventaja en el mercado, por lo cual la función de informar queda subordinada, ya que el entretenimiento es lo que más vende” (Ford, 1999).

Un segundo streamer se hace notar en Twitch, al igual que Ibai Llanos, por su particular forma de entrevistar a sus invitados. Se trata de MostoPapi, un creador de contenidos español que se dedica a realizar entrevistas semanales o mensuales en Twitch. MostoPapi tiene una sección llamada “Hábitos”, donde invita a actores y actrices, creadores de contenido, cantantes y deportistas o atletas. La particularidad de las entrevistas de MostoPapi yace en la temática. Las preguntas realizadas en las transmisiones de este canal son abordadas desde un enfoque ligado a la sexualidad y los hábitos de la gente en la vida íntima. En su video “HABITOS con JAVI MARTÍNEZ: “LO HE HECHO EN SAN MAMES DESPUES DE UN PARTIDO”, MostoPapi muestra un lado desconocido del jugador de fútbol, Javier Martínez Aginaga. No solo resulta original el enfoque del streamer, sino que además de hacer el típico formato de entrevista consistente en preguntas al entrevistado y luego respuestas ampliamente desarrolladas, MostoPapi se encarga de realizar juegos personalizados para cada invitado de su canal. En la transmisión del streamer con el jugador Javi Martínez, MostoPapi pide a su entrevistado que describa en una palabra como cree que son sus compañeros de equipo en la intimidad, generando un ida y vuelta simpático donde ambos ríen sin parar. Además, hacia el final de la entrevista, MostoPapi realiza preguntas bajo el formato “ping pong”, donde el jugador debe responder con una palabra u oración

únicamente. Todos los recursos utilizados por MostoPapi en las entrevistas, además del original enfoque que le da a las mismas, pueden comprenderse como una nueva forma de producir y comunicar contenidos.

En este sentido, tanto la plataforma, como las transmisiones de Ibai Llanos y MostoPapi, invitan a la audiencia a consumir un nuevo tipo de contenido periodístico. Es un nuevo periodismo que se enfoca más en la era digital. Desde la perspectiva del periodismo digital, Joseph María Casaús (2005) se encarga de enumerar las cuatro características del periodismo tradicional: Continuidad, Integralidad, Transtemporalidad e Interactividad. A estas añade otras dos que son nuevas y específicas del Periodismo Digital, como son la Versatilidad y la Multiplicidad. “Estas características definitorias consolidan la autonomía conceptual del Periodismo Digital respecto al Periodismo Impreso, pero también respecto a la Radio y a la Televisión” (Casaús: 2005). Tanto la Continuidad de los contenidos, como la Integralidad de la información tradicional y la digitalizada, la Transtemporalidad o actualidad, y la Interactividad en el plano digital, sumadas a la Versatilidad y la Multiplicidad, son todas cualidades de las transmisiones analizadas dentro de la plataforma digital Twitch. Streamers como Ibai Llanos o MostoPapi reúnen todas estas características en sus canales, brindando contenidos periodísticos originales que permiten mantener a su público interesado. El éxito de estos creadores de contenido, así como el éxito de la plataforma como medio de comunicación, resulta novedoso. Esta novedad no se da únicamente por las figuras a las que los streamers analizados deciden entrevistar, sino que se da por la originalidad y constancia del proceso de producción, puesta en escena y comunicación de los contenidos que brindan al público.

7.2.Periodismo en Twitch: el rol de los dispositivos

“En la actualidad, los servicios complejos de offline y lentos no están dentro del parámetro de los más jóvenes ya que son demandantes de lo táctil, rápido, multiplataforma y ubicuos”.

O’Gorgman, Patricio, 2018: 159

En la actualidad se pueden ver teléfonos móviles, tablets o computadoras en todos los ámbitos de trabajo. Dentro del periodismo, incluso, los grandes medios de comunicación los utilizan en vivo de manera constante. En la televisión, por ejemplo, ya no se esconden. Los canales de noticias muestran computadoras apoyadas en los escritorios de las duplas que conducen los programas más importantes. Algunos periodistas, incluso, mantienen los celulares en sus manos mientras

comunican las noticias en vivo. Resulta lógico pensar que uno de los ámbitos que más necesita de los dispositivos móviles sea el periodismo. Es que es necesaria la velocidad característica de los dispositivos para confirmar una primicia, o la rapidez de la tactilidad a la hora de enviar información o sacar fotografías. “El trabajo periodístico se desarrolla en tiempo real. Su objeto, la construcción de la información de interés público, responde idealmente a la agenda de veinticuatro horas, que se relaciona con la agenda diaria de las actividades de la sociedad y permite la definición de la noticia como relato de lo que sucedió” (Martini: 2000).

A diferencia de los canales de televisión tradicionales, que aún utilizan estudios de televisión llenos de grandes cámaras y micrófonos, en las plataformas digitales, más específicamente Twitch, los streamers hacen uso de la funcionalidad de los dispositivos móviles para comunicar noticias en tiempo real. En uno de los casos analizado previamente, Ibai Llanos se encargó de realizar la cobertura del pase futbolístico de Lionel Messi al club París St. Germain con su propio celular. En el evento, fue la única persona en el sector de prensa que se encontraba transmitiendo en vivo desde su propio smartphone ya que todo el resto de los periodistas presentes se encontraban con micrófono de mano y camarógrafo.



El Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas de la Universidad de Palermo, Sebastian Esteche, se encargó de recopilar toda la información necesaria para poder realizar una transmisión en vivo por Twitch desde un lugar público. Un video de baja calidad (240p o 320p por segundo) consume alrededor de 300 MB de datos por hora. En definición de imagen simple (480p), los datos consumidos son 700 MB. La calidad de video más alta varía según la conexión existente al momento de transmitir en vivo desde Twitch. El rango de calidad puede ser entre 770pps hasta 2k. A grandes rasgos, teniendo en cuenta una calidad alta ideal para transmitir desde lugares públicos, se puede estimar que la aplicación consumiría 900 MB por hora a 720p. No resultan ser datos inaccesibles. Las empresas de telefonía móvil de España (Movistar, Vodafone, Orange, Yoigo y República Móvil), así como las de Argentina (Movistar, Claro y Personal) cuentan con paquetes de telefonía con las cantidades de GB necesarias para poder transmitir en vivo por Twitch. Es importante remarcar que estos valores son necesarios siempre y cuando no haya WiFi disponible ya que, con WiFi, transmitir por Twitch es gratuito. “Los smartphones logran una amplia diferencia por sobre los demás dispositivos por ser móviles, multiplataforma y personalizables.” (O’Gorgman: 2018).

Un segundo caso se hace presente a la hora de analizar la funcionalidad de los dispositivos digitales para cubrir de manera periodística un evento deportivo. Se trata del canal de Dr. Igo. En agosto del 2021, dos equipos de fútbol de cinco jugadores cada uno, integrados únicamente por streamers organizaron un partido de fútbol para entretener a las diferentes audiencias que los consumen cada día. Fue el canal de Dr. Igo el que se encargó de realizar una transmisión en vivo para mostrar el minuto a minuto del partido de streamers. La cobertura contó con varios “mano a mano” con los diferentes jugadores en la previa del partido, planos de la entrada en calor de los jugadores, comentarios durante el partido, así como entrevistas individuales y grupales de los jugadores tras el evento. La transmisión en vivo no contó con cámaras profesionales o micrófonos, sino que fue realizada en su totalidad con el smartphone del creador de contenidos Dr. Igo.



Este evento, así como su transmisión, se traduce como una completa cobertura periodística. La particularidad, y lo que diferencia a este contenido periodístico de los tradicionales, es que fue filmado en su totalidad por una persona con un dispositivo móvil. Dr. Igo, que fue quien llevó adelante la transmisión en este caso, también fue parte del partido de fútbol de streamers. El joven comenzó la transmisión en vivo, dejó su smartphone en manos de un compañero, jugó el partido y luego volvió a tomar el control del dispositivo. Es decir que, al ser una transmisión en vivo a través de un aparato móvil, el streamer pudo dejar el contenido a cargo de otra persona sin necesidad de tener o no experiencia necesaria para filmar, ya que solo se necesitaba que enfocara a la cancha de fútbol. En otros medios más tradicionales, como lo es la televisión, esto no podría suceder nunca. En la industria de la televisión, cuando realizan una transmisión desde una cancha de fútbol, o cualquier cobertura en exteriores, aún se transmite en vivo desde una gran cámara y con sonido proveniente de un micrófono de mano o micrófono corbatero. Además, existe un puesto de trabajo designado a esto, que es el del camarógrafo. Esto hace que sea más complicado delegar el lugar de la cámara a otra persona, a pesar de que en la transmisión de Dr. Igo se puede ver la practicidad del hecho. Rincón (2014) escribe sobre un divorcio entre el periodismo tradicional y los periodistas. Sugiere que la presencia de internet y de las plataformas digitales

tiene como consecuencia este divorcio. “Y los buenos periodistas deben buscar otras vidas en internet o escribiendo libros o dictando clases en las universidades o creando redes u ONGs para sobrevivir con calidad y dignidad” (Rincón, 2014).

7.3.El éxito de Twitch: ¿Por qué la gente lo elige para informarse?

“Las culturas mediáticas producen una sensación individual de placer, un procedimiento colectivo, que expresa una sensación de pertenecer a algo y de compartirlo con otros. He ahí su valor: nos hace miembros de la misma comunidad de referentes colectivos”

Rincón Omar, 2006: 17

La comunicación origina culturas mediáticas, y las culturas mediáticas crean un sentido de identificación. Estas culturas mediáticas no refieren a lo popular, ni a lo culto, y tampoco a lo ilustrado, o a lo espiritual eterno. “Sólo expresan y reflejan el gusto medio, el más común de todos. Las culturas mediáticas son y responden a lo más común, a lo que más junta, a lo que más se identifica con la clase media” (Martín-Barbero, 2002). En la actualidad, las plataformas digitales son lo que más junta, con lo que más nos podemos identificar.

Si bien Omar Rincón (2006) se enfoca a la televisión, la radio o incluso, de a momentos, en la gráfica para explicar el fenómeno de las culturas mediáticas, el concepto se puede aplicar perfectamente a la plataforma digital Twitch para explicar el éxito de esta y el motivo por el cual la gente la elige por sobre otros medios de comunicación periodística. Twitch crea culturas mediáticas, que a su vez originan un sentido de pertenencia a una comunidad. Rincón explica que existen tres características de estas culturas. En primer lugar, la producción de rituales que convierten a los medios de comunicación en experiencias cotidianas de ceremonia, celebración y juego. Resulta evidente que esta característica sea aplicada en los medios de comunicación masiva, como la televisión o la radio. Sin embargo, las experiencias cotidianas de ceremonia y celebración se pueden aplicar a casi todas las transmisiones en vivo de la plataforma Twitch. En Argentina, el creador de contenido Luquitas Rodríguez se ha armado de una comunidad de más de 300.000 seguidores. El streamer realiza transmisiones diarias, siempre alrededor de las 19.00 y las 20.00 horas. Este factor rutinario de transmitir en vivo todos los días en un mismo horario crea en la comunidad un sentimiento ceremonioso. Además, Rodríguez también hace transmisiones más esporádicas en fechas especiales. Estas ocasiones pueden variar, pero suelen depender de algunos partidos de fútbol importantes o definitorios que se lleven a cabo en

Argentina. En el presente trabajo se analizó el video “IRL / Análisis del River vs. Boca”. En este caso, la transmisión se llevó a cabo en los horarios habituales en los que el creador de contenidos sale en vivo por la plataforma. El stream comenzó una vez terminado el partido clásico entre el Club Atlético Boca Juniors y el Club Atlético River Plate, alrededor de las 21.00 horas. Apenas comienza la transmisión, de hecho, se escucha a Luquitas Rodríguez decir que incluso antes de iniciar el video en vivo ya había 1.500 personas en la audiencia, esperando por el streamer para escuchar lo que este tenía para decir sobre el partido. Una vez que Rodríguez hace su aparición, el chat en vivo con el que el streamer puede interactuar para darle voz a la audiencia se revolucionó. La gente comenzó a manifestar exaltación a través de mayúsculas y emoticones. Teniendo en cuenta lo que explica Rincón (2006) con respecto a la primera característica de las culturas mediáticas, podemos entender que Twitch, a pesar de ser una plataforma de transmisiones en vivo autogestionadas por los propios creadores de contenido, sí cuenta con esa cualidad rutinaria que se puede ver a la hora de presenciar a un streamer creando contenido en vivo. No solo resulta ser una ceremonia para la audiencia, que los espera con ansias incluso antes de que comience la transmisión, sino que también se da el festejo y la celebración de ver que un streamer popular efectivamente está en transmitiendo en vivo por Twitch.

En segundo lugar, el autor se refiere a una promesa de expresión social a través de las prácticas informativas de periodismo, pero también a las prácticas de compañía y ambiente, como lo hace la radio con sus oyentes. Estas prácticas pueden aplicarse, también, a los streamers de Twitch. En el caso de Luquitas Rodríguez, su audiencia consume sus streams por su cómica personalidad, pero también por sus habilidades periodísticas analíticas a la hora de ver partidos de fútbol. En el video “IRL / Análisis del River vs. Boca”, Rodríguez cuenta cómo fue el partido clásico entre River Plate y Boca Juniors, y da su opinión objetiva con respecto al rendimiento de ambos clubes. El género periodístico que practica Luquitas Rodríguez en sus análisis es de opinión. Este es amplio y se resume en la existencia de editoriales, críticas, reseñas y análisis. “El periodista necesita material informativo, parte de la actualidad y su intención es establecer puntos de vista inéditos” (Rincón, 2006). En el caso de Luquitas Rodríguez, el material informativo es el partido de fútbol, y su análisis post partido resulta el punto de vista inédito. Además, en el video analizado se puede ver que, a pesar de ser un contenido audiovisual, no es necesario ver cada momento de la transmisión para poder entenderla o disfrutarla. Al ser un análisis objetivo, el comunicador se basa en palabras, por lo que también acompaña a aquellos miembros de la audiencia que no estén viendo cada minuto del video en vivo.

En tercer y último lugar, el autor hace hincapié en la puesta en escena. Se basa, prácticamente, en la importancia de mostrar los nuevos gustos y sensibilidades. Es decir, en los nuevos paradigmas.

“Las culturas mediáticas se caracterizan por poner en escena el significado como lucha entre los horizontes de la tradición moral y cultural y los nuevos gustos y las nuevas sensibilidades del sentido, como lo son los jóvenes, las mujeres, lo étnico y la opción sexual”

Rincón Omar, 2006: 18

En este caso, Twitch se podría definir como un nuevo paradigma en sí mismo. “La plataforma es un concepto sencillo pero transformador que está cambiando radicalmente los negocios, la economía y la sociedad en general” (Parker, Geoffrey; Van Alostene, Marshall; Choudary, Sangeet Paul, 2016). La puesta en escena de Twitch se puede describir como un abanico de diversidades. En esta plataforma digital, cualquiera que acepte los términos y condiciones de uso puede crear contenido. Existe un sinnúmero de streamers en Twitch, y la mayoría entran en la categoría de jóvenes adultos. Según TwitchTracker, sitio que se encarga de recopilar información de usuarios y streamers en la plataforma Twitch, el 41% de los usuarios registrados en 2021 tienen entre 16 y 24 años. Seguidos por un segundo grupo de jóvenes, otro 32% de los usuarios tiene entre 25 y 34 años. Además, teniendo en cuenta que la plataforma es reconocida por transmitir deportes de distintos indoles, y esta es una disciplina predominada por hombres, TwitchTracker registró que durante el 2021 hubo un 35% de mujeres asentadas en Twitch, entre creadoras de contenido digital y espectadoras de la plataforma. Si bien aún no hay estadísticas específicas sobre las distintas comunidades existentes en Twitch, la diversidad es un tema al que la plataforma le da mucha importancia. En mayo del 2021, la cuenta oficial de Twitter de Twitch lanzó un comunicado explicando que decidieron incluir etiquetas relacionadas a los distintos tipos de géneros, orientaciones sexuales, razas y nacionalidades, entre otras. Las etiquetas se pueden ver debajo del perfil de cada streamer y sirven para que los creadores de contenido puedan aplicarlas en sus transmisiones y comunicar a los espectadores de que se trata el stream. “Nos esforzamos constantemente por ser un lugar de trabajo más inclusivo para todos: cualquiera puede incorporarse, contribuir, crecer y prosperar”, explican en su página oficial.



De esta manera, se puede ver la presencia latente de las culturas mediáticas existentes en la plataforma Twitch. Cada streamer crea su propia comunidad, su propia audiencia. De manera directa o indirecta se encargan, los creadores de contenidos, de trabajar día a día para que sus espectadores se mantengan conectados a sus transmisiones mediante el juego, la información y la inclusión.

7.4. La llegada de las cadenas televisivas deportivas a Twitch.

“Las plataformas se están comiendo el mundo. La disrupción que están impulsando está llegando a todos los negocios, una industria a la vez. Y lo más probable es que alcance a todas las industrias relacionadas a la información en algún momento”

Parker, Geoffrey; Van Alostene, Marshall; Choudary, Sangeet Paul, 2016: 78

Hasta hace algunos años, la industria periodística dependía de los medios de comunicación masiva: televisión, radio, gráfica y redes sociales, aunque la última en menor medida. Sin embargo, en la actualidad, y especialmente tras la pandemia de COVID-19 declarada en marzo del 2020, el periodismo ha avanzado a incontables plataformas, dejando un poco de lado a los

medios tradicionales como la gráfica, la televisión o la radio. “Cuando la web se impuso, el desarrollo de los medios sociales fomentó la ‘cultura participativa’, en donde el potencial del Internet se alimenta de las conexiones, construir comunidades y fomentar la democracia. Varias plataformas hicieron suyo ese espíritu al comenzar a hacer de la red un medio ‘más social’” (Van Dijck, 2016). Hoy en día se pueden ver usuarios generando primicias, notas o entrevistas en Twitter, Youtube, Tik Tok, Snapchat, entre otras. En el caso de Twitch, las grandes industrias de televisión deportiva se han comenzado a fijar en la plataforma y han encontrado en ella un nuevo modelo de negocios y una nueva forma de mantenerse trascendentes en la era digital. “Cuanto más pobre es un sector, más necesidades comunicacionales tiene y más habilidades trata de desarrollar” (Fernández, 2018).

El canal deportivo, GolTV, se posicionó como uno de los primeros en comenzar a producir contenidos periodísticos en Twitch. Dentro de sus contenidos más populares se encuentran las transmisiones en vivo de los comentaristas durante los partidos que dan en televisión abierta cada fin de semana. Además, mantiene a la audiencia sintonizada mediante juegos, sorteos de camisetas de los equipos que estén jugando al momento del partido, entre otras cosas. Al popular canal de deportes lo siguieron otros igual de reconocidos: DeportesCuatro, TyC Sports o FoxSports. Todos estos cuentan con canales en la plataforma, donde realizan contenidos periodísticos específicos dentro de la misma.

En el caso de TyC Sports se analizará la transmisión en vivo titulada “El ROSCO de la SELECCIÓN ARGENTINA con Juli Polo y Gastón Edu”. En la misma, se puede ver como los conductores se encuentran jugando en vivo a una versión deportiva del Rosco, el famoso juego del programa Pasapalabra.



La dupla intenta adivinar que jugadores de la selección argentina se esconden detrás de cada letra. Además de ser contenido de entretenimiento, resulta informativo ya que se trata de jugadores de toda la historia y no solo de los actuales. Por lo que cada letra revelada involucra una explicación correspondiente. Se puede analizar que la producción realizada por TyC en Twitch es exclusiva para la plataforma. Es decir, el juego que realizan los conductores no se está transmitiendo en otro espacio, sino que es original para Twitch. En la transmisión se puede notar la presencia de periodistas deportivos jóvenes, lo que se puede leer como una jugada estratégica por parte de TyC ya que, como se mencionó previamente en este trabajo, más de la mitad de la audiencia de Twitch pertenece a los jóvenes adultos. Se puede analizar, también, la forma en la que el canal hace eco de la presencia en Twitch en el resto de las redes sociales, como Twitter o Instagram, donde también predomina la juventud. “Las redes son parte de un sistema mediático más abarcador e híbrido, donde las lógicas de los medios tradicionales se chocan y entrelazan con aquellas de los nuevos medios” (Boczowski, Pablo; Matassi, Mora, 2020).



Teniendo en cuenta la presencia de los canales televisivos más tradicionales en Twitch, se puede entender que el periodismo deportivo considera a la plataforma como una alternativa dentro de la industria periodística actual. La industria de la televisión y la radio ha notado que algunas de las transmisiones de Twitch tienen incluso más audiencia que varios de los programas de los canales deportivos más grandes. Y su presencia en la misma da a entender que incluso hasta los medios de comunicación más grandes buscan, al igual que los streamers analizados en este trabajo, una nueva forma de hacer periodismo en Twitch.

8. CONCLUSIÓN

“En los últimos años hemos asistido a un campo radical en el modelo comunicativo. Esta transición no solo ha afectado a los usuarios de Internet, que cada vez participan más en el nuevo entorno comunicativo, sino que los propios periodistas han tenido que incluir en sus rutinas diarias otras herramientas nacidas del desarrollo de la web 2.0”

Herrero Curiel Eva, 2011: 1114

A raíz de la investigación llevada a cabo en el presente trabajo, se puede entender que la plataforma digital Twitch es comprendida, por la audiencia, los creadores de contenido e incluso por la industria periodística, como una nueva forma de ejercer el periodismo.

La existencia de diferentes creadores de contenidos que buscan informar, entretener y opinar sobre noticias relacionadas a los deportes tradicionales, como lo es el fútbol, resulta innegable. La presencia de los periodistas “multimediatícos” (Klinenberg: 1999) permanece latente en la plataforma. Son los encargados de producir, crear, comunicar y vender sus contenidos a la audiencia. Teniendo en cuenta a los streamers analizados, se puede ver la presencia de culturas mediáticas dentro de la plataforma. Estas comunidades son aquellas presentes y necesarias a la hora de ejercer el periodismo. Las culturas mediáticas son aquellas que se mantienen firmes en los debates post partido de los streamers, o en las coberturas periodísticas, eventos realizados y entrevistas.

La plataforma, con la que se puede transmitir desde cualquier lugar del mundo, resulta ser un ecosistema de contenidos diversos y originales, que le da libertad a los streamers de producir y crear los contenidos periodísticos que crean mejores para sus espectadores. “La disrupción que están impulsando está llegando a todos los negocios, una industria a la vez. Y lo más probable es que alcance a todas las industrias relacionadas a la información en algún momento” (Parker, Geoffrey; Van Alstyne, Marshall; Choudary, Sangeet Paul, 2016).

En este caso, los creadores de contenido están literalmente a un click de llevar a cabo una cobertura periodística completa. Algo que los medios tradicionales, como la televisión, aún están

lejos de conseguir. Al transmitir en vivo por Twitch solo se necesita una cámara y un micrófono, como los que tiene cualquier smartphone. Para producir y montar en vivo una cobertura para un canal de televisión, aún en la actualidad, resulta ser más tedioso y menos práctico si se tiene en cuenta el traslado de la cámara, micrófono, luces y el personal de trabajo necesario para llevar a cabo la nota, la cuestión técnica y la producción.

La practicidad es característica de los dispositivos por donde se puede transmitir en vivo a través de Twitch. Esto, sumado al hecho de que la mayor cantidad de usuarios pertenecen a un público joven, obliga, de a poco, a las grandes cadenas televisivas a producir y transmitir contenidos en vivo por Twitch. GolTV, DeportesCuatro, TyC Sports o FoxSports son tan solo algunos de los canales que ya se encuentran activos en la plataforma. “El desarrollo de nuevas rutinas productivas y la entrada prepotente de las tecnologías dentro de las redacciones son solo algunos elementos que marcan el nuevo paisaje profesional” (Scolari, 2008).

De esta manera, se puede ver como Twitch resulta ser una nueva forma de practicar el periodismo. Se trata de una práctica nueva, poco tradicional, donde predomina un poco más el entretenimiento y un poco menos la información. Sin embargo, esta nueva forma de ejercer la práctica periodística resulta interesante y atractiva para los jóvenes, que consumen Twitch, así como para las grandes empresas de periodismo tradicional, que buscan en Twitch la forma de mantenerse relevantes ante la amenaza de las disruptivas plataformas digitales en el ámbito de la comunicación.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Cuenca Aliaga, Marlena (2021), “*Uso de Twitch en la información y comunicación política*”. Universidad de Catalunya, España. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10609/134148>
- Fernandez, José Luis (2018) “*Plataformas mediáticas: elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*”. Buenos Aires, Argentina. Editorial: Crujía.
- Herrero Curiel, E. (2011). “*El Periodismo En El Siglo De Las Redes Sociales*”. Vivat Academia. Recuperado de: [Redalyc.EL PERIODISMO EN EL SIGLO DE LAS REDES SOCIALES](http://redalyc.org/EL_PERIODISMO_EN_EL_SIGLO_DE_LAS_REDES_SOCIALES)
- Irigaray, Fernando (2015), “*Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad*”. Rosario, Argentina. Editorial: UNR Editora.
- Martini, Stella, (2000), “*Periodismo, noticia y noticiabilidad*”, Buenos Aires, Argentina. Editorial: Norma.
- Nagore, Marcos Fernández (2021), “*Twitch, ¿una nueva forma de informar? Definición de las causas del éxito de la plataforma de Amazon y análisis de su aptitud como medio periodístico*”. Universidad de Catalunya, España. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10609/134396>
- O’Gorgman, Patricio (2018), “*Silicon Valley vs. Hollywood: cuando las empresas de tecnología y de medios se confunden*”. Buenos Aires, Argentina. Editorial: Autores de Argentina.
- Parker, Geoffrey; Van Alostene, Marshall; Choudary, Sangeet Paul (2016), “*Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*”. Nueva York, Estados Unidos. Editorial: WW Norton Company.
- Pérez, Octavio Esteban (2021), “*La influencia de los streamers en el periodismo deportivo televisivo en GOL y Movistar+*”. Universidad de Sevilla, España. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/11441/126184>
- Rincón, Omar (2014), “*Buenos Periodistas, Malos Medios*”. Revista Nueva Sociedad. Recuperado de: https://static.nuso.org/media/articles/downloads/4006_1.pdf
- Rincón, Omar (2006), “*Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad de entretenimiento*”. Colombia. Editorial: GEDISA.
- Scolari, Carlos (2008), “*Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*”. Barcelona, España. Editorial: GEDISA.
- Van Dijck, José (2016), “*La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*”. Buenos Aires, Argentina. Editorial: Siglo XXI Editores

10. ANEXO

- LEO MESSI ME INVITA A SU PRESENTACION EN PARIS – VLOG:
<https://www.youtube.com/watch?v=ZO75PQleYXo&t=333s>
- HABITOS con JAVI MARTINEZ: LO HICE EN SAN MAMES DESPUES DE UN PARTIDO: <https://www.youtube.com/watch?v=eMTtMMXuEeQ&t=1232s>
- IRL – ANALISIS DEL RIVER VS BOCA:
<https://www.youtube.com/watch?v=9zIyswTXIPA&t=398s>
- PARTIDO de STREAMERS:
<https://www.youtube.com/watch?v=ROJhIznHpl8&t=835s>
- JUGAMOS AL PASAPALABRA DE LA SELECCIÓN ARGENTINA 🏆
¿CUÁNTO SABÉS DE LA HISTORIA DE LA ALBICELESTE?:
<https://www.youtube.com/watch?v=1ungMebdWLY>