

TRABAJO FINAL DE GRADO

Twitch, el futuro del contenido en vivo

Elaboración de un documental interactivo

Victor Valero Garriga
Grado en Medios Audiovisuales

CURSO 2020-21



Centre adscrit a la





Centre adscrit a la



Grado en Medios Audiovisuales

TWITCH, EL FUTURO DEL CONTENIDO EN VIVO

Elaboración de un documental interactivo

Memoria Trabajo Aplicado

VICTOR VALERO GARRIGA

TUTOR/A: MARIA LUNA

Curso 2020-21



Agradecimientos

A mi tutora Maria Luna, por toda la ayuda y consejos.

A mi compañero de trabajo, Ruben Villaonga

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo la elaboración de un documental interactivo centrado en la plataforma de contenido en vivo Twitch.tv. En primer lugar, se realiza un análisis entorno a la plataforma y la narrativa interactiva, se revisan los autores y entidades más relevantes del género interactivo y se investiga sobre los referentes que sirven de inspiración para el proyecto. Seguidamente, se expone una metodología que da como resultado un prototipo de documental donde se revisa la historia de la plataforma y su posible papel en el futuro de los medios de transmisión convencionales.

Resum

El present treball té com a objectiu l'elaboració d'un documental interactiu centrat en la plataforma de contingut en viu Twitch.tv. En primer lloc s'ha realitzat una anàlisi envers la plataforma i la narrativa interactiva, s'han revisat els autors i les entitats més rellevants del gènere interactiu i s'ha investigat sobre els referents que serveixen d'inspiració pel projecte. Seguidament s'exposa una metodologia que dóna com a resultat un prototip de documental on es revisa l'història de la plataforma i el seu possible paper en el futur dels mitjans de transmissió convencionals.

Abstract

The objective of this project is to elaborate an interactive documentary about the live streaming platform Twitch.tv. First, an analysis about the platform and the interactive narrative is carried out, the most relevant authors and entities of this genre are reviewed and the references that inspire this project are investigated. Then, the methodology exposed gives as a result a documentary prototype that reviews the platform's history and his possible future role in today's media.

Índice

Índice de figuras	III
Índice de tablas	V
Glosario de terminología.....	VII
1. Introducción.....	1
1.1 Motivación.....	2
2. Marco Conceptual.....	3
2.1. Twitch.TV.....	3
2.1.1 ¿Cómo se gana dinero en Twitch?.....	5
2.1.2 Twitch, la nueva amenaza para los medios convencionales	8
2.2. El documental interactivo	9
2.2.1 Narrativa interactiva	11
2.3 Industria cultural del documental interactivo.....	12
2.3.1 Documentary Organization of Canada (DOC).....	13
2.3.2 National Film Board of Canada (NFB).....	13
2.3.3 ARTE.....	14
2.3.4 Upian	14
2.3.5 Honkytonk Films.....	15
2.3.6 Submarine Channel	16
2.4 Figuras profesionales que contribuyen al medio interactivo	16
2.4.1 Katerina Cizek.....	16
2.4.2 Alexandre Brachet	17
2.4.3 Florian Talhofer.....	17
3. Análisis de referentes	19
3.1 Do not Track	19
3.2 BackUp - Ciberdelitos	20
3.3 El gran hackeo	21
3.4 The fallen of World War II.....	22
3.5 The American meme	23
3.6 Living the Stream.....	23
4. Objetivos y alcance	25
4.1 Objetivos principales.....	25
4.2 Objetivos secundarios.....	25
4.3 Alcance.....	26

5. Metodología.....	27
5.1 Preproducción	27
5.1.1 Reuniones y consolidación del proyecto.....	27
5.1.2 Documentación e investigación.....	28
5.1.3 Guion	29
5.2 Producción	29
5.2.1 Material de archivo	30
5.2.2 Estética del proyecto.....	30
5.2.3 Edición y grafismos	30
5.3 Postproducción.....	31
5.3.1 Elaboración de los materiales visuales	31
5.3.2 Interactividad	31
6. Análisis de resultados.....	33
6.1 Análisis de la preproducción.....	33
6.2 Resultados de la producción	34
6.3 Resultados de la postproducción.....	37
6.4 Resultados de la pieza final	38
7. Conclusiones.....	39
8. Referencias	41
8.1. Webgrafía	41
8.2 Bibliografía.....	44
8.3 Filmografía	44
9. Estudio de viabilidad.....	47
9.1 Planificación	47
9.2 Análisis de la viabilidad técnica.....	48
9.3 Análisis de la viabilidad económica.....	49
9.4 Aspectos legales.....	51
10. Anexo	53
Anexo I. Escaleta documental interactivo.....	53
Anexo II. Guion documental interactivo	54

Índice de figuras

Fig. 2.1. Aumento de usuarios en Twitch.....	3
Fig. 2.2. Usuarios los primeros días de 2021.....	4
Fig. 2.3 Aumento de Twitch Partners.....	5
Fig. 2.4. Emoticonos de Bits.....	7
Fig. 3.1. Fotogramas extraídos de <i>Do not Track</i>	20
Fig. 3.2. Recursos <i>Back Up: Ciberdelitos</i>	21
Fig. 3.3 Fotogramas extraídos de <i>El gran Hackeo</i>	21
Fig. 3.4. Infografías extraídas de <i>The Fallen of World War II</i>	22
Fig. 6.1. Imágenes interfaz de Twitch y del documental	35
Fig. 6.2. Imágenes del videojuego de Pokémon Rojo y del documental	35
Fig. 6.3. Paleta de colores del documental	36
Fig. 6.4. Tipografía Roobert de Twitch y del documental	36
Fig. 6.5. Imágenes menú <i>Do not Track</i> y del documental	36
Fig. 6.6 Elementos gráficos creados para el documental	37
Fig. 6.7. Mapa documental interactivo	37
Fig 9.1 Diagrama de Gantt	47
Fig 9.2 Diagrama de Gantt modificado	48

Índice de tablas

Tabla 2.1. Tipos de suscripción	6
Tabla 2.2. Diferencias entre narrativas.....	12
Tabla 9.1 Recursos técnicos.....	48
Tabla 9.2 Recursos humanos.....	49
Tabla 9.3 Presupuesto recursos técnicos.....	50
Tabla 9.4 Presupuesto recursos humanos.....	50
Tabla 9.5 Presupuesto Total.....	51

Glosario de terminología

Twitch	Plataforma que ofrece un servicio de contenido en vivo, propiedad de Amazon
Streamer	Persona que produce contenido en directo para una plataforma de videos
Gamer	Persona que juega a videojuegos de manera habitual y le dedica mucho tiempo
Livestreaming	Contenido transmitido en directo o en vivo
Viewers	Persona que actúa como espectador durante una retransmisión
Twitch Partners	Personas que crean contenido en la plataforma de Twitch y reciben una compensación económica

1. Introducción

Este TFG aplicado se centra en la producción del guion y el prototipo para el documental interactivo (*Twitch, el futuro del contenido en vivo*) sobre la plataforma Twitch.tv, su crecimiento y como se ha consolidado como una de las mayores plataformas de contenido en directo del mundo. Es un trabajo conjunto, separado en un análisis previo de la plataforma realizado por Rubén Villalonga y la elaboración del prototipo documental pertinente al presente trabajo.

El mundo avanza y con ello sus tecnologías, la forma en que se consume el contenido ha variado de manera constante y no va a dejar de hacerlo. La información, el entretenimiento, el contenido en sí, ya no proviene de una sola fuente, el mundo está lleno de ventanas dispuestas a inyectar información en la mente del espectador.

Twitch.tv, es una de esas ventanas. Pero, ¿Qué es Twitch.tv? Es el objeto de estudio principal del presente trabajo. Es una plataforma de contenido en directo online, en sus inicios centrada en videojuegos, pero que ha ido expandiendo su contenido a medida que su alcance ha ido creciendo. Ya no es solo gente jugando, los *streamers* (palabra que se usa para describir a aquellos que crean contenido en esta plataforma) realizan cualquier tipo de actividad; comen, hablan, juegan, salen a correr, visitan ciudades, todo ello en directo, a un solo clic al alcance de cualquiera. Y detrás, un montón de gente que los observa y les apoya.

Twitch se ha convertido en una de las plataformas online más transitadas de los últimos tiempos, llegando a acumular más espectadores, con 2.9 millones, hablando de pico máximo, que canales como la CNN o la ESPN con 1.5 millones (Iqbal, 2020). Su crecimiento ha sido impactante, hasta tal punto que se ha puesto a la par con un coloso como YouTube.

El proyecto que se va a realizar, consta del análisis de dicha evolución y transformación de la plataforma, así como el análisis de su posible rol en un futuro dentro de los medios actuales de transmisión entendida como una nueva televisión. Todo mediante un documental interactivo que ilustrará el trabajo de análisis. Dado que el objeto de estudio es novedoso y no ha sido tan investigado hasta el momento, la cantidad de fuentes académicas disponibles, especialmente en castellano, no es muy abundante.

Teniendo en cuenta que el proyecto es un trabajo conjunto, donde se realizará una parte teórica centrada en un estudio inicial de la plataforma, del cual obtendremos unas conclusiones para realizar la parte práctica, la creación del documental interactivo. Este trabajo esencialmente, se centra en la parte más práctica del proyecto en referente a la producción del documental.

1.1 Motivación

Los dos coautores de dicho trabajo han sido testigos de la evolución que se está produciendo en la tecnología y como el mundo avanza a pasos agigantados. Twitch irrumpió como una de las nuevas formas de consumo de contenido en vivo, y se ha convertido en un elemento habitual en las vidas de todos, el cual creemos, que en un futuro no muy lejano puede ser una de las principales fuentes de producción de contenido.

El trabajo nace de la necesidad de buscar una explicación a la irrupción abismal de dicha plataforma, darle vida y color a ese crecimiento, a la vez que expresar las intuiciones de los autores como usuarios jóvenes de esta plataforma y los planes que se cree, el futuro le tiene deparado. Con este trabajo se quiere producir una obra que explique los inicios de Twitch así como su posible futuro.

Este trabajo de análisis de plataformas digitales es pertinente pues busca aportar al campo de estudios de medios audiovisuales desde donde se hace necesaria una reflexión sobre las más recientes plataformas digitales de video.

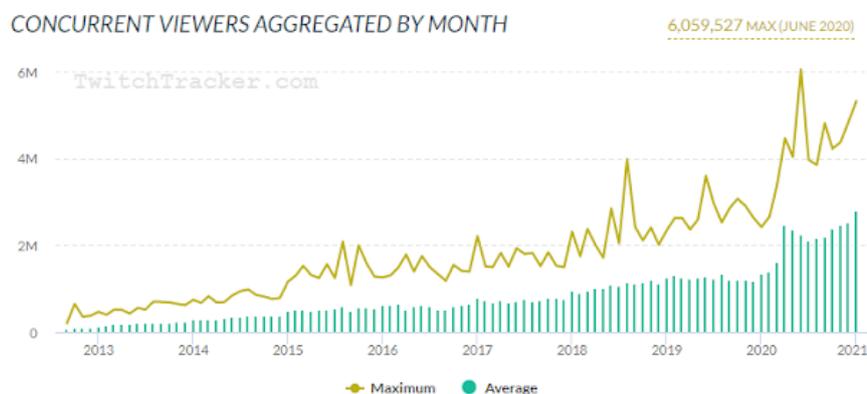
2. Marco Conceptual

2.1. Twitch.TV

En este apartado se definirá la plataforma de Twitch.tv, se explicará su alcance y se revisarán los pasos realizados por la plataforma y empresa para llegar a su actual estado.

Twitch.TV es una plataforma de contenido en directo online, este formato es mundialmente conocido como *livestreaming*, se ha convertido en una de las formas de entretenimiento online más populares de los últimos años. Nick Drabicky director de la agencia de estrategia PMG Worldwide, lo ejemplifica en una entrevista para la CNBC (Geeter, 2019) “Pongamos que la Super Bowl registra unos 150 millones de espectadores, Twitch consigue esos registros [...] los números son escandalosos y solo van a ir hacia arriba”.

Figura 2.1. Aumento de usuarios en Twitch



Fuente: Twitch Tracker (2021)

El crecimiento que se puede apreciar en la figura 2.1 es exponencial, no obstante, los registros de usuarios que visitan la página son cada vez más increíbles, si nos fijamos en los primeros días de 2021 las cifras están cerca del récord de usuarios de la plataforma.

Figura 2.2. Usuarios los primeros 7 días del 2021



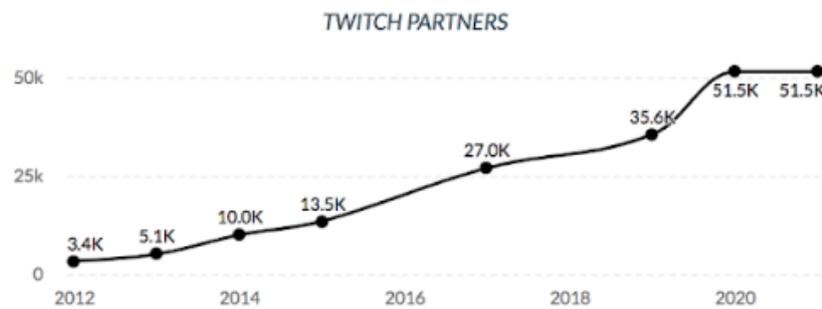
Fuente: Twitch Tracker (2021)

La compañía tuvo sus inicios en 2007 con otro nombre, Justin.TV, dedicada a reproducir en directo la vida de uno de sus creadores, Justin Kan, quien llevaba una gorra con una cámara pegada y registraba en directo todo lo que hacía durante las 24 horas del día. En 2011 los mismos creadores iniciaron Twitch.TV, teniendo como foco principal los videojuegos, durante ese año registraron alrededor de 3,2 millones de usuarios mensuales. En 2012 la plataforma creció a más de 20 millones de usuarios cada mes, y fue en ese entonces cuando los gigantes tecnológicos Amazon y Google intentaron comprarlo. Emmett Shear, CEO de Twitch, explica en una entrevista para la CNBC (Geeter,2019), como desde el principio tenían una meta de un 25% de crecimiento mensual, si después de seis meses no habían llegado a esa cifra acabarían con el proyecto. En agosto de 2014 Amazon adquiere Twitch en un acuerdo de más de 970 millones de dólares. Esa unión supuso un aumento de nivel para la compañía, y una relación en la cual los usuarios de Amazon recibían beneficios también en la plataforma de Twitch. Esta evolucionó, pasó de ser una plataforma centrada exclusivamente en videojuegos, a ofrecer todo tipo de contenido como deportes o eventos, en 2018 Twitch anunció que iba a retransmitir partidos de la National Football League más conocida como NFL. (Geeter, 2019) Como comenta Chris Ball en The Guardian, en una entrevista para Joel Golby (2019) “Twitch empezó solo para videojuegos, pero ahora mismo cubre casi cualquier actividad de nuestras vidas”

En 2018 Twitch se convirtió en la sexta plataforma de contenidos en directo con mayor tráfico de usuarios por detrás de gigantes como Netflix o Amazon Prime. De acuerdo con Geeter (2019), a día de hoy es una de las mayores plataformas de *livestreaming*, con más de 3 millones de creadores de contenido mensuales. 27 mil de ellos son conocidos como *Twitch Partners*, estos creadores de contenido ganan dinero gracias a acuerdos con la plataforma

para poder monetizar sus retransmisiones en directo. No obstante, hay diferentes formas en las que los *streamers* pueden ganar dinero. Los *streamers* con más seguidores dedican su vida a crear videos para la plataforma, y es su fuente principal de ingresos.

Figura 2.3 Aumento de *Twitch Partners*



Fuente: Twitch Tracker (2021)

Cada vez son más los *streamers* que ganan dinero con sus conexiones, como se puede observar en el gráfico anterior, los *Twitch Partners* han crecido de 27 mil a 51 mil en tan solo 2 años. Con este crecimiento exponencial se hace más notoria una de las preguntas más comunes cuando se habla sobre Twitch; ¿Cómo ganan dinero estos creadores de contenido?

2.1.1 ¿Cómo se gana dinero en Twitch?

Para poder entender cómo ganan dinero las personas que crean contenido en Twitch es necesario saber que un *streamer* debe convertirse primero en Afiliado o *Twitch Partner* para poder obtener beneficios económicos de la plataforma. Los Afiliados son *streamers* que al igual que los *Twitch Partners* obtienen beneficios de la plataforma, no obstante, cada posición requiere unos requisitos establecidos por la plataforma (cierto número de seguidores, horas de transmisión, suscripciones...). Como explica Taylor (2018) en su libro sobre la plataforma, para poder acceder a los beneficios de un *Partner* debes primero realizar tu trabajo como Afiliado para posteriormente ser promovido si la plataforma cree que tu compromiso es el adecuado. Una vez promovido a *Partner* obtienes una vinculación especial con Twitch que te aporta ciertas ventajas en cuanto a visibilidad y reconocimiento dentro de la plataforma, cuanto más reconocimiento, más espectadores y más dinero generado.

A continuación, se analizarán las diferentes formas en que los Afiliados y *Twitch Partners* reciben beneficios económicos

- **Suscripciones y donaciones**

Las suscripciones y donaciones son dos de las principales formas de ganancia monetaria para los *streamers*.

Tabla 2.1. Tipos de suscripción

Suscripción (sub)	La suscripción permite al usuario, pagando un mínimo de 4,99\$ al mes, apoyar a un <i>streamer</i> . La suscripción permite al usuario recibir beneficios que cada <i>streamer</i> defina y poder participar en el chat utilizando emoticonos. Hay diferentes niveles de suscripción desde 4,99\$ a 24,99\$. Los beneficios obtenidos por el usuario dependen del nivel de la suscripción.
Suscripción regalada	Twitch permite regalar suscripciones a otros usuarios, los beneficios son los mismos que una estándar.
Prime Gaming	<i>Prime Gaming</i> viene incluido con Amazon Prime, e incluye diferentes ventajas para el usuario. Proporciona una suscripción estándar a cualquier <i>Twitch Partner</i> de elección libre que puede ser renovada cada mes.

Fuente: Twitch Creator Camp (2021)

Muchos de los *streamers* han convertido el acto de la suscripción/donación en un juego, como nos explica Jhonson (2019) en su artículo sobre la economía de Twitch, los *streamers* han convertido el hecho de recibir dinero de los usuarios en un momento de relación entre usuario-creador, algunos hacen aparecer en pantalla el nombre del usuario donante, otros lo convierten en un juego creando listas como ‘*Top Donator*’ o ‘*Ultimo suscriptor*’, usan diferentes estrategias para conseguir que el usuario quiera suscribirse o donar su dinero. En ciertas ocasiones el *streamer* puede decidir que el chat del directo sea exclusivo para suscriptores, lo que añade otra estrategia a las mencionadas anteriormente.

No obstante, a diferencia de las donaciones donde los *streamers* se quedan con todo el beneficio, las suscripciones funcionan diferente. Aunque los usuarios paguen el mínimo (4,99\$) por suscripción, no todos los beneficios son para el *streamer*, Twitch se lleva el 50% de esos beneficios (Taylor, 2018). Algunos de los creadores de contenido más importantes pueden llegar a tener acuerdos con la plataforma donde consiguen el 70% del beneficio por suscripción, situación poco común.

- **Bits**

Atendiendo a la descripción de Clyde (2019) en su estudio sobre la cultura económica de la plataforma, los Bits “Son la moneda interna de Twitch”, agradecimientos virtuales que permiten mostrar la fidelidad del usuario a un *streamer*. El usuario recibe una recompensa como emoticonos animados en el chat que lo destacan entre los otros usuarios, o ventajas en ciertos eventos especiales de la plataforma, además de permitir al comprador de estos participar en el chat exclusivo para suscriptores.

Figura 2.4. Emoticonos de Bits



Fuente: Twitch Costumer Support (2021)

Los bits pueden ser comprados tanto vía Amazon como PayPal y es uno de los recursos que ha implementado Twitch para permitir a cualquier usuario mostrar su agradecimiento a los creadores de contenido.

- **Anuncios**

En este apartado encontramos los anuncios, como la misma plataforma en Twitch Costummer Support (2021) explica, los anuncios son para esos usuarios que no pueden permitirse apoyar a su *streamer* favorito con otros métodos. No suponen ningún gasto para el espectador y permiten al creador de contenido obtener beneficios a cambio de retransmitir un anuncio

durante su directo en el momento que crean oportuno. Los *streamers* no tienen ninguna obligación de usar esta herramienta, pero es otra forma de monetizar el trabajo que realizan.

Los beneficios por anuncio varían dependiendo de la cantidad de espectadores y de anuncios que cada *streamer* decida transmitir. En un estudio sobre los directos en la plataforma, Hamilton (2014) confirma que los beneficios de un anuncio varían de 2 a 5 dólares por cada 1000 visualizaciones.

- **Acuerdos con marcas/*merchandising***

Finalmente se encuentran los acuerdos con marcas y el *merchandising*. Este apartado como se especifica en el Twitch Costumner Support (2021) es totalmente a voluntad del *streamer*. Los creadores pueden cerrar acuerdos con marcas para promocionar cualquier contenido en sus directos y recibir una compensación económica. El *merchandising* por otro lado corre completamente a cargo del *streamer*, él mismo debe encargarse de elaborarlo y distribuirlo. Twitch aporta total libertad en estos dos apartados, siempre y cuando no se infrinjan las leyes de conducta de la plataforma.

2.1.2 Twitch, la nueva amenaza para los medios convencionales

El siguiente apartado es una pinzellada sobre la posición de Twitch en el ecosistema de medios convencionales.

Twitch se está convirtiendo en un fenómeno de masas, cada vez los medios tradicionales se ven más perjudicados por los avances del *streaming* en línea. Como afirma Taylor (2018) en su libro sobre la plataforma y sus avances “Creo que las retransmisiones tradicionales de la televisión van a ir desapareciendo lentamente, y con el tiempo, el *streaming* en línea va a convertirse en el futuro” (p.141). La misma autora sostiene que ya no es necesario que un acontecimiento pase por la televisión para ser legitimado, el *livestreaming* ha alcanzado unos niveles enormes como industria que le permiten llegar a tanta o más gente como la televisión. Twitch a diferencia de la televisión permite a la gente interactuar con ese acontecimiento y no solo quedarse en el sofá observando los sucesos, la audiencia se siente partícipe y funciona como herramienta para atraer nuevos espectadores.

Los tiempos están cambiando y la forma en que se consume el contenido también lo hace. Como Taylor (2018) sostiene, el contenido de Twitch es creado por individuos y a diferencia de la televisión no es un contenido filtrado por las estructuras de los medios de comunicación, el *livestreaming* ha ofrecido una vía de escape de los formatos tradicionales.

La plataforma era conocida por su relación con los videojuegos y gente transmitiendo sus partidas, no obstante, el contenido no relacionado con estos se está haciendo cada vez más popular en Twitch. (Spilker, S, 2020) La misma plataforma está tomando decisiones relacionadas con dicho incremento para crear una mayor diversidad en el contenido que ofrece. Esto coloca a Twitch en una dimensión totalmente diferente y abre puertas a usuarios con aficiones no relacionadas con los videojuegos. La industria del medio se está desplazando a internet y Twitch ha encontrado un formato donde los usuarios son más que meros espectadores, tienen su función, tienen poder sobre el contenido que consumen y eso lo convierte en un contenido apetecible. Como explica Spilker (2020) en su libro referente a las nuevas ideas entorno al formato de visualización de contenido, Twitch podría convertirse en el principal gigante encargado de transmitir el contenido en directo a todo el mundo.

2.2. El documental interactivo

El documental interactivo es un formato relativamente novedoso en relación a las plataformas audiovisuales, y un campo aún por explorar en profundidad. No hay un consenso en cuanto a la definición sobre el documental web o interactivo, no obstante, algunos han intentado dar una aproximación de lo que podría ser.

Autores como Aston y Gaudenzi (2012) defienden que cualquier proyecto que quiere documentar lo real y utiliza tecnología interactiva digital puede considerarse como documental interactivo. Otra propuesta sería la de Arnau Gifreu (2010), que lo define provisionalmente como aplicaciones interactivas con la intención de representar la realidad mediante herramientas de navegación e interacción. Lo que está claro, es que el documental interactivo crea sus bases a partir del documental clásico en sí, junto a la irrupción de internet.

Rosique (2015) explica que a partir de la década de los 90, el documental llegaría a una saturación de contenidos y formatos que le llevaría a adaptarse a las características necesarias para evolucionar. Por su parte Leon y Negrodo (2013) explican como internet obligó incluso, a replantear el concepto tradicional de televisión entendida como una emisión de flujo continuo a la que los espectadores se van sumando. Como señala Gifreu (2013), la llegada de ciertos elementos como el CD Rom y la popularización de contenidos audiovisuales en la web, sobre los años 90, permitió al documental expandir sus horizontes y transportar sus temáticas a entornos navegables. Esta expansión se vería aún más aumentada con la aparición de las tecnologías interactivas digitales, que abrían nuevas formas de expresión para el documental.

Internet supuso una nueva era para el documental, conseguía por fin desatarse de los grilletes que le unían a la televisión pública y los canales de pago. Según Rosique (2015), esto permitió recorrer nuevas formas de expresión, nuevos formatos y nuevas maneras de concebir el documental. Sin dejar de lado que la producción de documentales seguía usando las vías tradicionales como la televisión y los cines, se empezaba a observar una permanente construcción de contenido en el ámbito de las nuevas tecnologías. La popularización mediática y la participación de los usuarios empezaban a consolidar un formato que parecía tener una nueva vida.

Es importante destacar la diferencia cuando hablamos de documental clásico, y documental interactivo. Arnau Gifreu (2010) distingue la característica básica para esta diferenciación, la no-linealidad, mientras que la narrativa clásica no permite alterar el orden del discurso, la interactividad permite al documental modificar ese orden y alterarlo a voluntad.

León y Negrodo (2013) determinan que la no-linealidad es la principal característica diferencial de este nuevo ecosistema. Este formato combina los clásicos del reportaje y el documental, con nuevas formas de interacción con el espectador que aportan una dimensión totalmente diferente.

El documental interactivo según Rosique (2015), cuenta con diferentes herramientas que facilitan la interactividad con el usuario y que aportan una mayor variedad permitiendo la incorporación de contenido adicional, todo ello a través de una interfaz navegable. Los variados recursos interactivos utilizados involucran a los usuarios de manera activa. León y Negrodo (2013) a la vez apuntan, que la interactividad no solo recaba reacciones y elabora respuestas, sino que también mantiene el interés del espectador e incentiva que continúe navegando.

Lietaert (2011) en su libro sobre los documentales web, defiende que la interactividad no es solo realizar clics al azar con el ratón, es una experiencia emocional que depende del qué de la historia y el como se explica.

Como León y Negrodo (2013) sostienen “Internet ha dotado al documental de una potencia interactiva desconocida en sus formas convencionales y configura un nuevo paradigma interactivo para el género”. Con esto, no se puede hacer nada más que esperar un futuro con más herramientas y opciones que ayuden a expandir aún más el universo interactivo.

2.2.1 Narrativa interactiva

Atendiendo a la descripción de Orihuela (1997), el término narración se utiliza para referirse al contenido de la historia, su estilo, y la forma en que se cuenta. Todos los estímulos percibidos por el receptor de dicha narración, son controlados por el narrador. El modelo interactivo nace como una alternativa donde los roles de transmisor y receptor son intercambiables, y el usuario obtiene un rol principal. En las narraciones tradicionales las historias tienen una estructura marcada, y están organizadas por el narrador. En las narraciones interactivas por otro lado, el contenido es abierto y depende del usuario decidir su ruta, la estructura no está determinada, es el usuario quien la construye con sus decisiones.

Tabla 2.2. Diferencias entre narrativas

	Narrativa lineal	Narrativa interactiva
Contenido	Cerrado	Abierto
Forma	Estática	Variable
Actor	Narrador	Usuario

Fuente: Orihuela (1997) p.39

Las nuevas tecnologías han supuesto una parte indispensable para la evolución de este tipo de narrativas. Como nos explica Berenguer (2004) en su estudio del medio interactivo, las tecnologías han ayudado en gran medida a la producción del contenido interactivo. Permiten extender las posibilidades del género, construir realidades más complejas y diversos niveles de profundidad, todo bajo una multiplicidad de miradas. Según Berenguer, mientras el documental siga en Internet, este evolucionará a la par con la realidad misma.

2.3 Industria cultural del documental interactivo

El siguiente punto es un análisis de la industria cultural que envuelve al documental interactivo, destacando por encima del resto las instituciones que más han ayudado al desarrollo del sector. Al hablar del documental interactivo es necesario destacar a estas instituciones que apuestan firmemente por la creación de contenido multimedia interactivo. Según Gifreu (2013b), el país que más ha apostado por este formato ha sido Canadá, donde destacan dos instituciones por encima de todo, estas son la *Documentary Organization of Canada* (DOC) y la *National Film Board of Canada* (NFB). No obstante, si nos centramos en los agentes o productoras que promueven la creación de documentales interactivos, encontramos algunas como la destacada cadena ARTE de Francia y Alemania, o la productora fundada en 1998 por Alexandre Brachet, Upian

2.3.1 Documentary Organization of Canada (DOC)

DOC es la principal organización sin fines de lucro que promueve el arte y la comunicación documental de Canadá. En ella encontramos *DocSHIFT*, la rama encargada de servicios en relación con documentales para otros medios. Ofrecen diferentes recursos como talleres y seminarios entre otros. No obstante, para Guifreu (2013 b) lo más destacable, es el Instituto *DocSHIFT*, un programa diseñado para generar ideas innovadoras y proyectos de documental interactivo, su intención es posicionar dichos proyectos como éxitos comerciales. Los encargados de este programa son diversos, entre los que destacan Mary Barroll, Ilona Posner i Katerina Cizek entre otros.

2.3.2 National Film Board of Canada (NFB)

Si nos centramos únicamente en la creación de obras interactivas exclusivas para red encontramos la NFB. Lo que más resalta es su apuesta tanto por la difusión de su extenso catálogo de producciones, como la experimentación con nuevos formatos interactivos (Gifreu, 2013c)

La productora y distribuidora de Canadá, es una de las mejores instituciones creativas a nivel mundial, produce y distribuye productos audiovisuales innovadores, estando siempre a la cabeza en cuanto a avances y evoluciones respecto a la producción de contenido interactivo. Como la misma NFB (2012) promueve, la institución colabora con creadores emergentes y ya establecidos de diferentes lugares del mundo, dichos creadores destacan en gran medida por la forma en que realizan sus trabajos y el contenido que aparece en ellos. NFB es pionera tanto en documental, animación, así como en contenido interactivo, incluyendo proyectos de realidad virtual y contenido para dispositivos móviles e inmersivos. Como Hugues Sweeney, productor senior de los proyectos interactivos franceses en NFB, nos relata:

La NFB lleva ya más de 70 años en acción, y siempre ha sido una institución que ha puesto su foco en la innovación y el avance. Muchas de las técnicas de animación fueron creadas en NFB y ahora tenemos la oportunidad de liderar la innovación en la web, enganando al público con nuevas herramientas y creadores. [...] Queremos también crear contenido digital interactivo, así que hemos decidido invertir 20% de nuestros recursos en proyectos interactivo (Sweeney 2011, citado por Lietaert, 2011, p.65).

Como la misma web de National Film Board of Canada (2012) explica, desde su fundación en 1939, NFB ha producido más de 13.000 obras con más de 5.000 premios reconocidos. Su reputación de institución pionera en innovación no es en vano, pues la plataforma es accesible para personas con discapacidades auditivas y visuales.

2.3.3 ARTE

Si nos fijamos en cuáles son los productores que promueven la creación de documentales interactivos, según Gifreu (2013 b) tenemos que destacar los canales de televisión pública, y entre ellos sobresale ARTE (Association relative à la télévision européenne), un canal de televisión franco-alemán que ha realizado una gran apuesta por los documentales web y obras que solo son comprensibles desde el punto de vista interactivo. A principios del siglo XXI un seguido de convenios con Upian, institución de la que hablaremos más adelante, permitieron la creación de los primeros documentales interactivos dignos. (Gifreu 2013 c)

ARTE quien despegó en 1992, mantiene su foco en la producción europea creativa y culturalmente diversa. Birgé (2017) nos explica en su artículo sobre el canal europeo, como su contenido emitido desde Estrasburgo, llega a toda Europa tanto en francés como alemán con subtítulos disponibles en diferentes idiomas. Está asociado con otros nueve canales públicos europeos, como RTB en Bélgica, RAI Com en Italia y TVP en Polonia. Esta unión representa la voluntad del canal por producir y emitir contenidos audiovisuales completamente diversos con puntos creativos distintos.

2.3.4 Upian

Upian es una productora multimedia fundada en 1998 por Alexandre Brachet, se focaliza principalmente en el diseño web y el desarrollo de sistemas interactivos que sitúan al usuario en el centro de los problemas de la ergonomía. (Gifreu, 2013 b) Upian es miembro de PNX, la asociación de nuevos productos multimedia independientes dedicada a la digitalización de las industrias culturales y creativas francesas. (Upian, 2020) La productora ha realizado obras de gran reconocimiento como *Do Not Track* (Brett Gaylor, 2015), obra que ha servido como referente para nuestro trabajo. Otras de las obras más destacadas son las siguientes, que, aunque no sean un referente específico para el trabajo, lo son para el mundo del documental interactivo.

Prison Valley (2010), producida por David Dufresne y Philippe Brault, es una película totalmente interactiva que habla sobre la industria de prisiones en Norteamérica. Como explica Odorico (2015), en un repaso integro sobre la obra, los modos de interacción del usuario con esta plataforma son múltiples y diversos, el usuario debe completar un seguido de niveles para avanzar en la narrativa, como si se tratara de un videojuego. La experiencia arrastra al usuario en un viaje por Florence y Colorado, integrando parte del relato en el Cañón del Colorado, utilizando el Motel Rivera como base de operaciones principal. El documental funciona con un registro inicial que no solo sirve para recordar tu trayecto o punto de guardado, sino también sirve como identificación personal dentro del proyecto como con el resto de usuarios que realizan la experiencia.

Alma: A Tale of Violence (Miquel Dewever-Plana y Isabelle Fougère, 2012) es un documental interactivo que nos cuenta la vida de Alma, una mujer de Guatemala que se unió a una banda y consiguió salir para poder vivir una vida en mejores condiciones. El documental enfoca su atención principalmente en el video donde Alma nos cuenta su experiencia, además cuenta con diferentes módulos de información adicionales que nos ofrecen datos extras sobre todo lo que la rodeaba, su país, su vida y sus influencias. Alma no requiere de una gran participación del usuario aparte de la necesaria para avanzar en la historia ya que esta se desarrolla linealmente. (Documentary Site, 2017) No obstante, el peso de esta experiencia recae en la desgarradora historia que nos cuenta. Como Alexandre Brachet uno de los productores, nos afirma en una entrevista para Siegel (2014), “Con Alma, teníamos el firme convencimiento desde el inicio, que la historia era mucho más grande que solo una chica en una banda y la violencia que envuelve Guatemala. Era la historia de una generación olvidada y masacrada”.

2.3.5 Honkytonk Films

Honkytonk Films es una compañía especializada en el desarrollo de contenido audiovisual interactivo para nuevos medios. Juega un rol importante en la creación de nuevos modelos interactivos para contar historias y ha trabajado con diversas empresas como France Tv, Arte y Canal + entre otros. (Urjewicz, 2015) Parte de su reputación recae en el desarrollo de la herramienta Klynt, un software de edición interactiva dedicada para aquellos que quieran usar Internet para compartir sus trabajos de manera creativa y abierta.

2.3.6 Submarine Channel

Submarine Channel, es una productora dedicada a la creación de contenido mediante las nuevas tecnologías, su objetivo es la creación de historias visualmente atractivas utilizando diferentes formatos (cómic en línea, videojuegos o documentales web). Forma parte de la empresa Submarine, fundada en 2000 por Bruno Felix i Femke Wolting, pioneros en el mundo de los medios de comunicación. Gifreu (2013 b) explica que, la meta de la empresa es el desarrollo de historias que exploren las nuevas técnicas narrativas, como la no-linealidad, la animación interactiva y los juegos digitales. Con ello poder llegar al máximo público utilizando diferentes plataformas.

2.4 Figuras profesionales que contribuyen al medio interactivo

Al igual que hay canales e instituciones, también hay personas que con sus trabajos han contribuido al crecimiento del medio interactivo. Se han seleccionado las figuras más relevantes del sector que con sus logros han elevado el medio interactivo a otro nivel. Cuando se habla de profesionales destacados en este campo es necesario remarcar que es un terreno aún poco explorado y la cantidad de participantes no es muy abundante en la actualidad.

2.4.1 Katerina Cizek

Katerina Cizek es una directora y pionera que desarrolla gran cantidad de proyectos para diferentes plataformas multimedia. Galardonada con un premio Emmy, Cizek ha documentado su trabajo bajo el nombre de “Revolución Digital”. Sus trabajos han contribuido a redefinir el *National Film Board of Canada* como una de las productoras líderes en contenido digital reconocida mundialmente. (Arts at MIT, 2020). O’Flynn (2014) describe las producciones de Cizek como desafíos a los modelos sociales existentes y a las dominantes y mediáticas representaciones de las comunidades en riesgo. Sus creaciones presentan una plataforma para que las personas cuenten sus historias.

Una de sus obras más importantes fue *Filmmaker-in-Residence* (2004), una de las primeras experiencias en documental interactivo que se han producido. Iniciándose en el mundo de las experiencias interactivas exclusivamente online, el proyecto destacó gracias a la forma de contar su historia y su estrategia de distribución. (*Filmmaker in Residence*, 2008). En esta obra Cizek convive con los pacientes, enfermeras y médicos del hospital de St. Michael de

Toronto. Gifreu (2014) lo definió como punto de partida para lo que posteriormente se convertiría en el proyecto *Highrise*, el cual mediante la actuación virtual se pretende modificar la comunidad y sociedad que habita en rascacielos deteriorados del planeta.

2.4.2 Alexandre Brachet

Alexandre Brachet, nacido en París, es un productor y director del estudio Upian. Un pionero en el documental multiplataforma, fusiona tecnología de vanguardia con medios tradicionales para crear nuevos caminos en la forma en que se cuentan las historias. Como este mismo le comenta a Sodderland (2013) en una entrevista en el Submarine Channel “No sé nada de la industria de la televisión, yo solo sé de internet” Su foco está centrado en la creación de contenido para las nuevas tecnologías. Brachet explica en esa misma entrevista como esta nueva forma de contar historias no es mejor que los canales clásicos, es solo otra vía con la que llegar a la gente, sobre todo a esa audiencia joven, ese conjunto de gente que se agrupa en internet y a la cual es necesario llegar usando todos los medios que tienes a tu alcance. Según su opinión, este formato va a convivir con los medios antiguos, pero vamos a comenzar a ver cada vez más el uso de nuevas plataformas para contar relatos e historias

2.4.3 Florian Talhofer

Florian Talhofer, nacido en Baviera, es un productor y el inventor de Korsakow, un software para la creación de nuevas formas de contar historias. El software permite a los usuarios crear producciones no lineales y añadir diferentes links generados por palabras claves. La mayoría de sus creaciones son representaciones alternativas de nuestro mundo. (Gifreu, 2013 b). Según definió Talhofer en una entrevista para el periódico Alphaville (2018), las historias funcionan mejor cuando son espectaculares. Ha trabajado como profesor en diferentes universidades como la Universidad de la Artes en el Departamento de Medios de Comunicación-Diseño Experimental.

3. Análisis de referentes

En cuanto al contenido de este capítulo, se realiza un análisis de diferentes obras que servirán de inspiración para la realización del documental. Entre ellos se encuentran tanto referentes formales, que sirven de inspiración por su forma y tratamiento de la información, como referentes temáticos, los cuales ayudarán al trabajo al tratar una temática similar.

3.1 Do not Track

Do not Track (Brett Gaylor, 2015) es un documental interactivo dividido en siete episodios, es el resultado de la coproducción entre Arte, el National Film Board, Bayerischer Rundfunk, Radio-Canadá y Uopian. Dirigido por Brett Gaylor, el documental trata sobre el uso de información personal que utilizamos en internet. (Gifreu, 2015a). El proyecto permite proporcionar información al sistema para gozar de una experiencia más personal y experimentar de primera mano lo que sucede con esos datos.

Do not track funciona sin seguir un hilo argumentativo preestablecido, la separación entre capítulos permite fluir entre los diversos temas que se presentan al inicio, y permite al espectador decidir la ruta. Una vez el usuario decide en qué capítulo centrar el rumbo, la variedad de medios con los que presenta la información es variada. Basándose en el video como elemento principal, cuenta también con posts, artículos, *tweets*, publicaciones en redes sociales y todo tipo de medios diferentes. Y con esto no acaba, una vez se inicia el video principal, el documental requiere a la vez la participación del usuario, por la pantalla aparecen todo tipo de infografías y gráficas que ayudan a entender la información que se está contando de manera más visual. La estructuración de la información en capítulos, las diferentes secciones de información dentro de estos y las variadas fuentes visuales para presentar el contenido son referencias que se usarán para la realización del prototipo documental. También es necesario destacar los grafismos de las entrevistas que serán un punto de guía para la elaboración de los propios del trabajo.

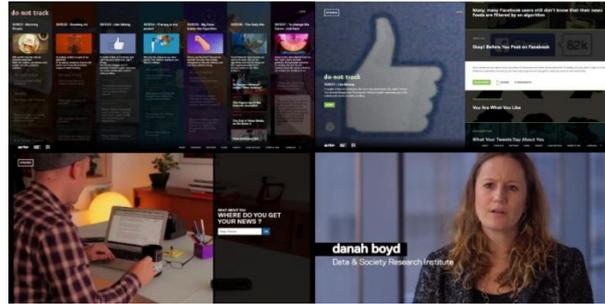


Figura 3.1. Fotogramas extraídos de *Do not Track* (2015, ARTE)
(Elaboración propia)

Do not Track no es un documental convencional, puede llegar a sentirse en cierto punto caótico o acelerado, pero a la vez no permite en ningún momento separarse de la pantalla, mantiene al espectador atado y concentrado en lo que sucede a todo momento debido al constante flujo de información que aparece frente sus ojos.

El ritmo, la consecución de información, la variedad de formatos en que esta se presenta y la fluidez, son elementos clave de los cuales se quiere dotar al prototipo documental. *Do not Track*, es una fuente de inspiración clave para la realización de este trabajo.

3.2 BackUp - Cibercrimitos

BackUp (2020), producida por RTVE en colaboración con el equipo de investigación de Televisión Española, y pensada para ser emitida por Instagram, es una serie documental en formato vertical que trata sobre delitos digitales, y como en internet se está expuesto a peligros de la misma forma que en la calle. (Rtve, 2020)

El documental basado en siete de los crímenes más comunes en internet, presenta un formato innovador y totalmente adaptado a las nuevas generaciones, un intento para que la información llegue a los más jóvenes trasladándola a su terreno, las redes sociales.

Backup lleva todo el peso de su información al video, los fragmentos de una duración breve, presentan una variación de contenidos constante, cuentan con audios, textos y gráficas que van apareciendo junto a los clips. La estética es muy característica, intentando recrear un ambiente cibernético que te mete de lleno en el hilo temático de las historias.



Figura 3.2 Recursos extraídos del documental *Backup* (RTVE Lab, 2020)

(Elaboración propia)

La variedad de recursos con los que nutre la historia para complementar el relato del video es un elemento crucial que queremos desarrollar en nuestro documental. Por otra parte, su estética es muy evidente y marcada, nuestra intención, al igual que en *Backup*, es crear una ambientación muy clara, basada en la plataforma sobre la cual centramos nuestro trabajo, teniendo en cuenta todos sus elementos estéticos y multimedia.

3.3 El gran hackeo

Otra de las obras referente para el presente trabajo es el documental, *El gran hackeo* (Karim Amer y Jehane Noujaim, 2019), producido por Netflix. El documental nos habla de como todas nuestras acciones relacionadas con internet quedan registradas y nada es privado. Lo que lo convierte en un referente es su forma en que combina elementos gráficos con archivos de videos reales. El video se ve complementado con elementos que aparecen en pantalla y que aportan información al espectador.

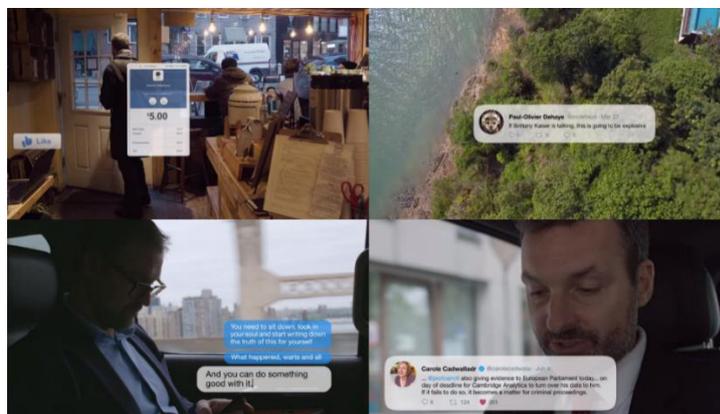


Figura 3.3. Fotogramas extraídos de *El gran Hackeo* (Netflix, 2019)

(Elaboración propia, 2021)

La combinación que realiza se ajusta perfectamente a lo que se quiere conseguir, implementar contenido que aporte información adicional a la base de información principal que aparece en pantalla. Lo bien integrados que están los elementos unos con otros, es una fuente de inspiración importante que se tiene en cuenta a la hora de elaborar este trabajo.

3.4 The fallen of World War II

The fallen of World War II creado en su totalidad por Neil Halloran (2015) es un documental interactivo que nos narra las consecuencias y el coste humano de la Segunda Guerra Mundial a partir de datos e infografías. El documental utiliza el vídeo como base y durante la sucesión de éste aparece en pantalla una opción para detenerlo y poder navegar en profundidad por los datos que van apareciendo en pantalla.

Esta obra funciona como referente en dos ámbitos, principalmente su realización y producción están realizadas por una sola persona al igual que sucede en el presente proyecto. No obstante, la explicación de los datos mediante infografías es lo más destacable. Parte del contenido del prototipo documental serán datos de audiencia y tránsito de usuarios, las infografías del documental servirán de inspiración para la creación de los elementos que nos permitan explicar de manera más visual ese contenido más estadístico, como se muestra a continuación.

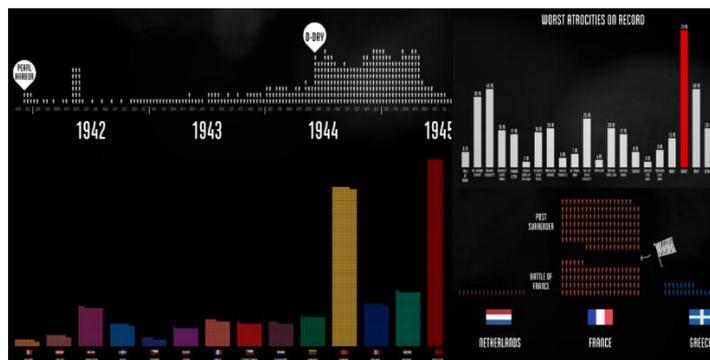


Figura 3.4. Infografías extraídas de *The fallen of World War II* (2015)
(Elaboración propia, 2021)

3.5 The American meme

The American Meme (Bert Marcus, 2018) es un documental que nos guía por la vida de 4 personas con la intención de convertirse en “influencers” y ganar seguidores. La obra nos muestra lo que significa crecer en el mundo de internet y como todo está relacionado en la era digital. La necesidad de hacer crecer tu marca, lo que conlleva ese crecimiento y todo lo que hay detrás, resulta un referente muy importante para el desarrollo de nuestro trabajo centrado en el crecimiento de la plataforma de Twitch.tv en internet. No de la misma manera, pero hay una correlación marcada por lo que conlleva crecer en este nuevo mundo digital separado por la cantidad de gente a la que puedes llegar, y donde la verdad absoluta está dictada por las cifras de seguidores/usuarios que abarcas.

El documental muestra la realidad del mundo actual, la nueva vida a la que la sociedad ha avanzado y como la tecnología se está haciendo dueña de todo y de todos, solo cuentan los dígitos y la cantidad de usuarios a los que llegar. Para que algo sea legítimo debe estar en internet y que muchas personas interactúen con dicho suceso. Twitch es una plataforma que vive por y para sus usuarios, el documental de Netflix sirve para entender y saber como enfocar un objeto de estudio con una temática y estructura parecida.

3.6 Living the Stream

Living the Stream (2019) dirigido por Geoffrey Webster, es un documental que explora el mundo del *livestreaming* en la plataforma de Twitch.tv. Una investigación sobre el fenómeno de la plataforma en busca de una explicación para entender que produce que millones de usuarios estén horas y horas enganchados a ella. El documental narra a través de diferentes *streamers*, como es la vida de aquellos que se dedican por completo a la plataforma. Como funciona la interacción con los usuarios, las vidas fuera de su rol de creadores de contenido y que ha significado para esas personas hacerse conocidos en el mundo de internet. Durante todo el documental diferentes fuentes y altos cargos de la plataforma de Twitch dan su opinión respecto las decisiones tomadas a lo largo de su historia y como estas han afectado el futuro de la empresa.

El documental funciona como referencia en relación al estudio y análisis de la plataforma, la forma en la que intenta entender y explicar el fenómeno de Twitch. Una de las pocas obras audiovisuales oficiales en relación al objeto de estudio, y que ha servido como guía a la hora de desmembrar la plataforma.

4. Objetivos y alcance

En lo referente a los objetivos en cuanto al trabajo, podemos separarlos en dos niveles de importancia, los objetivos principales y los secundarios.

4.1 Objetivos principales

El principal objetivo del proyecto es la creación de un documental interactivo que exponga el crecimiento de la plataforma Twitch.TV, las razones y consecuencias de su crecimiento. Prestando especial atención en el proceso de búsqueda y contrastación de las fuentes.

Por otro lado, se busca explicar a través del análisis de la plataforma sus proyecciones de futuro y se quiere con ello contribuir a la realización de las primeras teorías sobre la misma. Entendiendo que su crecimiento no ha sido fruto de la suerte, y gracias a un previo análisis, se pretende explicar el porqué de su gran futuro, así como las nuevas aplicaciones que creemos va a tener como nuevo formato de emisión de contenido.

4.2 Objetivos secundarios

En cuanto a los objetivos secundarios, al ser un TFG conjunto, estos se centran en lo específico de este trabajo.

Elaboración de un hilo argumentativo que de vida al documental interactivo gracias al análisis previo de la plataforma. El análisis servirá como punto de partida para elaborar un documental estructurado.

Elaboración de un guion para el documental sobre el crecimiento de la plataforma teniendo en cuenta la información analizada previamente.

Encontrar estrategias documentales que permitan al usuario consumir todo el contenido de manera relajada, construyendo un contenido fragmentado pero entretenido que mantenga al espectador en constante atención gracias a la interactividad integrada.

Creación de una identidad gráfica propia del documental basada en el estilo de la plataforma.

Búsqueda y elaboración del contenido multimedia que se utilizará en el prototipo. Este constará de diversos elementos gráficos (imágenes, videos, *tweets*, artículos, gráficos...) Parte del trabajo será la recopilación de los contenidos adecuados, a la vez que la creación, mediante softwares de edición, de los que sean necesarios.

4.3 Alcance

El proyecto tiene como finalidad convertirse en una fuente de información fiable que permita explicar la evolución de la plataforma, así como su posible futuro. Con ello, la intención es llegar a todas aquellas personas que, como los propios creadores del documental, han sentido alguna vez curiosidad por la plataforma en sí, al igual que su transformación y su aumento en cuanto a popularidad.

A la vez, tiene la intención de crear un contenido multimedia atractivo e innovador que pueda ser disfrutado por cualquier persona dispuesta a sumergirse en una aventura interactiva.

El target objetivo del documental interactivo es un público generalista, la plataforma actualmente es disfrutada por usuarios con una franja de edad muy variada, así pues, cualquier persona que tenga cierta relación con la plataforma va a poder entender el documental. No obstante, el documental puede servir como puerta de entrada para toda la gente que aún no conoce el mundo de Twitch.

5. Metodología

En el siguiente apartado se exponen los pasos a seguir para la producción del presente trabajo separados en las fases básicas de preproducción, producción y postproducción. Así pues, se explicará la metodología utilizada para la elaboración del proyecto y se justificarán las decisiones tomadas. Es importante destacar que el equipo que conforma este proyecto consta de dos personas las cuales realizan un trabajo individual propio.

Este trabajo se basa principalmente en la producción del documental, centrándose en la elaboración del guion y el hilo argumentativo del proyecto, junto con un prototipo que refleje las aspiraciones finales del documental.

5.1 Preproducción

Previa a la elaboración de este trabajo se barajaron varias opciones sobre la temática a tratar.

Se propusieron diferentes ideas como; realizar un documental de un equipo de fútbol o analizar la plataforma de YouTube, pero finalmente acabamos escogiendo la plataforma de Twitch. El desencadenante fue que, durante la pandemia, Twitch se convirtió en uno de los entretenimientos más populares del mundo y su importancia creció a niveles muy elevados. Su aumento de popularidad ya era notable, pero explotó debido a las circunstancias que, desafortunadamente, el mundo debía afrontar. Así, la explosión de popularidad y la consolidación como nuevo formato de entretenimiento nos hicieron querer explorar más hondo sobre la plataforma y producir un contenido en base a ella.

5.1.1 Reuniones y consolidación del proyecto

Se realizaron diversas reuniones con la intención de encontrar el contenido que queríamos producir en torno a la plataforma. La idea inicial era producir un documental al uso, de una duración no muy extensa que pudiese reflejar el aumento de usuarios de la plataforma. No obstante, las intenciones por parte de los dos miembros no podían cumplirse con ese formato así que se decidió producir un documental interactivo.

Se quería contar una historia pero que el espectador formase parte de ella. La extensión del contenido era demasiado grande para un solo documental, con el documental interactivo se abría un abanico de posibilidades que se limitaban con la propuesta anterior.

Una vez claro el medio, se concretó que el documental no solo sería una narración de hechos, sino que se realizaría una teoría discutiendo sobre el futuro de la misma plataforma a partir de sus usos, posibilidades y popularidad durante la pandemia.

5.1.2 Documentación e investigación

Para la adecuada elaboración del proyecto se realizó un trabajo individual de análisis e investigación por parte de los dos miembros del proyecto. Cada uno más centrado en la parte pertinente a su trabajo. En el caso del presente trabajo se realizó un estudio general de la plataforma, así como de su estética y funcionamiento interno para conocer el objeto de trabajo en profundidad.

Se revisaron diferentes artículos y estudios académicos en referencia a la plataforma de Twitch, centrándose sobre todo en su crecimiento y en los pasos que dio a lo largo de los años para llegar a su posición actual. Por otro lado, se analizó el género del documental interactivo, teniendo en cuenta sus autores pioneros, así como empresas o instituciones que lo promocionaron a nivel mundial y le dieron sus primeras oportunidades.

Posteriormente se analizaron todo un conjunto de referentes tanto temáticos como formales, diferentes obras que pudieran servir como inspiración para el desarrollo del presente trabajo.

En cuanto a la narrativa, se buscaron referentes que tuvieran una temática similar o que trabajaran con el objeto de estudio del proyecto.

Referente a la estética, se investigaron proyectos que reflejarán una estética que sirviera de inspiración para elaborar la ambientación de la cual queríamos dotar al documental, basada en la plataforma.

El género del documental interactivo es relativamente novedoso por lo que algunas de las referencias son de documentales sin interactividad, no obstante, este hecho no supone un problema ya que el género interactivo nace a partir del documental tradicional y las referencias funcionan de igual manera, pues la característica que sirve como influencia no recae en la interactividad en sí (elemento que destaca al documental interactivo).

5.1.3 Guion

Inicialmente se creó una escaleta a modo de borrador que ha servido como base para confeccionar el guion completo. (Ver Anexo I)

El guion erigirá sus bases en el análisis realizado por el otro miembro del equipo, el cual realiza un exhaustivo estudio sobre la historia de la plataforma y su crecimiento. Inicialmente el análisis se planteó para ser realizado mediante entrevistas a gente relacionada con la plataforma, finalmente se decidió realizar el análisis basado únicamente en los hechos y la estadística. Este factor obligó a la reestructuración del esquema organizativo y la concepción general del proyecto documental. Teniendo en cuenta el trabajo de análisis propio y el del otro miembro del equipo, se ha realizado un guion que estructura la historia que queremos contar y expone las características y elementos a destacar de la plataforma.

Se ha producido una narrativa propia inspirada en los referentes analizados y adaptando los puntos fuertes de cada una de las obras estudiadas. Durante la fase de redacción del guion se ha dado importancia al elemento interactivo, pensando siempre en la función del usuario dentro de la narración.

5.2 Producción

La parte de producción ha consistido en dar forma a todo aquello que hemos trabajado en la fase anterior. En esta parte nos centraremos en la producción del material para el documental, y los elementos esenciales para la versión en forma de prototipo.

La producción del documental estaba prevista de manera completa, no obstante, gran parte del trabajo se basa en el análisis de uno de los componentes del grupo que no se pudo realizar hasta una fase avanzada del proyecto. Esto nos obligó a rebajar las expectativas de la magnitud del trabajo. Todo y los contratiempos, se ha elaborado un prototipo lo más completo posible que refleja las intenciones iniciales respecto al documental.

Para la creación del prototipo fue necesaria la selección del contenido multimedia más relevante y clave que pueda reflejar de mejor manera lo que podría llegar a ser el documental.

5.2.1 Material de archivo

Parte de la idea inicial era utilizar imágenes de archivo como recurso narrativo, no obstante, ha acabado convirtiéndose en uno de los recursos principales del proyecto en el cual se basará parte del contenido. El presente trabajo quería documentar de la manera más fiel los sucesos del análisis recibido sobre la plataforma, para ello ha sido necesaria la utilización de dicho material de archivo. El análisis recibido por el otro componente del grupo ha sido totalmente teórico, y aunque inicialmente se planteó el uso de entrevistas, finalmente no se han requerido para la elaboración del análisis. Así pues, para este trabajo se ha realizado la exhaustiva búsqueda de materiales variados como: videos, fotografías, noticias, *tweets*, clips de audio, cortes televisivos, etc.

Con ello podremos confeccionar los materiales base para la creación del prototipo.

5.2.2 Estética del proyecto

Una vez se decidió el contenido que formaría parte del documental, se estableció una estética general del proyecto. Poniendo especial atención al análisis realizado anteriormente, se elaboraron diferentes bocetos provisionales que no llegaron a ver la luz. Durante una reunión con el otro componente del grupo, se decidió basar directamente la estética en la plataforma de Twitch.tv. Tomando como base los elementos principales de su interfaz, paleta de colores y tipografía. Se quería crear una relación directa entre documental y la plataforma.

5.2.3 Edición y grafismos

Durante la selección de materiales de archivo, gran parte del contenido no era pertinente para el documental, para ello se realizó una edición y montaje de los archivos con Adobe Premier Pro 2020 y Adobe After Effects 2020. El montaje se realizó con la finalidad de seleccionar únicamente las partes necesarias del material seleccionado. Posteriormente se añadieron los grafismos pertinentes para mantener una coherencia con la estética general del documental.

Los grafismos fueron elaborados teniendo en cuenta la estética mencionada anteriormente, basada en la interfaz de Twitch, y que posteriormente se aplicaría al documental.

5.3 Postproducción

Una vez todo el contenido de la fase de producción elaborado, la fase de postproducción se centra en la elaboración del prototipo final. Es importante tener en cuenta la interactividad que se quiere desarrollar y como conseguir que el usuario navegue a voluntad por el documental en todo momento.

La fase de postproducción consta de la integración de todo el material previamente elaborado dentro del proyecto interactivo, teniendo en cuenta la estética de la interfaz y elementos como, la paleta de colores, los grafismos y sobre todo la interactividad entre secciones.

Para la creación del documental se ha utilizado una herramienta mencionada anteriormente llamada Klynt.v3, esta permite la elaboración de contenidos interactivos para plataformas. El programa nos ha permitido dar vida a las ideas y conexiones de nuestros contenidos.

5.3.1 Elaboración de los materiales visuales

Una vez ideada toda la estética del proyecto se han materializado dichos planteamientos mediante la herramienta de Adobe Photoshop 2020, se ha creado tanto el menú de navegación como la interfaz del documental. Posteriormente se han creado mediante el mismo software una serie de elementos gráficos que caracterizan al documental y le dan vida propia. Todos ellos relacionados con el objeto de estudio del trabajo.

5.3.2 Interactividad

El apartado interactivo es uno de los más notables del proyecto, es lo que lo destaca de una obra documental corriente. Para ello se ha tenido en cuenta la organización del contenido mediante capítulos y los subapartados de cada uno de ellos. Con ello se ha confeccionado una interactividad que permita al espectador manejar los tiempos de la narración, tal y como está marcado en los objetivos. La gran mayoría de los capítulos tienen elementos interactivos que requieren la participación del usuario para su activación. Desde un principio se ha buscado que el usuario se sintiera dueño de la narración y navegara por la interfaz seleccionado la información que quería disfrutar. Se decidió que los contenidos estuvieran fragmentados para que el espectador no tuviera que detenerse de manera prolongada en ninguno de los apartados.

6. Análisis de resultados

En el siguiente capítulo se analizarán los resultados obtenidos en las diferentes fases descritas en la metodología. Se expondrán las características finales de la pieza analizándolas con los contenidos teóricos expuestos en el trabajo. Seguidamente se analizarán los resultados teniendo en cuenta los referentes y los objetivos planteados previamente.

6.1 Resultados de la preproducción

Tal y como postulaban León y Negrodo (2013) la base de la narrativa interactiva se basa en la no linealidad. A la hora de elaborar el guion se estableció un contenido estructurado por capítulos. Cada capítulo puede ser consumido de manera independiente y sin orden fijado como se marcó en los objetivos iniciales, la historia se cuenta del primero al último, pero el espectador puede decidir cómo quiere vivir la experiencia y escoger el orden que le parezca más apetecible.

La escaleta se creó marcando los puntos de los que se quería hablar entorno a la plataforma y sentando las bases para poder elaborar el trabajo. (Ver Anexo I) Una vez delimitados los temas principales se pudo iniciar la elaboración del guion, los temas marcados en la escaleta se modificaron levemente durante la elaboración del guion para crear capítulos lo más compactos posibles. Fue necesario tener en cuenta la interactividad que posteriormente se añadiría al contenido.

El guion surge de dos fuentes; el análisis realizado por el otro componente del grupo, y la investigación propia sobre la plataforma. Una vez revisado el análisis, se ha elaborado un hilo argumentativo acorde a las ideas marcadas con anterioridad. Teniendo en cuenta los referentes estudiados previamente se ha realizado el guion del documental teniendo siempre en mente la interactividad.

Para poder crear un documental lo más fiel posible en relación al objeto de estudio, fue necesaria una investigación individual previa sobre la plataforma para entender esta en profundidad, y que ha servido de complemento al análisis recibido por el otro componente. Se realizó una primera versión del guion, que se modificó para poder explotar de mejor manera las posibilidades que ofrecía el programa a la hora de montar el documental interactivo.

El guion se ha estructurado de manera que sirviera de guía para montar el documental, al inicio de cada capítulo se encuentra una tabla con la información básica del capítulo y los apartados que aparecerán en él, junto a una pequeña explicación de cada uno de ellos. A continuación, cada apartado tiene la información pertinente en forma de redacción para añadirla al documental. Algunos elementos están marcados como “**botones extra**” que indican cuando un elemento o imagen activa una interactividad, por otro lado, los archivos videográficos están destacados en *cursiva* para diferenciarlos de un elemento de texto común. (Ver Anexo II)

6.2 Resultados de la producción

Como se ha mencionado anteriormente, el material de archivo se ha convertido en el recurso principal durante la elaboración del proyecto. Para poder contar la historia tal y como estaba pensada inicialmente fue necesaria la utilización de contenido histórico que solo constaba en internet. Gran parte del trabajo se ha centrado en la búsqueda y selección de ese material adecuado para poder explicar de la manera más fiel los conceptos que se exponen en el proyecto.

La fase de la producción ha consistido en la organización y clasificación de todo el material seleccionado previamente. Una vez todo el material clasificado se elaboró una edición de todos los archivos para utilizar únicamente las partes pertinentes al proyecto. Los videos han permitido al proyecto poder explicar la historia mediante contenido videográfico.

En relación a la estética e identidad del proyecto se han tenido en cuenta diferentes referentes. Como se menciona en dicho apartado anteriormente, para el documental se ha querido crear una estética muy marcada y clara, para ello se ha basado el diseño principal en la interfaz de la misma plataforma. Se ha utilizado tanto el diseño, como la paleta de colores para la elaboración de la estética general del documental.

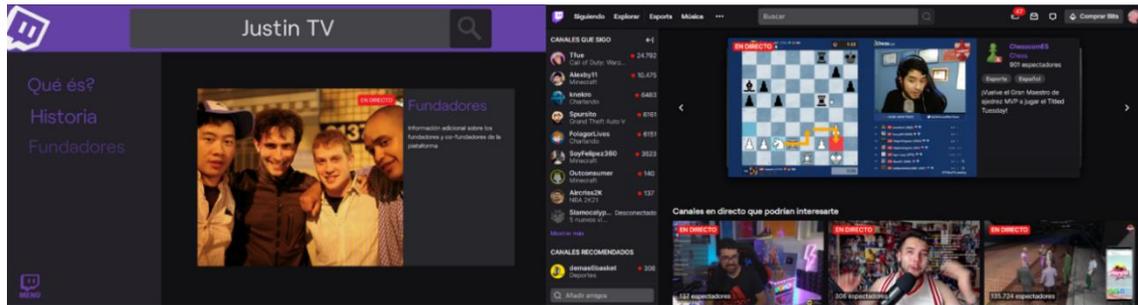


Figura 6.1. Imágenes de la interfaz del documental interactivo -izquierda- y de la interfaz de Twitch (2021) -derecha- (Elaboración propia, 2021)

La interfaz está basada en la pestaña principal de Twitch, se han escogido los elementos más destacados de esta para crear la pantalla de navegación de cada capítulo.

Como se puede apreciar en la figura 6.1, el buscador de la plataforma sirve de estandarte para el título de cada capítulo. En la parte lateral izquierda dónde se ubican la lista de *streamers* que se encuentran transmitiendo en vivo en ese momento, funciona como navegador de los diferentes apartados del capítulo. Finalmente, la parte central la ocupa la transmisión más destacada con una pequeña descripción, en el caso del documental sirve como resumen de lo que se puede encontrar en cada apartado del capítulo.

La mayoría de los capítulos mantienen la misma interfaz, no obstante, en algunos de ellos se ha modificado para sumergir al espectador en una experiencia lo más enriquecedora posible. Es el caso del capítulo 04. (*Twitch Plays Pokémon*), el capítulo se centra en un evento relacionado con el videojuego de Pokémon Rojo (1998), para ello se ha modificado la interfaz recreando una de las escenas más míticas de la saga donde debes escoger tu primer Pokémon para iniciar la aventura.

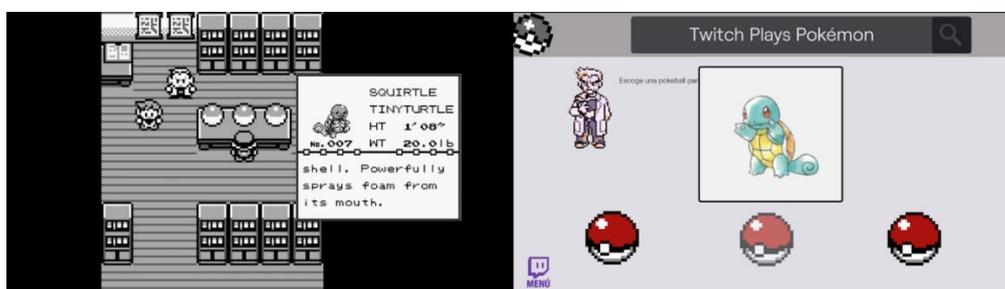


Figura 6.2 Imágenes del videojuego Pokémon Rojo (1998) -izquierda- y del documental interactivo -derecha- (Elaboración propia, 2021)

La paleta de colores del documental ha sido seleccionada en base a la paleta oficial de la misma plataforma de Twitch, en concreto se ha seleccionado la paleta de colores del “modo oscuro” donde destacan los tonos grises y apagados que contrastan con los diferentes valores purpura, seña de identidad de la plataforma.

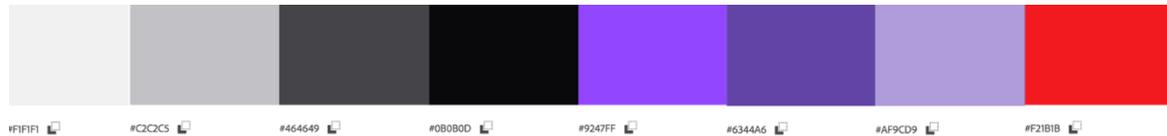


Figura 6.3. Paleta de colores del documental (Elaboración propia, 2021)

En lo referente a los grafismos se ha utilizado la misma tipografía que utiliza la plataforma y que se especifica en su libro de estilo. La tipografía utilizada es la familia *Roobert*, y sirve tanto para cursiva como negrita.



Figura 6.4 Tipografía Roobert libro de estilo de Twitch -izquierda- imágenes del documental -derecha- (Elaboración propia 2021)

El documental interactivo *Do Not Track* (2015), como se menciona anteriormente, ha servido de gran inspiración para la realización del prototipo documental. Tanto la estructura del menú principal como la titulación de las entrevistas están basadas en el documental de la productora ARTE.

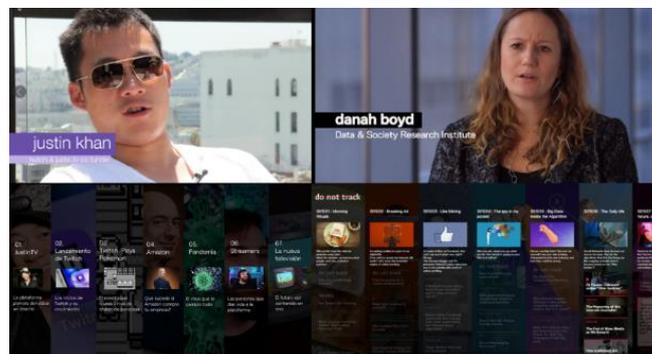


Figura 6.5 Imágenes del documental interactivo -izquierda- y de *Do Not Track* (2016) - derecha- (Elaboración propia, 2021)

6.3 Resultados de la postproducción

La fase de postproducción ha consistido en unir todos los elementos mencionados anteriormente en un producto final que da forma al prototipo del documental.

Se han confeccionado una serie de elementos que dotan al documental de personalidad y lo relacionan con la temática de este. Elementos extra como botones y cabecera han ayudado al documental a diferenciarse como producto manteniendo a la vez una semejanza con la temática referencial.



Figura 6.6 Elementos gráficos creados para el documental (Elaboración propia, 2021)

El documental cuenta con siete capítulos con distintos apartados dentro de ellos, todo unidos por un mismo núcleo, el menú. Este es el punto central desde el cual el usuario puede acceder a otros capítulos, como se puede apreciar en la siguiente imagen.

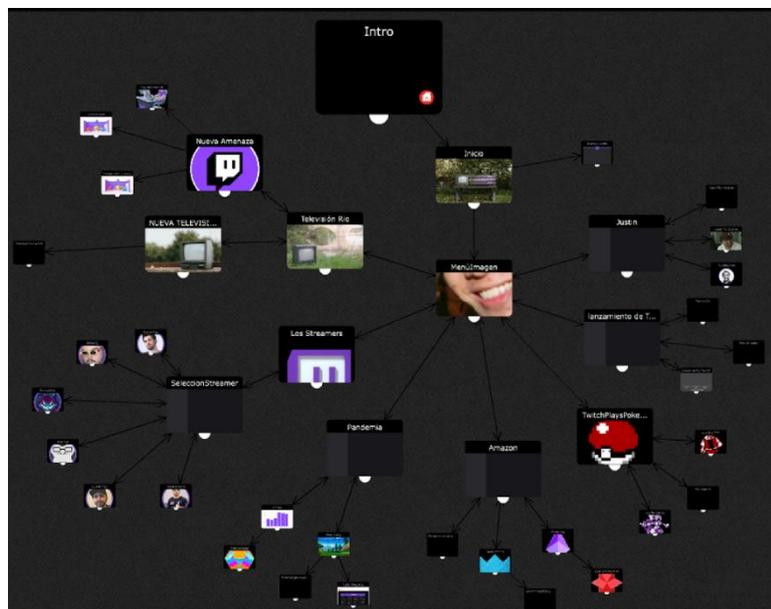


Figura 6.7. Mapa documental interactivo (Elaboración propia, 2021)

Para una mayor interactividad se han elaborado ciertos elementos que requieren de la participación del usuario para su activación. Con ello conseguimos que el espectador este siempre atento a los elementos que aparecen en pantalla.

6.4 Resultados de la pieza final

Mediante la metodología utilizada se ha obtenido una pieza final en forma de prototipo, junto al correspondiente guion del documental.

Como afirman Aston y Gaudenzi (2012), cualquier obra o proyecto que quiera documentar lo real y utiliza tecnología interactiva puede considerarse como documental interactivo. En el caso del presente proyecto, se ha querido documentar la realidad de la plataforma de Twitch de manera veraz, utilizando un nuevo formato de narrativa donde, atendiendo a la definición de Orihuela (1997), el usuario obtiene un rol principal y depende de él mismo para decidir su ruta. Este proyecto da la libertad al usuario para que él mismo decida qué camino seguir y estructure con sus decisiones la narrativa.

El proyecto se inició con la intención de producir una obra que narrara la historia de la plataforma Twitch.tv y con ello poder entender el porqué de su gran éxito actual. Seguidamente, gracias al estudio de la plataforma y su historia poder elaborar una teoría que explicara como el fenómeno del contenido en vivo o *livestreaming*, en concreto Twitch, podía acabar por derrumbar el monopolio de la televisión.

Se ha conseguido pues la realización final del prototipo de la plataforma mediante las herramientas que el programa Klynt proporciona. Estableciendo un guion con los contenidos básicos que ha servido de guía durante todo el documental.

Twitch, el futuro del contenido en vivo refleja la estética de la plataforma y crea una correlación directa con la ambientación Twitch. Por otro lado, la interactividad permite navegar por todo el documental gracias a los botones que van apareciendo en pantalla, permitiendo regresar al apartado anterior o dirigirte al menú principal. Sin ser su única función, se ha conseguido dotar al documental de una interactividad que requiere de la participación del usuario para la activación de diversas acciones de este.

El trabajo se ha culminado con la elaboración del prototipo documental que refleja las ideas y el trabajo realizado por los dos componentes del grupo. Este consigue explicar la historia de la plataforma de Twitch, como se creó y el porvenir que le espera al mundo del *livestreaming* como formato de entretenimiento alternativo a la televisión y los medios de transmisión convencionales.

7. Conclusiones

Tras la elaboración del proyecto final podemos afirmar que el trabajo ha variado un poco su rumbo inicial para adaptarlo a unas posibilidades más realistas. Durante la realización de este, ha sido necesaria una modificación en el esquema organizativo para formular una nueva estrategia teniendo en cuenta los nuevos objetivos del proyecto. Al ser un proyecto conjunto los dos trabajos dependían un poco el uno del otro, y las dificultades sufridas en algunas fases han afectado al proyecto general.

El proyecto final no será todo lo ambicioso que se planteó desde un inicio por parte de los dos creadores. No obstante, se ha construido un producto en consecuencia a la magnitud del trabajo. De esta forma el trabajo reformuló sus objetivos delimitándolos a las posibilidades reales del proyecto tanto a nivel temático, de investigación, como técnico.

El documental basa su estructuración en un análisis puramente teórico, inicialmente se planteó un rumbo más personal, teniendo en cuenta opiniones y declaraciones de gente relacionada con la plataforma de Twitch, finalmente se optó por un análisis basado en los hechos y las estadísticas. Ese factor obligó a una reestructuración del planteamiento inicial del documental, necesitando a la vez el uso de materiales de archivo históricos que mostrasen visualmente esos hechos que se explican en el análisis.

La variación en el enfoque del análisis de la plataforma y la reestructuración organizativa de este, tanto como la del prototipo, han sido puntos claves durante elaboración de este proyecto. Aun así, el trabajo en equipo ha sido crucial para la superación de todos los contratiempos, la comunicación constante de los dos integrantes del grupo ha sido clave para poder avanzar al unísono y superar las dificultades que se iban sucediendo.

El objetivo general de hacer el documental interactivo en su totalidad no alcanzó la envergadura de proyecto completo, sin embargo, el prototipo y el guion planteado permiten dar una idea de lo que será el trabajo proyectado en su totalidad.

No obstante, se han podido completar la mayoría de los objetivos planteados. En relación a los objetivos secundarios, se ha podido establecer un hilo argumentativo gracias al análisis previo tanto personal como el recibido por el otro componente del grupo, creando una estructura interactiva fragmentada que permite al espectador ser el dueño de la narración. Por

otro lado, se ha podido crear una estética propia para el documental que lo destaca como obra única y a la vez lo relaciona directamente con la plataforma. Finalmente se ha podido elaborar un prototipo que, junto al guion, reflejan las aspiraciones de los autores respecto al documental.

El trabajo práctico ha permitido poder poner a prueba muchos de los conceptos estudiados durante la carrera, tanto la elaboración de una narrativa propia como la creación y diseño de una identidad única para un producto. También ha sido importante aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de los cursos respecto a la estructuración organizativa y la capacitación para modificar el organigrama de trabajo y ajustarlo a diferentes situaciones.

Finalmente es posible afirmar que el proyecto refleja las intenciones de los autores respecto al objeto de estudio del trabajo. Tanto el análisis como el prototipo documental son el reflejo del trabajo y la admiración que los dos autores tienen a la plataforma de Twitch.tv.

8. Referencias

8.1. Webgrafía

Arts at MIT. (2020) Katerina Cizek. <https://arts.mit.edu/artists/katerina-cizek/>

Alphaville. (2018) Enacting polyphony: an interview with Florian Thalhofer. Alphavillejournal. <http://www.alphavillejournal.com/Issue15/HTML/InterviewThalhofer.html>

Berenguer, X. (2004) *Una década de interactivos* https://www.academia.edu/32952839/Una_d%C3%A9cada_de_interactivos

Birgé, E. (2017) ARTE, the European Cultural TV Channel. <https://www.alsace.com/en/breves/arte-european-cultural-tv-channel/>

Documentary Site. (2019) Navigating Violence and Alma's Story in an Interactive Documentary. Documentary Site. <https://www.documentarysite.com/2017/06/13/navigating-violence-and-almas-story-in-an-interactive-documentary/>

Filmmaker in Residence. (2008) MIT - Docubase. <https://docubase.mit.edu/project/filmmaker-in-residence/>

Geeter, D. (2019) Twitch created a business around watching video games — here's how Amazon has changed the service since buying it in 2014. CNBC. <https://www.cnbc.com/video/2019/02/26/the-business-of-twitch-live-streaming-gaming-and-youtube.html>

Gifreu, A. (2010) *El documental multimedia interactivo. Por una propuesta de definición y categorización del nuevo género emergente* <https://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/025.pdf>

Gifreu Castells, A. (2013). *El documental interactivo. Evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo.* https://www.academia.edu/6427317/El_documental_interactivo_Evoluci%C3%B3n_caracterizaci%C3%B3n_y_perspectivas_de_desarrollo

Gifreu Castells, A. (2013 b) *El documental interactivo: estado de desarrollo actual.* <https://raco.cat/index.php/ObraDigital/article/view/264707>

Gifreu, A. (2013 c) Empresas y productoras especializadas. <https://www.interdoc.org/empresas-y-productoras-especializadas/>

Gifreu, A. (2013 d) *El Documental interactiu com a nou gènere audiovisual: estudi de l'aparició del nou gènere, aproximació a la seva definició i proposta de taxonomia i d'un model d'anàlisi a efectes d'avaluació, disseny i producció.*
<https://www.tdx.cat/handle/10803/119606?show=full>

Gifreu, A. (2014) Filmmaker-in-residence. interDoc. <https://www.interdoc.org/indice/filmmaker-in-residence/>

Gifreu, A. (2015a) Do not track, una serie documental interactiva que deja huella - Parte 2. Webdocs. Historias del siglo XXI. <https://blog.rtve.es/webdocs/2015/04/do-not-track-una-serie-documental-interactiva-que-deja-huella-parte-2.html>

Gifreu, A. (2015 b) Do not track, una serie documental interactiva que deja huella. Webdocs. Historias del siglo XXI. <https://blog.rtve.es/webdocs/2015/04/pasa-pocas-veces-pero-sucede-en-el-reino-del-documental-interactivo-tarda-tiempo-en-pasar-pero-pasas%20con-proyectos-co.htm>

Golby, J. (2020) Trigger happy: the amazing rise of Twitch. The Guardian. <https://www.theguardian.com/global/2019/sep/08/how-did-twitch-become-as-big-as-youtube-by-live-streaming-video-game-players>

Hamilton.W. (2014) *Streaming on Twitch: Fostering Participatory Communities of Play within Live Mixed Media.*
<https://wrt205.afamiglietti.org/wp-content/uploads/2018/03/twitchtv.pdf>

Iqbal, M. (2020) Twitch Revenue and Usage Statistics
<https://www.businessofapps.com/data/twitch-statistics/#1>

Jhonson, M. (2019) View of The imperative to be seen: The moral economy of celebrity video game streaming on Twitch.tv | First Monday. First Monday.
<https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/8279/8058>

Leon, B. y Negrodo, S. (2013) "Una nueva página para el viejo sueño interactivo".
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero096/una-nueva-pagina-para-el-viejo-sueno-interactivo/>

National Film Board of Canada. (2012) The National Film Board of Canada: Canada's public film producer and distributor.

<http://onf-nfb.gc.ca/en/home/>

Odorico, S. (2015) *Between interactivity, reality and participation: the interactive documentary form*.

<https://www.mei-info.com/wp-content/uploads/2016/12/MEI39-215-228-Between-Interactivity.pdf>

O'Flynn, S. (2014) Psychogeography as Social Activism in Katerina Cizek's Digital Docu... Journals Open Edition. <https://journals.openedition.org/lisa/5703>

Siegel, H. (2014) Ten Questions for Alexandre Brachet, Margaux Missaka and Gregory Trowbridge of Uopian.

<http://archive.pov.org/blog/news/2014/09/ten-questions-for-alexandre-brachet-margaux-missaka-and-gregory-trowbridge-of-upian/>

Rtve. (2020) El Lab de RTVE estrena «Backup», la primera serie documental en vídeo vertical para Instagram TV. RTVE.es. <https://www.rtve.es/rtve/20200130/lab-rtve-estrena-backup-primera-serie-documental-video-vertical-para-instagram-tv/1997941.shtml>

Rosique Cedillo, G. (2015) *Presencia e implantación del documental interactivo en los programas de estudio de las universidades españolas*.

<https://raco.cat/index.php/ObraDigital/article/view/301176>

Sodderland, L. (2013) Interview with Alexandre Brachet: E-Producer du Jour

<https://submarinechannel.com/interview-with-alexandre-brachet-e-producer-du-jour/>

Spilker, H. S., Ask, K., y Hansen, M. (2020). *The new practices and infrastructures of participation: how the popularity of Twitch. tv challenges old and new ideas about television viewing*.

<https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/bitstream/handle/11250/2591218/Spilker.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Twitch Customer Support. (2021) Twitch. https://help.twitch.tv/s/article/guide-to-cheering-with-bits?language=en_US

Twitch Creator Camp. (2021) Bits and Subscriptions.

<https://www.twitch.tv/creatorcamp/en/get-rewarded/bits-and-subscriptions/>

Twitch Tracker, Statistics & Charts. (2021) <https://twitchtracker.com/statistics>

Uopian. (2020) What is Uopian exactly. <https://www.upian.com/en/page/studio>

<https://www.documentarysite.com/2017/06/13/navigating-violence-and-almas-story-in-an-interactive-documentary/>

Urjewicz, G. (2015) Interactive Producer Honkytonk Films. New media production & R&D company.

<https://www.urjewicz.com/honkytonk/>

Woodcock, J. (2019) SAGE Journals: Your gateway to world-class research journals. SAGE Journals. <https://journals.sagepub.com/action/cookieAbsent>

8.2 Bibliografía

Aston, J. y Gaudenzi, S. (2012). *Interactive documentary: setting the field. Studies in Documentary Film*

Clyde, W. (2019) *Watch Me Pay: Twitch and the Cultural Economy of Surveillance*

Lietaert, M. (2011) *A Survival Guide For online Film-makers.*

Nash, K. (2021) *Interactive Documentary. Theory and debate.*

Orihuela, J. (1997) *Narraciones interactivas: El futuro no lineal de los relatos en la obra digital*

Taylor, T.L. (2018) *Watch Me Play. The Rise of Game Live Streaming*

8.3 Filmografía

Amer, K. Jehane, N. (2019) *El gran hackeo.* EU. Netflix

Brett, G. (2015). *Do Not Track.* FRA. Upian

Caffey, G. (2020) *The last dance.* EU. Netflix

Cizek, K. (2004) *Filmmaker-in-Residence.* CAN. NFB

Dufresne, D. Brault, P. (2010) *Prison Valley: Time for Action.* FRA. Upian

Deweever-Plana, M. Fougère, I. (2012) *Alma: A Tale of Violence.* FRA. Upian

Halloran, N. (2015) *The fallen of World War II.* EU

Marcus, B. (2018) *The American meme*. EU.Netflix

RTVE. (2020) *BackUp - Cibercriminos*. ESP: Televisión Española

Webster, G. (2019) *Living the Stream*. CAN. Anthem Media Productions

9. Estudio de viabilidad

9.1 Planificación

En este apartado se expone el plan de trabajo previsto para poder realizar el proyecto. Este trabajo se centra en la elaboración del guion y el prototipo del documental. La idea inicial se ha visto modificada por las dificultades mencionadas anteriormente, por lo que diversas fases han variado de la propuesta inicial, obligando a que la parte final de la planificación se reajustara.

A continuación, se muestra el primer cronograma general que se elaboró para la realización del proyecto.

Figura 9.1 Diagrama de Gantt.



Fuente: Elaboración propia.

Las tres primeras fases, tanto la redacción de la memoria, como los análisis de la plataforma y referentes, se pudieron cumplir según lo establecido en el cronograma. La parte de la producción del documental por otra parte ha requerido de una modificación para ajustarla a las posibilidades reales del proyecto.

Así pues, a continuación, se incorpora el cronograma del proyecto una vez modificado y actualizado a las fechas reajustadas.

Figura 9.2 Diagrama de Gantt modificado



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la figura 9.2, las fases de análisis e investigación, han sido completadas como estaban previstas. Se ha ajustado el tiempo para una correcta elaboración del guion, sentando las bases del proyecto, y así poder empezar a trabajar a partir del esquema general. La elaboración del prototipo es la parte más importante y a la que se le ha destinado más tiempo.

Con el tiempo y las posibilidades, se ha ajustado el proyecto para elaborar el producto final deseado.

9.2 Análisis de la viabilidad técnica

Para la elaboración del proyecto ha sido necesario la utilización de diferentes recursos tanto técnicos como humanos. Así pues, en el siguiente apartado se exponen los recursos utilizados para las distintas fases.

Tabla 9.1 Recursos técnicos

Recursos técnicos		
Producción	Guion	<ul style="list-style-type: none"> Microsoft Word Office
Postproducción	Software	<ul style="list-style-type: none"> Adobe Premiere Pro 2020 Adobe After Effects 2020 Adobe Photoshop 2020

		<ul style="list-style-type: none"> • Klynt v.3
	Hardware	<ul style="list-style-type: none"> • Monitor BenQ BL2483 • Procesador Ryzen 5 3500X • 32Gb de memoria RAM 3.200MHz • Tarjeta gráfica Nvidia • 1Tb de memoria Seagate • MacBook Pro 13

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9.2 Recursos humanos

Recursos humanos	
Preproducción	<ul style="list-style-type: none"> • Analista e investigador
Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Guionista
Postproducción	<ul style="list-style-type: none"> • Editor • Montador Documental

Fuente: Elaboración propia.

9.3 Análisis de la viabilidad económica

Para la realización del proyecto será necesaria la utilización de diferentes materiales, tanto técnicos, como de archivo, así como humano. No obstante, es necesario destacar que la gran mayoría de estos eran propios de los integrantes del del equipo.

Referente al material de archivo será necesario la acreditación pertinente de los derechos para la exposición de estos dentro del ámbito académico.

Los recursos humanos recaen en las personas involucradas en el proyecto, así pues, no ha sido necesario invertir en este aspecto.

Finalmente hemos elaborado un presupuesto del coste aproximado del proyecto. Se han tenido en cuenta tanto los costes de los recursos técnicos como los humanos.

Tabla 9.3 Presupuesto recursos técnicos

Presupuesto recursos técnicos	
Descripción	Precio
Programas Adobe	250 €
Monitor BenQ	120 €
Procesador Ryzen 5 3500X	190 €
32Gb de memoria RAM 3.200MHz	180 €
Tarjeta gráfica Nvidia	570 €
1Tb de memoria Seagate	50 €
TOTAL:	1.360 €

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9.4 Presupuesto recursos humanos

Presupuesto recursos humanos			
Trabajo	Horas invertidas	Presupuesto x hora	Total
Analista e investigador	60	15€	900€
Guionista	30	15€	450€
Editor	25	15€	375€
Montador Documental	100	20€	2000€
TOTAL:		3.725€	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9.5 Presupuesto Total

PRESUPUESTO TOTAL	
Recursos técnicos	1.360 €
Recursos humanos	3.725€
TOTAL:	5.085 €

Fuente: Elaboración propia.

9.4 Aspectos legales

La parte teórica y práctica de este trabajo se ha construido a través de diversos autores y fuentes regidas por los derechos de autor. Esto implica que se puede hacer uso de ellos, siempre y cuando se cite de manera adecuada dichas fuentes.

Las imágenes utilizadas en la parte práctica del trabajo son de uso estrictamente académico en el ámbito universitario, las fuentes de todas las imágenes estarán citadas y se atribuirá el crédito a la entidad o persona pertinente. Se ha dedicado un espacio específico en el apartado de créditos para ello.

10. Anexo

Anexo I. Escaleta documental interactivo

Capítulo/Tema	Explicación	Elementos extras
Los inicios de Twitch, Justin.tv	De dónde nace la plataforma, cuáles fueron sus inicios y sus creadores. Repaso histórico de los primeros de la plataforma creada por Justin Kan y Emmett Shear el actual CEO de la plataforma.	<ul style="list-style-type: none"> • Primeros videos de la plataforma Justin.tv • Noticias sobre la creación de la plataforma • Opiniones de usuarios en las redes sociales
De Justin.tv a Twitch.tv	La transición de una plataforma en vivo, a convertirse en una plataforma para <i>gamers</i> . Las consecuencias y lo que supuso.	<ul style="list-style-type: none"> • Noticias del cambio • Reacciones de los usuarios • Declaraciones de los responsables • Primeras experiencias en la nueva plataforma
La explosión de Twitch	Debido a diferentes sucesos en la plataforma como “Twitch Plays Pokemon”, la popularidad de esta aumentó de manera drástica. Explicación de los acontecimientos y sucesos que provocaron la explosión de popularidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Datos de participaciones • Contextualización de los eventos/sucesos • Comparaciones de audiencias
Amazon adquiere Twitch	En 2014 Amazon adquiere Twitch y lo lleva a otro nivel, la llegada de la compañía estadounidense supone un incremento de presupuesto y en consecuencia una posibilidad infinita de mejoras en la plataforma.	<ul style="list-style-type: none"> • Datos económicos • Declaraciones de los responsables • Reacción de los usuarios y competidores • Noticias del suceso • Repercusión en bolsa
Nuevas estrategias de mercado	Con la llegada de Amazon se implementan nuevas estrategias de mercado. Aparecen nuevas formas de financiación y donaciones para los creadores de contenido conocidas como <i>cheering</i> , los usuarios de Amazon Prime obtienen beneficios y ventajas dentro de la plataforma de Twitch.	<ul style="list-style-type: none"> • Comparación datos económicos • Reacción de los usuarios
La pandemia	La pandemia supuso de manera irónica un beneficio para la plataforma, con la cantidad de posibles actividades reducidas al mínimo, la plataforma se convirtió en una de las	<ul style="list-style-type: none"> • Noticias • Reacciones de los usuarios

	principales formas de entretenimiento del momento. Esto desembocó en una segunda explosión de popularidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Comparaciones de audiencia con diferentes medios • Repercusión mundial
Segunda explosión, batiendo récords de audiencia	El descubrimiento para muchos de la plataforma gracias a la pandemia, colocó a la plataforma en la cima del mundo. Diferentes <i>streamers</i> empezaban a tener cifras desorbitadas de <i>viewers</i> y empezaron a batir récords de audiencia.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de usuarios • Comparaciones de audiencias • Reacciones de los usuarios • Noticias al respecto
Los <i>streamers</i>	Repaso de los mayores contribuidores de la plataforma, así como el contenido que producen.	<ul style="list-style-type: none"> • Videos personalizados • Fichas personales • Biografía • Datos relevantes
Teorización sobre su posible futuro	Elaboración de la teoría que coloca a Twitch como una nueva forma de televisión que acabará por dejar a este medio obsoleto.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis en profundidad de las cifras de audiencia • Comparación con los métodos y capacidades de otros medios

Anexo II. Guion documental interactivo

Guion realizado en base al análisis de Rubén Villalonga Lozano y el análisis propio de las estructuras y funcionamiento de la plataforma.

Introducción

Escena	Imagen	Información	Botón
Escena inicial	Videos consecutivos por años	Visualizaciones de usuarios	Salta el video

La escena inicial será un video donde se mostrarán clips consecutivos de la historia de Twitch con la intención de familiarizar al espectador con la plataforma y la idea del documental.

Escena	Imagen	Información	Botón
Home	Presentación del documental	Título + subtítulo - Imagen promocional	Inicio Instrucciones

***¿Qué es Twitch? ***

Pequeña explicación de la plataforma para usuarios sin relación con el objeto de estudio del documental.

Menú Principal

Escena	Imagen	Información	Botón
Imagen principal desde donde se podrá acceder a las diferentes escenas	Imagen representativa de cada capítulo (7)	Título + explicación de cada apartado	Redirección hacia las diferentes escenas

APARTADOS

01.

Capítulo	Justin.tv		
Apartado	¿Qué es?	Historia	Fundadores
Explicación	Explicación de cómo empezó a funcionar la plataforma	Inicios y cómo surgió la idea	Información de los fundadores

Explicación inicial:

Para entender Twitch tal y como lo conocemos hoy en día debemos remontarnos al 2007. Twitch nace de la plataforma JustinTV que posteriormente se convertiría en la Twitch que conocemos hoy en día.

AP. Qué es?

Video donde Justin Kan nos muestra cómo funcionaba la plataforma en sus inicios

AP. Historia

Justin TV empezó como una propuesta de una start-up en Y Combinator (una incubadora de start-ups) de Silicon Valley , dos amigos Justin Kan, Emmett Shear, propusieron la idea de retransmitir en directo la vida de una persona las 24h del día. Tras una reunión para aprobar su proyecto los responsables de nuevas start-ups pensaron que tenía futuro y les dieron 50k para iniciar el proyecto.

El proyecto se convirtió en el epicentro de bromas de parte de los espectadores para hacer más entretenido el directo pues la vida de Justin no era tan entretenida.

Con el tiempo la gente quiso disponer de esa tecnología para crear su propio contenido pues pensaba que podían hacer un mejor trabajo que los creadores. Para ese entonces Justin y Emmet ya habían encontrado a dos cofundadores más para conseguir producir esa tecnología para el público. (Kyle Bogt y Michael Seibel...) se unieron al equipo que posteriormente sentaría las bases de lo que hoy conocemos como Twitch.

Video explicativo de Justin Kan i Emmet

AP. Fundadores (Funcionamiento mediante Rollover)

- Justin

1983., Yale Univeristy

Junto con Emmett, creadores de la idea que daría vida a la start-up Justin.tv. Fue el encargado de ponerse la cámara y grabar su vida las 24h del día. Conocido como inversor, ha estado al mando de diferentes proyectos como; Social Cam y Atrium.

- Emmet

1983, Yale University

Al mando del proyecto junto a su amigo Justin, era el encargado de todas las decisiones importantes de la empresa. Posteriormente se convertiría en CEO tanto de Justin.tv como Twitch. Actualmente es el único fundador que aún sigue en la empresa.

- Kyle

1983, MIT

Se unió posteriormente al equipo para desarrollar la tecnología necesaria para poder dar al público la posibilidad de crear su propio contenido en línea. Conocido como el “genio del código” salvo a la empresa en diversas ocasiones con problemas del sistema.

- Michael

1982, Yale University

Al igual que Kyle se unió al equipo un poco más tarde, amigo de Justin, ayudó a la empresa a crecer y a idear nuevos formatos y herramientas para la plataforma. Ideó diversos proyectos paralelos como SocialCam donde acabaría como CEO. Actualmente es uno de los directores de Y Combinator, una empresa que ayuda a startups a dar sus primeros pasos.

02.

Capítulo	Lanzamiento de Twitch		
Apartado	Transición	Crecimiento	Fin de Justin.tv
Explicación	Cómo se pasó de una plataforma a otra	Aumento de cifras de usuarios los primeros años	Justin.tv cierra, opinión de los fundadores

Explicación inicial:

Después de la popularidad obtenida por las categorías de videojuegos y e-sports, los fundadores deciden el seis de junio de 2011, durante la Electronic Entertainment Expo, lanzar al mercado un spin-off de Justin.tv, denominado “Twitch.tv”. Esta nueva plataforma se centraría únicamente en la transmisión en directo de videojuegos y eventos de e-sports, mientras que Justin.tv mantendría el resto de categorías.

AP. Transición

Video entrevista de Justin Khan, explicación de cómo fue la idea de Emmet y lo que supuso para la empresa.

AP. Crecimiento

En poco tiempo Twitch eclipsó a Justin.tv, hasta el punto que en 2014 Justin.tv se cerró para enfocar todos los recursos en Twitch. Con diferentes creadores de contenido en la plataforma, las temáticas empezaron a ser cada vez más distintas. Una de ellas prevalecía sobre las demás, los Videojuegos.

En 2011 los creadores de Justin.Tv viendo la popularidad que habían adquirido los videojuegos, decidieron crear una plataforma única y exclusivamente para retransmitir videojuegos. En su primer año Twitch consiguió 3,2 usuarios únicos al mes, y en 2012 los usuarios ya alcanzaban los 20 millones mensuales. Llegados al 2013 Twitch se convirtió en la plataforma número 1 para retransmitir en directo videojuegos con más de 45 millones de usuarios mensuales.

La plataforma empezó a ganar popularidad y funcionaba mejor que la propia Justin.tv. En 2014 los fundadores de ambas plataformas decidieron cerrar Justin.TV para centrar toda su atención en Twitch

Animación gráfica aumento de usuarios

AP. Fin de Justin.Tv

Emmett Shear, Kyle Vogt, Kevin Lin y Bill Morrier dan sus últimas opiniones en un video emotivo sobre Justin.tv

03.

Capítulo	Twitch Plays Pokemon		
Apartado	¿Qué fue TTP?	Estadísticas	Momentos
Explicación	Resumen del evento	Los números que alcanzó	Mejores momentos con titulares de periódicos recordando la trascendencia del suceso

*Variación del formato. Adaptación al videojuego Pokémon Rojo (1998) uso de pokeball (botón) para interactividad

AP. ¿Qué fue TTP?

TwitchPlaysPokemon fue un experimento social realizado por un programador anónimo en un canal homónimo de Twitch. El experimento consistía en jugar al videojuego Pokémon Rojo a través de comandos escritos por los espectadores en el chat del canal, de esta forma, los usuarios del stream podrían participar directamente en el juego. Toda esta idea fue desarrollada por un programador anónimo hasta el día de hoy.

Botón extra:

Para que el juego avanzará el creador estableció dos modos

- Anarquía. funcionaba a partir de los comentarios de la gente sin orden alguno
- Democracia: el juego ejecutaba el comando que en un periodo limitado de tiempo había sido más repetido.

Botón extra: Revive la historia → link directo a un video con los mejores momentos.

AP. Estadísticas

By the numbers:

- Duración del evento: 16 días, 7 horas, 45 minutos y 30 segundos.
- Usuarios participantes: 1,165,140
- Comandos utilizados: 122+ millón
- Pico de usuarios: 121,000
- Visualizaciones únicas: 9+ millón
- Total de visualizaciones: 36+ millón
- Minutos visualizados: 1+ billón

AP. Momentos

Vídeo Resumen del evento + titulares:

BBC - "More than one million people taking part in an online "social experiment" have completed a game of Pokemon"

The Guardian - "Twitch Plays Pokemon: live gaming's latest big hit"

Insider - "This story perfectly shows what an astonishing success Twitch is"

EuroGamer - "Twitch Plays Pokemon is so popular it's breaking Twitch chat"

The Washington Post - “120,000 players managed to play one epic game of Pokemon”

04.

Capítulo	Amazon		
Apartado	La compra de Twitch	Nuevas estrategias de mercado	Twitch Prime
Explicación	Justin Khan explica cómo fue vender la empresa a Amazon	Nuevos formatos implementados por Amazon	Los beneficios de tener Amazon Prime para Twitch

Explicación inicial

Debido al crecimiento de Twitch, múltiples compañías se interesaron en su compra. Toda esta atención llevó inevitablemente a que los nombres más importantes de la tecnología, Google y Amazon, compitieran por la propiedad del servicio.

El día 18 de mayo, la revista Variety informó de un preacuerdo de Google para adquirir Twitch por 1 billón de dólares americanos. El acuerdo no se acabó de finalizar por la preocupación de Google por infringir la ley del derecho de la competencia, ya que Google también es propietaria de Youtube. Poco después, el día 25 de agosto de 2014, Amazon adquiere Twitch por alrededor de 970 millones de dólares

El CEO de la plataforma (Emett Sherer) afirmó que se decidieron por Amazon entre todas las ofertas porque compartían sus valores, visión de futuro y podrían mantener la plantilla de empleados.

AP. Compra de Twitch

Video explicativo de la venta de la plataforma narrado por Justin Khan

AP. Nuevas estrategias de mercado

Cheering

Twitch se había consolidado como una plataforma esencial en los nichos de transmisión en vivo y deportes electrónicos, pero estaba buscando una manera de involucrar más a los espectadores.

Amazon innovó en ese sentido e implementó cambios en el sistema de monetización de la plataforma. En junio de 2016 se introdujo el modelo de “cheering”, que consiste en una micro transacción a través de monedas llamadas “Bits”, que, según Twitch: “permiten alzar la voz en el chat con emoticonos animados y expresar tu entusiasmo al instante a través de extensiones y marcadores interactivos. Además, Twitch premia a los *streamers* por los Cheers de su canal, normalmente con 1 céntimo de dólar por Bit.

Botón extra: ¿Que son los Bits?

Los bits son una forma de micro pago introducida por Twitch en 2016. Es un tipo de donación que se efectúa a través de Amazon con un margen de beneficio más alto que una donación clásica. Los bits permiten interacciones especiales a través de emoticonos y extensiones, también protegen más a los creadores, ya que no pueden ser reembolsados.

Botón extra: Juego como donación de Bits**AP. Twitch Prime**

En agosto de 2016, Twitch introdujo el servicio conocido como “Prime Gaming”, que consiste en otorgar a los miembros de Amazon Prime beneficios exclusivos de Twitch, como emoticonos adicionales y la posibilidad de suscribirse a un streamer gratuitamente por mes. También comenzó a ofrecer streamings sin anuncios, descuentos en la compra de juegos y contenido gratuito en diversos juegos populares.

Botón extra: *Declaraciones del CEO Emmett Shear sobre Twitch Prime*

05.

Capítulo	Pandemia	
Apartado	Aumentos en las cifras	Récord
Explicación	Aumento en las cifras gracias al confinamiento	El récord de visualizaciones que se rompió

En 2020, la pandemia que afectó el mundo fue devastadora para muchas empresas, no obstante, no lo fue para Twitch. Debido al aburrimiento y sin nada que hacer Twitch se convirtió en el centro de atención de muchas personas y usuarios. Retroalimentándose con los videojuegos tanto la industria de estos como Twitch aumentaron en gran medida su flujo de usuarios y ventas.

AP. Aumento en las visualizaciones.

Nuevas cifras

La plataforma experimentó un crecimiento de creadores de contenido.

Pero lo más impactante fue que aumentó un 50% las horas de visualización respecto al primer trimestre de 2020

La audiencia aumentó un 50% a raíz de la pandemia. Las horas de visualización aumentaron por más de 5 mil millones. Juegos como Fall Guys o AmongUs ayudaron a viralizar la plataforma y atraer más espectadores. La gente se sumaba al movimiento y cada vez eran

más los que se iniciaban en la aventura de crear su propio contenido. Twitch era el centro donde jugadores, espectadores y usuarios pasaban sus horas de encierro.

En comparación a otros canales que ofrecen un servicio similar Twitch abarcaba el 68% del mercado respecto a su competencia.

*Gráfico del aumento

Botón extra: encuentra la corona de Fall Guys

Información Bonus por encontrar la corona

- ¿Sabías que? Algunos jugadores profesionales de fútbol como Neymar Jr o Courtois abrieron su propio canal y empezaron a emitir video debido al confinamiento.

AP. Réconds

TheGrefg batió el récord que anteriormente estaba registrado en 600.000 personas hacía poco más de un mes.

En lunes 11 de enero de 2021 se rompió el récord de más visualizaciones en directo. El creador de contenido español TheGrefg consiguió reventar todos los récords de Twitch rompiendo su propia marca y convirtiéndose con mucha diferencia en el *streamer* más visto de la historia gracias a su último directo de Fortnite.

Durante este directo, Grefg mostró por primera vez su propia skin de Fornite, uno de los videojuegos más populares del momento. Mientras realizaba la retransmisión el creador español logró alcanzar un pico de 2.468.668 millones de espectadores en su minuto de oro en una retransmisión que duró algo más de 4 horas y que contó con una media de más de 967.428 espectadores alcanzando también los 5,1 millones de espectadores únicos durante el directo.

Botón extra: Tuits del en referencia al suceso

Botón extra: Revive el momento, *video del momento del récord de espectadores.*

0.6

Capítulo	Los <i>streamers</i>
----------	----------------------

Un transmisor en línea, en vivo o transmisor de internet (también utilizado el anglicismo *streamer*), es una persona que transmite en línea a través de una transmisión en vivo o video pregrabado.

Los *streamers* o transmisores en vivo de internet, son aquellas personas que producen/transmiten un contenido en línea mediante una plataforma. En este caso la plataforma de Twitch.

Muchos de ellos han acumulado grandes cantidades de seguidores y se han hecho mundialmente conocidos.

Botón extra: Conoce a los mejores del mundo

- Menú para seleccionar los diferentes *streamers* -

AP- IBAI Ranking: #5

Ibai es un *streamer* español conocido por su trabajo realizado anteriormente como narrador de e-sports. Se convirtió en *streamer* a tiempo completo tras fichar por el equipo de e-sports G2 en 2020. Actualmente trabaja por su propia cuenta junto a sus amigos viviendo todos en la misma casa.

Seguidores: 6.23M
Horas en directo: 2,763h
Horas de visualización: 115M
Máximos usuarios en directo: 1,538,645
Media de usuarios en directo: 41,636

Botón extra: Link a su canal de Twitch

AP - AuronPlay Ranking: #4

AuronPlay es un *streamer* español conocido por su contenido basado en el humor y los videojuegos. Entre su contenido destacan los videojuegos de GTA V y las reacciones a videos de otros creadores.

Seguidores: 8.76M
Horas en directo: 1,473h
Horas de visualización: 122M
Máximos usuarios en directo: 313,347
Media de usuarios en directo: 83,005

Botón extra: Link a su canal de Twitch

AP - EL RUBIUS Ranking: #14

ElRubius es un *streamer* español de origen noruego, tremenda conocido por su canal de YouTube con el mismo nombre trasladó su contenido a la plataforma de Twitch para poder tener una interacción más directa con sus usuarios. Destaca en el ámbito de los videojuegos, aunque suele dedicar mucho tiempo a directos centrados en la interacción con el chat.

Seguidores: 9.21M
Horas en directo: 2,534h
Horas de visualización: 115M
Máximos usuarios en directo: 344,676
Media de usuarios en directo: 45,202

AP - xQcOW Ranking: #1

Félix Lengyel mejor conocido como xQcOW es un ex-jugador profesional del videojuego Overwatch (para los Dallas Fuel Team). Fue expulsado de la competición por unas declaraciones controversiales y acabó dedicándose plenamente a la retransmisión en directo.

Seguidores: 5.80M
Horas en directo: 14,349h
Horas de visualización: 392M
Máximos usuarios en directo: 222,720
Media de usuarios en directo: 27,310

Botón extra: [Link a su canal de Twitch](#)

AP - Summit1g Ranking: #31

Jaryd Russel, mejor conocido como Summit1g es un ex-jugador profesional del videojuego Counter Strike (A51 & Mythic teams). Tras retirarse se convirtió en uno de los *streamers* más conocido retransmitiendo sus partidas de CS:GO y WarZone.

Seguidores: 5.92M
Horas en directo: 14,679h
Horas de visualización: 354M
Máximos usuarios en directo: 310,998
Media de usuarios en directo: 24,118

Botón extra: [Link a su canal de Twitch](#)

AP - NickMercs Ranking: #29

Nicholas Kolcheff es un *streamer* americano y copropietario del famoso equipo FaZeClan. Ex-jugador profesional de videojuegos como Gears of War y Halo, es conocido por sus altercados con otros creadores de contenido.

Seguidores: 5.76M

Horas en directo: 9,759h

Horas de visualización: 207M

Máximos usuarios en directo: 371,232

Media de usuarios en directo: 21,213

Botón extra: Link a su canal de Twitch

07.

Capítulo	La nueva televisión	
Apartado	Nueva Amenaza	Nueva televisión
Explicación	Que lo convierte en una nueva amenaza para los medios	Que lo convierte en una supuesta nueva forma de televisión

AP. Nueva amenaza

Twitch empezó siendo una plataforma únicamente centrada en videojuegos, pero la implementación de las categorías no relacionadas con los videojuegos abrió la puerta a un contenido generalizado que promueve la entrada de un nuevo tipo de *streamer* y de espectador.

Twitch se ha convertido en una amenaza para sus ya considerados “competidores” (los medios actuales) gracias a sus características innatas.

Botón extra: La figura del *streamer*

La figura del *streamer* es cada vez más importante, visto que cuanto más contenido no relacionado con videojuegos se produce, más relevancia y atención recae sobre la personalidad del creador. Es por este motivo, que se ha constatado en diversos estudios, una predilección de los *streamers* de magnificar su personalidad o crear un personaje de ellos mismo, para convertir su persona en parte del contenido.

Botón extra: El sentido de comunidad

En lo que respecta al sentido de comunidad, la interacción sincrónica y la posibilidad de participar en eventos únicos, así como el crecimiento del contenido *Just Chatting* que

fomenta la interacción con el chat y la visualización de vídeos de forma colectiva, satisface la necesidad de socialización externa del espectador.

Botón extra: La interacción y el momento único

Se ha podido observar como la proximidad entre el creador y el streamer es un factor clave en el éxito de la plataforma, el hecho de interactuar sincrónicamente, ya sea por el chat o por donaciones, da un sentido de conexión entre el espectador y el creador único.

El hecho de que las transmisiones de la plataforma sean esencialmente en directo crea un sentimiento de evento único e irrepetible, que genera el denominado síndrome de FOMO (Fear of Missing Out).

AP. Nueva televisión

Twitch se ha convertido en el nuevo formato de entretenimiento de moda, los mismos *streamers* tienen unos horarios preestablecidos donde suelen emitir su contenido, parecido a la programación televisiva. Aunque parecido siempre diferente por sus características que lo hacen único y especial.

En definitiva, proclamar que Twitch es “la nueva televisión” requiere de una investigación de años. Sin embargo, es incuestionable que Twitch, a lo largo de estos últimos quince años, ha evolucionado para convertirse en una plataforma muy similar a la televisión moderna y participativa.

Video del streamer Ibai Llanos hablando de Twitch como una nueva forma de televisión

Fundació TecnoCampus
Mataró-Maresme
Avinguda d'Ernest Lluch, 32
08302 Mataró (Barcelona)
Tel. 93 169 65 01
www.tecnocampus.cat



Centres universitaris adscrits a la

