



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

Análisis de Twitch como nuevo paradigma
comunicativo: El caso de Gerard Romero

Esteban Hernández Díaz

Tutora: Amaia Arribas Urrutia

Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de América y
Periodismo

Curso: 2023-24

Contenido

1. Resumen	3
2. Introducción	5
2.1 Justificación	5
2.2 Objetivos	6
3. Estado de la cuestión	7
3.1 Marco teórico	7
3.1.1 El streaming.....	7
3.1.2 Historia y desarrollo de Twitch	8
3.1.3 Cómo funciona Twitch.....	9
3.1.4 Las famosas comunidades en Twitch y su participación en el directo	10
3.1.5 Monetización en Twitch, ¿Cómo se genera dinero?	11
3.1.6 Los diferentes contratos de streamers en Twitch.....	12
3.1.7 Twitch a día de hoy	13
3.1.8 Periodistas deportivos españoles en Twitch	14
3.2 Marco contextual.....	16
3.2.1 Inicio y desarrollo del trabajo de Gerard Romero	16
3.2.2 Jijantes, el canal de Twitch de Gerard Romero	17
3.2.3 El equipo de trabajo de Gerard Romero.....	18
3.2.4 Contenidos del canal de Gerard Romero:	20
4. Metodología	23
5. Resultados.....	24
6. Conclusiones	32
7. Referencias bibliográficas	34
8. Anexos	37

1. Resumen

Twitch nació en 2011 como una plataforma derivada de la ya existente Justin.TV. En un principio nace como una plataforma para emitir videojuegos en directo, pero su popularización hizo que el campo de acción de Twitch se abriese a nuevos horizontes como es el caso de la información deportiva. En este campo destaca especialmente Gerard Romero, quien abrió su canal en esta plataforma en diciembre de 2020 y a día de hoy ya cuenta con 708.000 seguidores y 6.540 espectadores de media.

Mediante este trabajo se realiza un análisis de su canal de Twitch, desde los contenidos que realiza y con qué frecuencia, hasta un marco temporal sobre la construcción de su comunidad en esta plataforma. Se llevará a cabo una metodología mixta que combine técnicas cuantitativas, como la recopilación de las estadísticas del canal, junto con técnicas cualitativas como entrevistas a sus trabajadores: Albert Rogé y Carlos Monfort. La metodología de trabajo en el caso de Gerard Romero dista mucho a la de un medio tradicional. Tanto Carlos Monfort como Albert Rogé coinciden en que la mayor diferencia entre un medio tradicional y el Twitch de Gerard Romero recae en la libertad creativa y de tiempo que les ofrece la plataforma y el streamer.

El punto de inflexión de Gerard Romero llegó el 31 de diciembre de 2021, superando los 18.000 espectadores de media. El 1 de septiembre de 2022 alcanzó en un directo un pico máximo de audiencia de 146.872 usuarios. En 2021 Gerard Romero ocupaba el puesto 1.890º en Twitch en cuanto a seguidores, en 2022 el 173º, mientras hoy en día posicionó su canal en el top 100 del mundo.

Palabras clave: Twitch, Periodista, Gerard Romero, Streamer, Futbol Club Barcelona.

Abstract

Twitch was born in 2011 as a platform derived from the already existing Justin.TV. At first it was born as a platform to broadcast live video games, but its popularization made Twitch's field of action open to new horizons such as sports information. In this field Gerard Romero stands out especially, who opened his channel on this platform in December 2020 and today already has 708,000 followers and 6,540 viewers on average. Through this work, an analysis of his Twitch channel is carried out, from the contents he performs and how often, to a time frame on the construction of his community on this platform. A mixed methodology will be carried out combining quantitative techniques, such as the collection of channel statistics, along with qualitative techniques such as interviews with their workers: Albert Rogé and Carlos Monfort. The working methodology in the case of Gerard Romero is far from that of a traditional media, both Carlos Monfort and Albert Rogé agree that the biggest difference between a traditional media and Gerard Romero's Twitch lies in the creative freedom and time offered by the platform and the streamer.

Gerard Romero's turning point came on December 31, 2021, surpassing 18,000 viewers on average. On September 1, 2022 he reached in a live stream a maximum peak audience of 146,872 users, In 2021 Gerard Romero ranked 1,890th on Twitch in terms of followers, in 2022 173rd, while today he positioned his channel in the top 100 in the world.

Keywords: Twitch, Journalist, Gerard Romero, Streamer, Fútbol Club Barcelona.

2. Introducción

2.1 Justificación

Los tiempos han cambiado y el periodismo no se ha quedado atrás, hoy en día el consumo de información está al alcance de prácticamente cualquier persona ya que existen multitud de sitios y plataformas donde es posible leer e informarte. Parece muy loca la idea de que hace siglos informarse era un bien tan preciado y codiciado que se realizaban lecturas grupales en las plazas de las ciudades para que la población estuviera informada, a causa de lo que costaba adquirir estas publicaciones.

Con la aparición primero de la imprenta y siglos más tarde de la radio y la televisión la información se fue abriendo con el paso del tiempo a mucha más gente, pero sin punto de comparación a lo que podemos optar hoy en día.

Los primeros en dar el gran paso hacia lo digital fueron los medios tradicionales con la apertura de los diarios digitales en los que publicaban la información que aparecía recogida en el periódico impreso. De todas formas, las nuevas generaciones consumen mucho más contenido visual que escrito, por lo que la información empezó a tirar por plataformas que te permitían plasmar lo que quieres explicar mediante vídeos. Así, sitios webs como YouTube empezaron a albergar mucho contenido informativo, además del entretenimiento que ya disponían.

Durante la pandemia producida por el COVID-19, la plataforma Twitch comienza a escalar en importancia debido a todo el tiempo que se encontraba la gente en casa. En un inicio esta plataforma se basaba en jugar a videojuegos en directo mientras hablas con tu audiencia, pero, debido al boom que hizo, esta evolucionó y cada vez perfiles más variopintos comenzaron a realizar emisiones en directo en Twitch.

Uno de los perfiles que más rápido hicieron ruido en la plataforma fue el de periodista deportivo quizás ayudados por Ibai Llanos, uno de los streamers más importantes del mundo y amante del deporte también. Ibai Llanos retransmitió durante la temporada 2021/22 la Ligue 1 (Liga francesa de fútbol) tras hacerse con los derechos televisivos, además, retransmitió durante los últimos tres años la gala de balón de oro con imagen y enviado especial a París para cubrir la gala.

Dentro de esta figura de periodista deportivo destacan casos como Siro López o Rubén Martín, pero hay un nombre que en cuanto a números de audiencia está por encima del resto, el de Gerard Romero.

Gerard Romero, aunque con dudas, fue el primer gran periodista deportivo que dio el paso de dejar el periodismo deportivo tradicional para convertirse en streamer en Twitch, aunque sin perder su esencia. Transformó su forma de hacer periodismo para poder aprovechar todas las ventajas que le ofrecía la plataforma y así poder llegar a una audiencia mucho mayor.

Hoy en día, el catalán es el periodista deportivo español con mayor número de audiencia media y suscriptores en Twitch, lo que le hace ser una referencia no solo dentro del periodismo sino a nivel global en Twitch.

2.2 Objetivos

PRINCIPAL

-Analizar la plataforma de streaming “Twitch” y el canal de Gerard Romero.

ESPECIFICOS

-Identificar las características distintivas del periodismo deportivo en Twitch: Lo que hace que la tarea periodística en este campo se desempeñe de una manera distinta respecto a los medios de comunicación tradicionales.

-Analizar a la figura del periodista deportivo Gerard Romero desde sus inicios hasta la actualidad para conocer qué le impulsó a ser periodista deportivo, sus inicios, y desarrollo. y su paso a Twitch.

- Estudiar la metodología de trabajo de “JIJANTES” en Twitch para conocer cómo trabaja un medio puntero en esta plataforma, su forma de cubrir las noticias y cómo las trasladan a su audiencia.

-Analizar los distintos tipos de contenido de los que se nutren los directos de Gerard Romero, con el punto de salida de su gran proyecto: “JIJANTES” para explicar

cada tipo de contenido, así como la frecuencia con la que se realizan y los protagonistas en cada caso.

-Describir al equipo que compone el canal de Gerard Romero para presentar a cada uno de los integrantes, explicar sus inicios, cómo empezaron a trabajar con Gerard Romero y lo que significa para ellos el periodismo.

-Describir el panorama actual del periodismo deportivo español en Twitch, a través de figuras del periodismo deportivo español contrastadas como Miguel Ángel Román o Siro López, periodistas que compaginan su actividad profesional en medios más tradicionales con esta nueva plataforma.

3. Estado de la cuestión

3.1 Marco teórico

3.1.1 El streaming

Según la editorial Etecé el nacimiento del término streaming: indica que el término streaming proviene del inglés, stream, y hace alusión a la “transmisión ininterrumpida del contenido audiovisual” (Editorial Etecé, 2022).

El Grupo Educar explica además que fue en el año 1920 cuando por primera vez se utilizó dicho término. Además, señalan que fue George Owen Squier, perteneciente a la empresa Muzak, quien inventó un sistema de transmisión y distribución de música a través de líneas eléctricas, en ese momento se encontró con algunas trabas en el camino, ya que la tecnología de esa época no le permitió seguir adelante con el proyecto.

El Live Streaming se puede definir como “la transmisión en vivo de datos a través de Internet, en audio o video”. Este se popularizó con el desarrollo digital y se caracteriza por ser un recurso “muy interesante para involucrar a tu audiencia y realizar eventos de todos los tamaños” (Cayo Wobcken, 2020).

La diferencia entre las plataformas de streaming y las plataformas de streaming en directo está en que las primeras se basan en la “transmisión continua de datos multimedia, como vídeo y audio, que los espectadores pueden ver o escuchar en tiempo real sin necesidad de descargar el archivo completo”. Permitiendo una experiencia de visualización fluida

(Leticia Calvo, 2023). Algunos ejemplos de estas plataformas son Netflix, Amazon prime video, HBO Max... Mientras que la tecnología de streaming en directo es “la forma en que los vídeos se transmiten por Internet en vivo, mientras se están grabando. Esta tecnología se puede entender como la contestación de Internet a las retransmisiones televisivas en directo (Krings, 2022).

Leticia Calvo explica algunas de las plataformas de streaming en directo más importantes que existen, estas “ofrecen herramientas y audiencias específicas para diferentes tipos de contenido en directo (Leticia Calvo, 2023):

- YouTube Live: Se basa en una extensión de la plataforma de vídeos más grande del mundo, conocida como YouTube. En esta, los creadores emiten en directo desde sus canales de YouTube, provocándola llegada de más público.
- Facebook Live: Al igual que en el caso anterior, esta plataforma permite al dueño del canal desde el que se difunde el directo en cuestión, emitir en directo desde su perfil de Facebook.
- KICK: La plataforma más joven de todas, esta está respaldada por un hombre poderoso en el mundo de las apuestas con criptomonedas y, en teoría, “con una normativa mucho más laxa que la de Twitch”. Según nos indica Christian Collado (2023), esta cuenta con muchas semejanzas respecto a Twitch, sobre todo en apariencia y categorías de contenido.
- Twitch: La plataforma en la que se centrará el trabajo. Es la líder en transmisiones de vídeo en vivo, aunque en un principio estaba centrada en videojuegos, hoy en día se encuentran infinidad de contenidos en esta plataforma.

3.1.2 Historia y desarrollo de Twitch

Lucio Ferrantelli (2021) explica que el inventor de Twitch es Justin Kan. Este, según el autor, ingresó en el año 2001 en la prestigiosa Universidad de Yale, para cursar las carreras de física y filosofía. Ferrantelli continúa explicando que, junto a un compañero, ideó un calendario online llamado Kiko, que recibió inversiones 70.000 dólares y que en 2006 subastaron en eBay vendiéndolo por 258.100 dólares. Lucio Ferrantelli indica que ese

mismo año, Kan se unió su hermano Daniel, su socio Shear y Michael Seibel y juntos crearon Justin.tv.

Steven Queiruga (2023) explica que Twitch nació en 2011 como una plataforma derivada de la ya existente Justin.tv. Esta, conocida como la “plataforma morada” por el color de su logo, creció tan rápido que no tardó en llamar la atención de los más grandes de la tecnología.

Matt Gómez, (2019) señala que en 2014 esta web ya contaba con 35 millones de espectadores mensuales, lo que llamó la atención de los gigantes de la tecnología. El mismo autor indica que, según Forbes, “Google estaba interesada en comprar esta plataforma por un precio desorbitante, pero finalmente se retractaron porque ya tenían su propio producto, YouTube”.

En este mismo año, según indica Naiara Olague en la web ttandem, Twitch fue la tercera fuente de tráfico en Estados Unidos, después de los gigantes: Google, Apple y Netflix. Visto el éxito, Amazon no se lo pensó dos veces y adquirió la compañía en ese mismo año, por 970 millones de dólares. Finalmente fue Amazon en 2014 quien adquirió la empresa por 970 millones de dólares.

Como se comentó anteriormente, a pesar de que la plataforma es conocida principalmente por el contenido en directo de videojuegos, con el tiempo ha ido diversificando su contenido incluyendo deportes, como la copa América 2019 de fútbol emitida en el canal de Twitch de Ibai Llanos y otros tipos de contenidos como informativos o de humor. Tras la compra de Twitch por parte de Amazon, la plataforma no paró de crecer ayudada entre otras cosas por el éxito de los videojuegos en todo el mundo y por la pandemia vivida en el año 2020, la cual confinó a toda la población en casa durante meses (Steven Queiruga, 2023). Además, Naiara Olague habla de este confinamiento y afirma que este supuso un acelerón en el crecimiento de esta red social, ya que consiguió aumentar su comunidad en un 52% en comparación con meses pasados.

3.1.3 Cómo funciona Twitch

Claudia Roca (2023) hace referencia a lo explicado anteriormente comentando que la plataforma social ofrece la posibilidad de ver y emitir transmisiones en vivo, pudiendo

interactuar con la audiencia a través de un chat que ofrece la plataforma. La autora continúa indicando que, “al abrirlo verás en el centro las opciones de transmisiones en directo en tiempo real. Además, la red te da recomendaciones según tus gustos”. Claudia Roca señala que en la pestaña superior se pueden apreciar cuatro secciones diferentes, “allí destaca «siguiendo», que muestra todas las novedades de los canales que están transmitiendo en ese momento. Mientras tanto, en «explorar» descubrirás otros canales que estén haciendo en un live”. Las dos últimas pestañas son Esports y Música, donde Twitch te muestra recomendaciones relacionadas a esos temas”.

La autora concluye explicando que la persona que decide iniciar una transmisión, la plataforma ofrece la posibilidad de elegir una categoría y etiqueta que servirá para que las personas te encuentren. Además, en lo que respecta a los usuarios, indica que también “puedes suscribirte o solamente ser seguidor de un canal, con la diferencia de que el primero paga una cuota mensual que le da algunas ventajas”, aspecto que se explicará en los próximos párrafos.

3.1.4 Las famosas comunidades en Twitch y su participación en el directo

Según la página web especializada “Truco teca”, “una comunidad en Twitch es un grupo de personas conectadas por su interés en un tema o contenido específico”, es decir, una comunidad es la audiencia que ve al streamer, las comunidades se forman alrededor de los streamers y de sus canales.

La página defiende la comunidad en Twitch como “un espacio interactivo donde los usuarios pueden chatear en tiempo real, participar en encuestas, juegos y otras actividades”. Además, estas comunidades también pueden influir en la dirección del contenido que se transmite, a través de sugerencias de los espectadores. Formar parte de estas comunidades es tan fácil como crear una cuenta en la plataforma y comenzarlos a seguir.

Matt Miller (2021), escribió en la revista de Amazon sobre el caso de Sam

“DuckyTheGamer”, quien consiguió una audiencia de 392.000 seguidores en Twitch. El autor explicaba la importancia de la comunidad en Twitch para poder llegar a tantas

personas: “todo esto es gracias a la experiencia de la comunidad única de Twitch, donde un promedio de 30 millones de espectadores sintoniza diariamente para ver a los creadores transmitir en vivo juegos, podcasts, tutoriales de maquillaje, deportes, conciertos, programas de cocina y más. Pero los espectadores no solo miran pasivamente: cada día, más del 68 por ciento de los espectadores chatea con la comunidad”.

3.1.5 Monetización en Twitch, ¿Cómo se genera dinero?

Steven Queiruga, diferencia los tipos de medios de los que dispone el streamer para conseguir generar dinero:

1. En un primer momento se encuentran las donaciones, para poder realizarlas el creador de contenido debe añadir en el chat un enlace personalizado a su cuenta de PayPal para que los espectadores puedan donar a su canal.
2. Suscripciones: Estas son conocidas como la forma de contribuir del espectador para apoyar al streamer que más le gusta, además de no ver anuncios durante sus retransmisiones. Existen diferentes tipos de suscripciones, por un lado, la de Prime Gaming (gratis si el espectador pagade Amazon prime), y después las de pago, que oscilan entre los 3 y los 25 euros.

Los streamers obtienen entre un 30 y un 50% de las suscripciones, es decir, el 70 o 50% restante son beneficios para Twitch como plataforma. Cabe destacar, que en los casos de los canales más exitosos (con una media de más de 10.000 espectadores al mes), los streamers pueden llegar a obtener un 70% de las ganancias (Steven Queiruga, 2023).

3. Bits: Yúbal Fernández define los bits como “una especie de token o unidad monetaria interna de Twitch con el que puedes realizar pagos puntuales en un momento concreto de la retransmisión”. Además, continúa explicando que este método “es más visual e interactivo, ya que le envías al streamer una donación pública en la que se ve una animación”, por lo que es más fácil captar su atención (Yúbal Fernández, 2021).
4. Publicidad: Además de los ingresos que reciben los streamers por las pausas publicitarias que les implanta Twitch durante sus directos, cuanta más gente esté

viendo el anuncio más dinero recibirá el streamer, los creadores de contenido tienen la posibilidad de hacer publicidad de marcas por su cuenta dentro de sus directos, lo que les repercute unos ingresos elevados.

3.1.6 Los diferentes contratos de streamers en Twitch

José D. Villalobos (2023), distingue 3 tipos de contratos que pueden alcanzar los streamers en función de su influencia y número de espectadores.

1. Afiliado: En un primer escalón se encuentra el contrato de afiliado, este vendría a ser un nivel principiante. En este punto los streamers reciben el 30% de lo que generan. Estos deben cumplir unos requisitos para tener el Twitch Afiliados, como llegar a 50 seguidores, que sus directos tengan una media de 3 espectadores simultáneos en los últimos 30 días, realizar directos durante 7 días distintos y llegar a tener al menos 500 minutos de emisión durante los últimos 30 días (José D. Villalobos, 2023).
2. Socio: El autor define el contrato de socio como un nivel medio en el que se percibirá el 50% de lo que generan, en este escalón, tienen más rango de personalización y herramientas para mejorar el canal. Para alcanzar este contrato deben transmitir 25 horas en los últimos 30 días, transmitir 12 días distintos en los últimos 30 días y conseguir una media de 75 espectadores en los últimos 30 días (José D. Villalobos, 2023).
3. Socio Plus: En los “contratos base, se encuentra el nivel Socio Plus como el escalón más alto. La propia página de Twitch indica que “el beneficio que brinda el nuevo programa Socio Plus es que los streamers que cumplan los requisitos recibirán el 70 % de los ingresos netos por suscripciones, para cumplir los criterios y poder participar, los socios deben tener al menos 350 suscripciones periódicas de pago durante tres meses seguidos. Cuando eso ocurra, los socios entrarán automáticamente en el programa durante los 12 meses siguientes, y seguirán en él, aunque sus suscripciones caigan por debajo del mínimo a lo largo de ese periodo. El programa Socio Plus se pondrá en marcha el 1 de octubre de 2023. (Twitch, 2023).

4. Contratos personalizados: Por último, se encuentran los streamers más importantes, los cuales disponen de unos contratos personalizados que negocian ellos mismos con la propia empresa, acordando el número de horas que deben realizar en directo y el dinero que percibirán, entre otros asuntos.

3.1.7 Twitch a día de hoy

Twitch cuenta hoy en día con más de mil millones de visitas mensuales según similarweb, portal especializado en análisis de tráfico web y rendimiento. Los espectadores estadounidenses, alemanes, rusos, franceses y coreanos del sur equivalen al 45% de la audiencia total de Twitch.

Los videojuegos siguen siendo la categoría más vista (80% según la plataforma Twitchtracker), seguida por la de “charlando” (Eduardo Liberos, 2022). Esta última se basa en una conversación del streamer con los espectadores que le están viendo, este responde preguntas que le escriben por el chat o cuenta anécdotas de su día a día. La categoría “charlando” o, “Just Chatting” en inglés, supone el 15% de los espectadores a nivel internacional según Twitchtracker.

Similar web, indica que los hombres representan el 72.96% del público total de Twitch, mientras las mujeres significan el 27.04 restante. En cuanto a la edad, el mismo portal especializado muestra que el rango de edad que más espectadores representa en Twitch es el de los 18 a los 24 años (42.1%), seguido por el rango de los 25 a los 34 años de edad (32.95%).

Streamers más importantes: Durante el mes de octubre de 2023 se encontraban en torno a 7 millones de streamers en la plataforma Twitch (Abigail Orús, 2023). Obviamente no todos pueden vivir de crear contenido en esta plataforma, pero hay una pequeña minoría que sí basan sus ingresos en su trabajo en Twitch.

Aunque el dinero que perciben no se basa en los seguidores que tienen, los cinco streamers con mayor número de seguidores en Twitch a día de hoy son:

1- Ninja (EE. UU) 18,52 millones de seguidores.

2- Auronplay (España) 15,23 millones de seguidores.

3- Rubius (España) 14,04 millones de seguidores.

4- Ibai (España) 13,15 millones de seguidores.

5- xQc (Canadá) 11,8 millones de seguidores.

3.1.8 Periodistas deportivos españoles en Twitch

Como se explicó anteriormente, Twitch nació como una plataforma para emitir en directo contenidos relacionados con los videojuegos. Pero con el paso del tiempo el contenido en esta plataforma se diversificó de tal forma que, hoy en día, podemos encontrar infinidad de temáticas en Twitch, desde entrevistas a políticos hasta deportes tradicionales, pasando por streamers que basan su contenido en la información deportiva, campo en el que se centra el trabajo. Los periodistas deportivos españoles más importantes en esta plataforma tienen su origen en la profesión en un medio de comunicación tradicional como puede ser la televisión, la radio o la prensa escrita. Algunos de estos siguen compaginando a día de hoy su trabajo en Twitch con el de periodista en un medio de comunicación, mientras existen otros casos en los que, por diferentes circunstancias, dedican todo su tiempo de trabajo a esta plataforma.

Cabe destacar a los cuatro periodistas deportivos españoles con mayor número de seguidores y relevancia en esta plataforma, entre los que se encuentra Gerard Romero:

Miguel Ángel Román, 1977, Barcelona. Miguel Ángel Román es un comentarista y narrador español. En su página de LinkedIn explica que, tras licenciarse en periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona en el año 2001, comenzó a trabajar como periodista en Radio Cornellá hasta el año 2004. Ese año comenzó como narrador en televisión de la mano de Localia Catalunya, donde estaría hasta 2008, cuando fichó por Gol Televisión como narrador.

Su perfil en la página de Danz indica que durante los últimos años ha trabajado para cadenas de gran prestigio como BEIN SPORTS Todo en 1176 horas, repartidas en 411 emisiones.

Rubén Martín, Madrid, 1982. Al igual que Miguel Ángel Román, Rubén Martín es licenciado en periodismo, en su caso por la Universidad Carlos III de Madrid. El perfil de Rubén Martín de Dazn muestra que su carrera en el periodismo comenzó como redactor en La Tribuna de Toledo y en la cadena de SER de Toledo y Móstoles. Durante su etapa en Móstoles, comenzó su andadura en el periodismo deportivo, para más tarde ser jefe de deportes en Radio Castellón. Con el paso de los años volvió a la SER, siendo colaborador en el programa El Larguero y en Carrusel Deportivo. En 2010 siguió el paso de los periodistas más importantes de la SER y fichó por la cadena COPE. Tras varios años en la élite radiofónica, en 2020 comienza a narrar los partidos de la Copa del Rey en DAZN y se asienta en la compañía donde hoy en día continúa.

Un año después de su fichaje por DAZN crea su canal de Twitch, específicamente el 8 de enero de 2021. En sus casi 3 años en la plataforma, según la web TwitchTracker, ha conseguido 169.000 seguidores y una media de 3.100 espectadores, con un pico máximo superior a los 18.000 espectadores simultáneos en las 619 emisiones que ha realizado. El madrileño basa su contenido en el mundo del deporte, especialmente en el fútbol, tema con el que cada mañana abre su emisión y desarrolla durante toda la mañana mediante debates con otros periodistas.

Siro López. Lugo, 1956. Siro López, es un periodista deportivo español que, como muestra su perfil de LinkedIn, tras graduarse en periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona, comenzó en la profesión como redactor del periódico “Dicen”, en Barcelona. De este medio pasó a ser redactor jefe de Antena 3 Radio y más tarde jefe de deportes de la cadena de radio Onda Cero, y de las cadenas de televisión Telemadrid e Intereconomía. El lucense también tuvo un periplo en el que para él es el equipo de su vida, ejerciendo el puesto de jefe de prensa del equipo de fútbol Deportivo de la Coruña. Tras incorporarse al programa emitido en YouTube “Colgados del Aro” pocos meses antes de la pandemia, decidió abrirse su propio canal de Twitch el 30 de noviembre de 2020.

A día de hoy Siro López, conocido como el “abuelo de Twitch”, cuenta con 304.000 seguidores y 1164 espectadores de media según la plataforma streamscharts, consiguiendo un pico de audiencia superior a las 29.000 personas. Todo esto en un total de 902 emisiones y superando las 3600 horas transmitidas. Su contenido se basa en el

deporte, siguiendo la misma línea que los dos casos explicados antes, análisis de la actualidad deportiva y debates con espectadores y espectadores.

3.2 Marco contextual

3.2.1 Inicio y desarrollo del trabajo de Gerard Romero

Gerard Romero nació en Barcelona en el año 1985. Hace dos meses, Gerard Romero realizó una entrevista con Jordi Wild en la que explicó sus inicios en la profesión y como se desarrolló su carrera en el mundo del periodismo.

Gerard Romero se definía una persona con mucha inquietud comunicativa ya desde pequeño y explicaba en dicha entrevista que montaba “tertulias fantasmas en su casa” y hablaba él solo. A los 15 años, llamó a la puerta de la cadena SER de Vilanova y contactó con el periodista Jordi Martí, que le dio la oportunidad de empezar en la radio. Sus inicios en la radio se basaron en el seguimiento de los equipos de hockey patines y fútbol de Vilanova.

Gerard Romero compaginó la radio con el Canal Blau (TV y radio de Vilanova) durante 5 o 6 años, a la vez que estudiaba 4º de la ESO, bachillerato y el grado superior, al no poder acceder a la carrera de periodismo por falta de nota. Él mismo explica que hacer radio con 16/17 años era la pasión de su vida y priorizó eso a los estudios. “El domingo me pasaba desde las 3 de la tarde hasta las 12 de la noche en la cadena SER de Vilanova llamando a todos los equipos para ver como habían quedado” explicó el periodista catalán en la charla.

Como se indicó anteriormente, estudió un grado superior de producción en Radio y TV que contaba con prácticas en RAC1. Allí se presentó a los periodistas de la redacción de deportes. Meses más tarde, tras la marcha de Jordi Gracia, colaboró en el tratamiento de la información deportiva en RAC1, donde permanecería durante 14 temporadas. Una primera etapa de 12 años, y otra de 2, tras un exilio radiofónico en la SER de Barcelona de la mano de Jaume Serra, narrando el Barça en catalán para esta cadena de radio.

Más tarde regresa a RAC1 y comienza esta segunda etapa, en esta ocasión narrando el equipo de Hockey y el fútbol de cantera del Barça. Cuando vieron la buena relación que

consiguió con gente del Barça gracias al seguimiento de las categorías inferiores, desde la radio le dieron la oportunidad de hacer el seguimiento del primer equipo del club.

El 10 de diciembre abre su canal en Twitch, pero lo sigue compaginando con su trabajo en RAC1. La decisión de entrar en esta nueva plataforma trajo consigo risas entre sus compañeros de profesión, hasta que empiezan a subir el número de espectadores y las risas se convirtieron en una especie de envidia. Durante la entrevista comentó que “era el momento de tomar una decisión”.

Gerard Romero le explicaba a Jordi Wild que se fue de RAC1 por que veía un techo claro, ya que los roles estaban muy marcados y veía que no podía avanzar. Además de esto, se juntó que prescindieron de él para las retransmisiones del Barça.

El 16 de septiembre de 2021 deja todo para dedicarse a Twitch. A través de sus redes sociales hace el anuncio oficial y escribe lo siguiente: “Tras 14 años dejo la radio, me voy porque creo que es el momento y porque ahora no me llena lo suficiente”. “Sí, me voy de la radio para poner toda la carne en la parrilla en Twitch, es arriesgado, sí, pero veo Twitch como una ventana enorme que ya es el presente y futuro. Una nueva forma de comunicarte que te permite tener un contacto muy directo con las personas y saber lo que quieren”.

Él mismo, en sus redes sociales, comentaba lo siguiente un año después: “En casa asustados nos tiramos a la piscina donde había agua, sí, pero ni mucho menos el océano que nos encontramos en tan poco tiempo, Twitch nos demostró que era nuestra casa y el sitio ideal para mostrar todos nuestros recursos”.

3.2.2 Jijantes, el canal de Twitch de Gerard Romero

Jijantes nace en diciembre de 2020. Según explican en su propia página Web, el nombre “nace del canal de Twitch de Gerard Romero en el que vivimos inmersos desde diciembre de 2020. Avanzada la temporada y con Ronald Koeman en el banquillo del Barça, fue a mediados de abril cuándo los seguidores del canal propusieron cambiarle el nombre al programa que hacíamos cada día y ponerle JIJANTES, en homenaje a Ronald Koeman”.

Este homenaje, como bien explica Gerard Romero, se basa en que “el entrenador holandés tenía una pronunciación muy particular de la palabra gigante, le cogimos cariño y desde ese día la comunidad no ha parado de crecer”.

Ellos mismos señalan que desde Jijantes “básicamente seguimos la actualidad del Barça” y que ya se han convertido en un canal de televisión de Twitch.

JIJANTES es mucho más que un canal de Twitch, este nombre engloba eventos que realizan para que sus seguidores lo conozcan, la marca de ropa, el equipo en la Kings league...

3.2.3 El equipo de trabajo de Gerard Romero.

Tras visualizar el contenido del canal de Gerard Romero de forma habitual desde sus inicios hasta el día de hoy, realizar entrevistas a los miembros del equipo de Gerard Romero y consultar diversas páginas web como LinkedIn y Facebook, se ha podido describir a los integrantes principales que componen el equipo de trabajo de JIJANTES.

Lisbeth Cid Vidal nació en Tortosa, Tarragona, en el año 1993. Como señala Lisbeth Cid en su perfil de Facebook, estudió comunicación audiovisual en la Universidad Autónoma de Barcelona. Carlos Monfort, explica que es la encargada del marketing y patrocinios de JIJANTES y la presidenta del equipo de JIJANTES en la liga de fútbol 7 femenina de Gerard Piqué, la Queens League, además de la esposa de Gerard Romero. Como declara el mismo Gerard Romero en una entrevista con Jordi Wild, “Si no fuera por mi mujer, yo ya habría descarrilado”. Además, Carlos Monfort, señala que “Lis es una parte fundamental, se encarga de toda la parte de la marca JIJANTES que nadie ve”.

Carlos Monfort, nació en Barcelona en el año 2000. Según su página de LinkedIn, es licenciado en periodismo y comunicación corporativa por la Universidad Ramon Llull de Barcelona, cursando el último curso en la Universidad de Oklahoma. Como él mismo cuenta en dicha página, recuerda que con 7 años “llegaba a casa los viernes por la tarde y, sin quitarme la mochila, empezaba a redactar mi propio periódico en el ordenador. Cuando terminaba, iba al piso de abajo e introducía el periódico doblado por debajo de la puerta de mis vecinos”. Y concluye diciendo “Ahora, y aunque queda mucho trabajo por delante, mi sueño se ha hecho realidad... y he podido reafirmar mi amor por esta profesión tan bonita. Como se suele decir, si tus sueños son grandes es porque tu capacidad para alcanzarlos también lo es”.

Pasó por El Periódico de Catalunya y por la famosa emisora de radio catalana RAC1, donde conoció a Gerard Romero. Con el paso del tiempo empezó a colaborar con él en su canal de Twitch hasta convertirse en reportero y cubrir día a día toda la información del equipo de su vida.

Carlos Monfort cuenta en la entrevista realizada para este trabajo de fin de grado que de pequeño siempre quiso ser dos cosas: periodista y detective, por lo que “ahora es como que en cierta parte se juntan las dos profesiones, es un medio que se adapta mucho a lo que quiero, ellos me entienden a mí y yo a ellos” continúa señalando.

Albert Rogé nació en La Seu d' Urgell en el año 1993. Según su página de LinkedIn, es licenciado en periodismo por la Universidad Internacional de Catalunya, al acabar la carrera decidió hacer un máster en comunicación deportiva en la Universidad Ramon Llull. Pasó por medios muy importantes como el diario Sport o Relevo, hasta que hace poco menos de un año se unió definitivamente a las filas del equipo de Gerard Romero.

Como cuenta en la entrevista personal que mantuvo con el autor de este trabajo, Albert Rogé y Gerard Romero ya mantenían relación diez años antes de empezar a trabajar juntos en JIJANTES, ya que los dos cubrían la información del Barça para sus respectivos medios de comunicación. La unión definitiva de estos dos periodistas se debió al nacimiento de la Kings League y a partir de ahí Albert se incorporó como un reportero más al equipo de trabajo.

Albert dirige programas enteros cuando Gerard Romero tiene algún compromiso o está de vacaciones, hace de reportero en la ciudad deportiva del Barça y es entrenador ayudante en la Queens y Kings league. En definitivas, un todoterreno de la información y gestión deportiva.

Juli Claramunt nació en Barcelona, en el año 2002. Al igual que Carlos Monfort y como explica el propio Carlos en la entrevista realizada, estudia periodismo y comunicación corporativa en la Universidad Ramon Llull de Barcelona, aunque en su caso, aún no la terminó. Es por ello que, como señala Carlos Monfort, durante esta nueva temporada no está siendo un habitual en los directos de Gerard Romero, ya que está centrado en terminar la universidad.

Biel Bayes nació en Barcelona en el año 1998. Carlos Monfort, en la entrevista que realizó para la consecución de este trabajo, comentó que Biel Bayes estudió arquitectura, pero los caminos de la vida le llevaron a acabar trabajando para Gerard Romero. Sus compañeros le definen como un todoterreno: graba, escribe, es entrenador ayudante en la Kings League... “Es un tipo de persona fundamental en cualquier equipo de trabajo”, señalaba Carlos Monfort.

Detrás de las cámaras: Arnau Jaumira (Producción audiovisual) y Carlos Baró (Diseñador gráfico).

Colaboradores (Alex Pintanel, Gerard Autet, Albert Quera, Kiku Rimblas, Lucía Márquez, Lluís Carrasco, Jaume Marcet, Agora Futbol, La media inglesa, Oriol Alsina, Ander Cotorro).

3.2.4 Contenidos del canal de Gerard Romero:

Gracias al conocimiento previo sobre el tema, después de haber analizado el canal de Gerard Romero desde su fundación hasta la actualidad, y a la realización de entrevistas a Carlos Monfort y Albert Rogé, se ha elaborado una lista de los contenidos más frecuentes en el canal de Twitch de Gerard Romero

- Tratamiento exhaustivo del primer equipo del Barça:

El Fútbol Club Barcelona es el eje de central del contenido del canal de Gerard Romero. Es por ello que el seguimiento al club va mucho más allá de narrar un partido de liga o informar sobre el mercado de fichajes.

Cada mañana, Carlos Monfort acude a diferentes puntos de la ciudad condal donde puede haber actividad en clave Barça: aeropuerto, ciudad deportiva, restaurantes, hoteles... todo para ver con quien se reúne el presidente o la junta directiva y poder captar la imagen. Mientras Gerard desde el despacho de su casa, casi a modo de realizador, va pinchando las cámaras de los diferentes reporteros que tiene por Barcelona e informando de cualquier mensaje que le puede llegar sobre el club.

También destaca la realización de entrevistas a jugadores del primer equipo del Barça (al entrenador Xavi Hernández, a Araujo o a Oriol Romeu) y reportajes sobre los mismos (sobre Pablo Martín Páez Gavira “Gavi” o Pedri).

Pero no todo se limita a Barcelona. Carlos Monfort ha viajado este año a Oporto para investigar sobre un posible fichaje del Barça o a Madrid para acudir a reuniones de LaLiga. En definitiva, un trabajo por y para su audiencia sobre el Barça, buscando la noticia sin esperar a que esta llegue.

- Reacción a los partidos del Barça:

Gerard Romero, junto con demás colaboradores y reporteros de su equipo, reacciona cada semana los partidos de liga del Barça. Estas reacciones cobran importancia cuando los partidos son relevantes, en estos casos se traslada desde su habitación, donde suele hacer los directos, hasta un gran escenario como el auditorio de un hotel o el casino Barcelona. En otras ocasiones, muy especiales, se desplaza directamente al estadio donde se disputa el enfrentamiento y narra desde allí los goles y las jugadas más polémicas, como por ejemplo en los partidos entre el Barça y el Madrid que se juegan en Barcelona.

- Tertulias con diferentes colaboradores:

En estos se da una visión más técnica y táctica de la mano de analistas especializados como Ander Cotorro o Albert Quera. Aun así, la espontaneidad que caracteriza a Gerard Romero tampoco cesa en este tipo de contenido, haciendo de estas charlas formales un espacio donde también hay lugar para la broma y la informalidad.

Dentro de estas tertulias no solo se habla del Barça, en estas entran también en juego canales de YouTube como “La Media Inglesa”, tratando el fútbol inglés, o “Agora Fútbol”, que informan rápidamente sobre la Liga Española de Fútbol con un punto de vista global.

- Debates en la plataforma Discord con sus seguidores:

Este contenido ya no es tan frecuente hoy como lo era en los inicios, porque no se podía responder ante el crecimiento de seguidores del canal. Este espacio se basa en charlas de Gerard Romero con su comunidad, con sus espectadores, para conocer la opinión de estos

acerca de los temas que están tratando. Se realizan a través de la conocida plataforma de Discord, similar a Zoom o Microsoft Teams.

- Tratamiento de la cantera del Barça con Albert Rogé:

No todo es el tratamiento del primer equipo del Barça, es por ello que Gerard Romero contó con Albert Rogé, especialista de cantera, para ofrecer la mejor información acerca de las categorías inferiores del F.C Barcelona. Cada semana, Albert prepara un “11 ideal” en el que se da protagonismo a los chicos y chicas de la cantera que mejor papel han desempeñado durante el fin de semana.

- Repaso a la prensa deportiva:

Al empezar la retransmisión en directo, Gerard Romero repasa las portadas de los principales periódicos impresos de nuestro país, además de realizar una rápida navegación por la web digital buscando las noticias más relevantes.

- Información sobre las diferentes secciones de los equipos del Barça como club

El Barça es mucho más que un club de fútbol cuenta con secciones punteras a nivel internacional de baloncesto, balonmano, Hockey... por lo que estos deportes tienen también cabida en el canal, sobre todo ante un partido importante o para felicitar por una gran victoria.

- Charlas con los protagonistas del fin de semana (Portero Ceuta B, el jugador que le mete al Madrid el fin de semana...).

Un espacio para todo el mundo, Gerard cuenta cada lunes con un protagonista atípico del fin de semana. Destacan los ejemplos de Antonio Rodin, portero del Ceuta B que realizó tres paradas de forma consecutiva tras un penalti y fue felicitado por Iker Casillas, o Taty Castellanos, jugador del Girona que le metió cuatro goles en un solo partido al Madrid la temporada pasada.

- La Queens y Kings League

El 10 de noviembre de 2022 Gerard Piqué creaba una liga de Fútbol 7 en la que habría 12 equipos, cada uno estaría presidido por un creador de contenido de Twitch y competirían entre ellos, pero con reglas diferentes al fútbol tradicional. Los primeros meses esta liga

sería solo masculina, pero el 24 de febrero de 2023 se crearía la Queens League también de la mano de Gerard Piqué, exactamente la misma competición, con los mismos 12 presidentes, pero femenina. Los partidos se juegan los sábados y domingos en un pabellón que recibe el nombre de Cupra Arena.

Gerard Romero forma parte de la liga siendo uno de los presidentes, sus equipos reciben el nombre de “JIJANTES FC”. Cada viernes hace un análisis para estudiar a los rivales femeninos y masculinos a los que se enfrentará ese fin de semana, mientras el lunes analiza los aciertos y errores del equipo.

4. Metodología

La metodología del trabajo será mixta. En esta se combinan elementos cualitativos (como la metodología de trabajo y las claves del crecimiento del canal de Twitch mediante entrevistas) y elementos cuantitativos como el número de suscripciones, la audiencia total o la frecuencia con la que realiza cada contenido a lo largo de toda su trayectoria en Twitch (a través de la recopilación y análisis de datos numéricos, es decir, datos estadísticos).

Como explica Alicia Hamui (2013), “los métodos mixtos combinan la perspectiva cuantitativa y cualitativa en un mismo estudio, con el objetivo de darle profundidad al análisis”.

Por otra parte, se hará un análisis cuantitativo del 1 de septiembre al 30 de octubre al canal de Gerard Romero en Twitch. Este tramo fundamental del trabajo se realizará través de la propia plataforma de Twitch y de diferentes páginas especializadas en el análisis de datos estadísticos y numéricos como son TwitchTracker, Social Blade, SullyGnome y TwitchMetrics. Estos datos estadísticos se representarán de forma resumida mediante imágenes y gráficos para plasmarlos de manera visual.

Por último, se realizarán entrevistas a personajes especializados en la materia para de esta forma conocer su punto de vista a cerca de Twitch como medio para la difusión de la información deportiva en general y sobre la figura de Gerard Romero en particular.

El primer entrevistado será Miguel Ruiz, estudiante de periodismo y colaborador en diferentes medios como la revista “Panenka” (124.000 seguidores en Twitter) o radio SER. Por otra parte, Miguel Ruiz posee canales de YouTube y de Twitch propios, en el

que informa sobre la actualidad deportiva y realiza análisis futbolísticos, además de colaborar frecuentemente en estas plataformas con periodistas ilustres como Miguel Ángel Román o Julio Maldonado “Maldini”. De esta forma, el trabajo contará con un punto de vista externo al de “Jijantes”, para así valorar si se siguen unos métodos del trabajo generales como en los medios más tradicionales o, gracias a la libertad de la plataforma, cada uno sigue su propio camino.

Otros de los entrevistados serán Carlos Monfort y Albert Rogé, integrantes de “JIJANTES”. Los 2 periodistas de origen catalán explicarán su andadura en Twitch y lo que representa para ellos esta plataforma como medio de difusión de información deportiva.

5. Resultados

Tras realizar un análisis en profundidad de los contenidos y del canal de Twitch de Gerard Romero, realizar entrevistas con sus dos reporteros más representativos (Albert Rogé y Carlos Monfort) y examinar en profundidad diferentes páginas webs especializadas, cabe resaltar los datos más importantes de la investigación.

A cerca de las webs especializadas, TwitchTracker, ayudará a analizar la progresión de Gerard Romero en cuanto a contenidos se refiere, mientras SullyGnome y TwitchMetrics se centrarán más en la parte puramente numérica.

- Gerard Romero, según la plataforma TwitchTracker, tras empezar a realizar directos en Twitch en diciembre de 2020, siempre hace los directos desde el despacho de su casa, haciendo él mismo de realizador.

En un principio, Gerard Romero comienza haciendo directos de videojuegos, especialmente del conocido videojuego de fútbol que recibe el nombre de FIFA. De hecho, 7 de los 9 primeros directos que realiza en la plataforma son jugando a este videojuego, además de empezar a compaginar esto con breves espacios en los que hablaba del Barça y reaccionaba a sus partidos.

- El 22 de enero de 2021, se produjo el último directo que realizó Gerard Romero jugando al FIFA. A partir de ese día, se centró en cubrir la información del Barça

también en su canal de Twitch, además de hacerlo en su día a día de la mano de la emisora RAC1.

En sus directos sobre FIFA mantenía un promedio de espectadores de entre 60 y 190 espectadores simultáneos. Esta cifra subió en cuanto empezó a hablar del Barça en sus retransmisiones y llegó el 31 de enero de 2021 a alcanzar el pico de 390 espectadores conectados a su canal de forma simultánea, durante la reacción a un partido.

En abril de ese mismo año ya contaba con un promedio de espectadores superior a las 400 personas. Al mes siguiente, el 25 de mayo, supera las 1.000 personas en directo hablando sobre la posible marcha del que fue entrenador del Barça, Ronald Koeman, y el 31 de mayo vuelve a sobrepasar dicha cifra.

En el mes de julio de 2021, coincidiendo con el mercado de fichajes del Barça, cuenta con una media de espectadores superior a 1.000. Agosto continúa por la misma línea, hasta que el 10 de agosto supera la barrera de los 5.000 espectadores y se asienta en una media de usuarios conectados cercana a los 2.000.

Tras el mercado mantiene esos números de media y en noviembre alcanza prácticamente los 3.000 espectadores de media que se mantendrían durante todo diciembre y enero, gracias al mercado de fichajes invernal.

El 31 de diciembre, supera los 18.000 espectadores de media en directo, llegando a un pico de 32.738 personas y consiguiendo en un solo día más de 11.000 seguidores nuevos. Al finalizar el año 2021, ocupaba el puesto 1.890 en el ranking de streamers en cuanto a seguidores se refiere.

- En 2022 da el salto definitivo para consolidarse en la élite de Twitch, con una media de espectadores de entre 4.000 y 5.000 usuarios, según TwitchTracker teniendo en cuenta sus números desde el 1 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2022.

Durante la temporada sus números se asientan en una media superior a los 4.000 usuarios conectados, superado esta cifra las retransmisiones en las que reaccionaba a los partidos del Barça.

En junio empiezan a volver a subir los números de espectadores en sus directos y en el mes de julio alcanza prácticamente los 9.000 usuarios de media por transmisión, mientras

en julio supera la media de los 10.000, con cinco directos con una media de más de 20.000 usuarios conectados simultáneamente. Durante el mes de agosto se mantienen los mismos números.

El 1 de septiembre se produce el punto de inflexión de JIJANTES, alcanzando un promedio de espectadores de 62.083 y un pico máximo de audiencia de 146.872 personas conectadas a su directo simultáneamente. Carlos Monfort, reportero de JIJANTES señala que la consagración de Gerard Romero “se empezó a producir con los primeros mercados de fichajes del Barça, y el salto definitivo fue en el mercado de fichajes del verano de 2022, ya que acertó todas las predicciones de fichajes”.

Durante los últimos meses de 2022 los números vuelven a estar cercanos a los 5.000 espectadores simultáneos. Cabe destacar que desde el 15 hasta el 21 de diciembre realizó directo todos los días desde una autocaravana, ya que estuvo repartiendo lotería por toda España. JIJANTES finaliza el 2022 en el 173 del mundo en Twitch teniendo en cuenta el número de seguidores.

- El 1 de enero de 2023 los números vuelven a subir con el cierre del mercado invernal de fichajes con una media de espectadores superior a los 15.000.

Durante este año 2023, Gerard Romero ha combinado el tratamiento informativo del Barça, que continúa siendo su gran cimiento, con la retransmisión de los partidos de sus equipos de la Kings League y de la Queens League. Los directos de los partidos de “JIJANTES” en la Kings League, cuentan con una media de espectadores, entre el canal de Gerard Romero y el de la liga, superior a los 392.000 usuarios conectados de forma simultánea. Aunque, como declaró Gerard Romero en su entrevista con Jordi Wild, la Kings League no le dio la vida, solamente le dio el reconocimiento a tantos años haciendo las cosas bien.

Durante este año 2023, Gerard Romero cuenta con una media superior a los 8.000 espectadores de media en sus directos, como muestra la página Sullygnome, siguiendo la misma línea de contenido con la que empezó el año, pero rebajando el número de horas al contenido basado en la Kings League respecto al inicio de año.

Esto se debe a que a su comunidad que la ha cansado la sobre explotación del producto. Twitchtracker muestra que de las 113 retransmisiones que realizó Gerard Romero este año

relacionadas con la Kings League, 93 las hizo desde el 1 de enero hasta el 19 de junio, cuando realmente su público le ve y le escucha por el seguimiento día a día al Barça. Aun así, Gerard Romero y su equipo consiguieron colocar al canal en el top 100 del mundo de Twitch durante este 2023.

Durante el último año, la web especializada sullygnome, muestra que consiguió 15.424.485 horas de visualización, además de 1.770 horas de transmisión. Su pico de audiencia durante este último año es de 71.123 espectadores simultáneos. Por otra parte, desde el 29 de noviembre de 2022 hasta el 29 de noviembre de 2023, ha conseguido 355.695 seguidores nuevos.

En la actualidad, Gerard Romero cuenta con 708.000 seguidores totales según streamcharts, y hasta el día de hoy ha transmitido en directo 4.662 horas, repartidas en 912 emisiones, informa la misma página. Durante estos tres años en la plataforma ha tenido de media 6533 espectadores llegando a conseguir, como se ha comentado anteriormente 146.872 personas viéndole en directo, en el cierre del mercado el 1 de septiembre de 2022.

En total, Gerard Romero ha conseguido un total de 4,54 millones de vistas totales en su canal de Twitch, esto se refiere, según Twitch, al tiempo total en el que tu stream en directo fue visto por todos tus espectadores.

TwitchTracker indica que ha transmitido 11 categorías diferentes, a continuación, cito todas en orden de menor a mayor por horas transmitidas hasta el mes de noviembre de 2023: FIFA 21, música, variedad, cocinando, comida y bebida, FIFA 20, Eventos especiales, Vidas reales, Viajes y actividades al aire libre, Charlando y Deportes). En la categoría deportes, ha transmitido un total de 4.342 horas, siendo la categoría que más ha potenciado, con una media cada vez que marca esta categoría de 7.000 espectadores simultáneos viéndole en directo.

Gráfico 1. Horas de transmisión por categorías.



i

Fuente: elaboración propia.

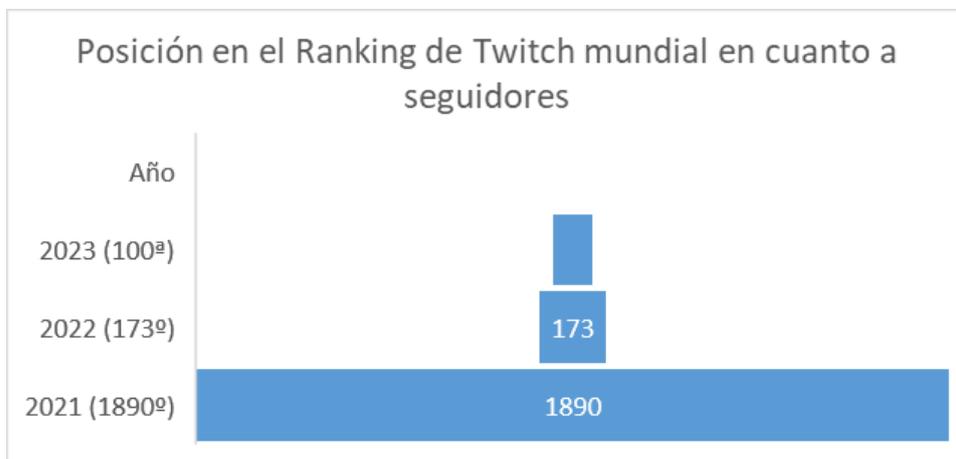
Según la web especializada streamscharts, La media de duración de cada directo del periodista de origen catalán es cercana a las 5 horas de directo al día, retransmitiendo una media de 5,9 días a la semana. Por otra parte, en cada directo consigue una media de 510 seguidores, lo que serían 152 cada hora.

Según TwitchTracker, 1 día que más veces ha hecho directo son los martes, con un total de 143, mientras los viernes es el día que menos directos ha realizado (117).

TwitchTracker muestra que los domingos es el día que más media de espectadores tiene, coincidiendo normalmente con los partidos de su equipo de la Kings League y con los enfrentamientos del Barça en liga, además, este día también es el que más seguidores gana.

La misma web indica que, en cuanto a los suscriptores, durante el mes de diciembre cuenta con 6.354 suscriptores, 1.061 menos respecto al mes anterior, ocupando la posición 133º del mundo en cuanto a suscriptores se refiere. Su récord de suscriptores se encuentra en junio de 2023, coincidiendo con el mercado de fichajes del Barça, cuando llegó a contar con 16.430 suscriptores.

En cuanto a su crecimiento dentro de los rankings de la plataforma, como ya se citó en párrafos anteriores, en 2021 ocupaba el puesto 1.890 en Twitch en cuanto a seguidores, en 2022 el 173, mientras en 2023 posicionó su canal en el top 100 del mundo, según streamscharts.



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la frecuencia con la que hace cada tipo de contenido, cabe destacar que todos los directos cuentan con una estructura muy similar, como señalan Carlos Monfort y Albert Rogé en las entrevistas realizadas. Todos los días menos los sábados y domingos, salvo urgencias o informaciones de última hora, abre el programa por la mañana a las 12.00. En el momento de empezar directo agradece las suscripciones de los usuarios y con un tono distendido comienza a repasar las noticias deportivas más importantes del día, mostrando las portadas de los principales diarios deportivos y navegando por sus páginas web. Además, Gerard Romero realiza un repaso de las diferentes secciones del Barça como club (hockey, baloncesto, balonmano...) para ver las novedades.

Más tarde, conecta con Carlos Monfort o Albert Rogé que se encuentran en algún punto cubriendo algún tipo de información o reunión, normalmente por Barcelona.

Tras estas conexiones empieza la Información puramente sobre el Barça, en este tiempo traslada a sus espectadores la información que tiene y plantea debates en el chat. Después de explicar las últimas noticias sobre el Barça, da paso a los colaboradores para comenzar

con las tertulias. En estas, se comenta y se debate sobre los temas de actualidad del día que previamente ha comentado Gerard Romero.

Para finalizar lo que sería un directo habitual, Gerard Romero hace un pequeño resumen de lo que se ha hablado en la tertulia, se despide de sus seguidores y finaliza la retransmisión.

A parte de estas secciones usuales, cabe destacar que todos los sábados y domingos retransmite los partidos de sus equipos en la Kings League y en la Queens League, además de reaccionar y comentar los partidos de Champions League y de liga del Barça.

Además, un día a la semana Albert Rogé tiene una sección sobre la Masía del Barça, es decir, sobre la cantera del club azulgrana. En esta repasa lo ocurrido en la jornada y realiza un 11 ideal de los jugadores más destacados del fin de semana en las categorías inferiores.

Por último, cada lunes se conecta un protagonista destacado del fin de semana en el mundo del fútbol. Este puede ser desde un portero profesional que se haya hecho viral en internet por hacer buenas paradas o el jugador que mete cuatro goles en un partido.

Con menos frecuencia que el resto, el equipo de Gerard Romero también prepara diferentes reportajes sobre jugadores del Barça, además de realizarles entrevistas a los jugadores cuando el club se las concede.

En cuanto a la forma de trabajar de Gerard Romero, Albert Rogé indica que esta no tiene nada que ver con la de un medio tradicional, ya que los medios tradicionales y JIJANTES en Twitch son organismos muy diferentes. El reportero apunta que “El Sport es un barco que lleva funcionando muchísimos años y tiene las reglas muy marcadas, en este diario te mandan rellenar periódico de hoy para mañana y está muy marcado lo que tiene que hacer cada uno, es un poco como una fábrica”. Sin embargo, señala que en JIJANTES hacen ellos mismos los programas: “No tenemos que hacer un periódico de 40 páginas todos los días, un día el programa puede durar 6 horas y otro día considerar que con 1 hora y media es suficiente. No nos tenemos que amoldar a nada en concreto”, termina indicando.

Albert Rogé continúa indicando que Twitch ofrece “más autodeterminación para crear el contenido que quieras y eso te da la libertad necesaria para trabajar sin mirar la hora y

decir: me quedan dos minutos para enviar esto. No estás obligado por nadie y nadie te dice lo que puedes o no puedes decir”.

Por su parte, Carlos Monfort es claro y contundente respecto a este tema, “tengo claro que si vuelvo a una redacción me muero”, haciendo referencia a la libertad que tiene para crear contenido y recalcando las palabras de Albert Rogé “la metodología de trabajo es totalmente distinta, mi trabajo se basa en estar en la calle todo el día observando cualquier movimiento, no concibo otra manera de trabajar”. Además, apunta que su oficina es el coche.

Según Albert Rogé, Gerard Romero busca ambición y dedicación en sus reporteros, ya que Twitch es “una plataforma que si no tienes ganas no puedes trabajar, hay que tener en cuenta que estás delante de la gente para entretenerlos. Además de, obviamente, buscar rigor en las informaciones que publiques, ya que no deja de ser un programa de deportes y calidad”.

Carlos Monfort indica que en cada colaborador busca unas cosas distintas, aunque sí que busca unas pinceladas generales como las que citaba Albert Rogé. Asimismo, explica que “en el reportero de calle busca pillería”.

Las claves del éxito de Gerard Romero en Twitch son varias, pero parten de construir un proyecto desde una base segura, es decir, un público que le conocía desde la radio y un tema de conversación que manejaba a la perfección. Por otra parte, no hay que obviar que una de las ventajas más grandes de Twitch en general es que no hay que responder ante espacios publicitarios

Miguel Ruiz, colaborador de Miguel ángel Román en Twitch, explica que Gerard Romero aporta una frescura diferente al periodismo deportivo en general y a Twitch en particular. Miguel Ruiz continúa explicando que una de las mayores particularidades que han llevado a Gerard Romero a ser puntero en la plataforma ha sido interactuar con el chat y fomentar el debate con los usuarios. Otra de las claves, según Miguel Ruiz, es que al emitir el programa en directo y observar cómo se fraguan todas las informaciones aportan fiabilidad y cercanía con la audiencia, es decir, de algún modo les hace partícipes.

Por su parte, Carlos Monfort declara que bajo su punto de vista “estar en la calle es una de las claves de JIJANTES, su esencia”, además de recalcar que el éxito también viene por la libertad que ofrece Gerard Romero. Además, el joven periodista catalán interpreta que otro rasgo distintivo de JIJANTES es que es un canal muy del Barça y, “un gran porcentaje de gente se había sentido abandonada por que nadie le informaba del club de su vida en particular”. Carlos, acaba declarando que, “la forma de ser de Gerard es gran parte del éxito también, compagina el show con momentos de seriedad e información” y que ahora que trabaja en JIJANTES se pregunta cómo este producto informativo no existía antes.

Albert Rogé considera que “estar en su casa (Gerard) le da la facilidad de que en cuanto hay una noticia puede empezar a transmitir en directo y contarla”. Como se explicó anteriormente, Gerard Romero es el propio realizador de su programa, esto es para Albert Rogé otro de las grandes características ya que, “si hubiera un realizador en vez de ser Gerard el que va cambiando las escenas y conduciendo el programa, perdería la esencia”, termina manifestando.

Por último, Albert Rogé opina que el hecho de estar todo el día en la calle y conseguir las mejores imágenes es otro distintivo más, para acabar contando que “la gran mayoría de cosas que hacemos en JIJANTES las hacemos porque nos gustan, no por obligación”.

6. Conclusiones

Durante el trabajo se ha analizado la plataforma de streaming Twitch, así como el canal de Gerard Romero en esta plataforma, el cual abrió su cuenta de Twitch en diciembre de 2020 jugando al videojuego sobre fútbol denominado FIFA. En tres años, ha conseguido posicionarlo en el top 100 de canales de Twitch en cuanto a seguidores, además de conseguir 4,54 millones de vistas totales en su canal de Twitch. Todo esto gracias a una progresión constante y rápida, ya que en abril de 2021 ya contaba con un promedio de espectadores superior a las 400 personas y el 31 de diciembre de ese mismo año superaría los 18.000 espectadores de media en directo, llegando a un pico de 32.738 personas y consiguiendo en un solo día más de 11.000 seguidores nuevos.

Ya en 2022 se produce el salto definitivo para consolidarse en la élite de Twitch, el 1 de septiembre consigue un pico de audiencia de prácticamente 150.000 espectadores simultáneos. Durante ese año, mantendría ya una media de espectadores de entre 4.000 y 5.000 usuarios. Ya en 2023, Gerard Romero cuenta con una media superior a los 8.000 espectadores de media en sus directos.

A lo largo del trabajo también se han identificado las características distintivas del periodismo deportivo en Twitch respecto a medios tradicionales. Entre estas características cabe destacar tanto la libertad para hablar de lo que se quiera sin tener que responder ante nadie, aspectos que destacan los dos entrevistados principales, Carlos Monfort y Albert Rogé. En cuanto a la metodología de trabajo de Gerard Romero, esta dista mucho a la de un medio tradicional, tanto Carlos Monfort como Albert Rogé coinciden en que la mayor diferencia recae en la libertad creativa y de tiempo que les ofrece la plataforma.

Además, se analizó a la figura del periodista deportivo Gerard Romero y su trayectoria, al igual que los motivos que le impulsaron a dar el salto definitivo a Twitch, como por ejemplo la posibilidad de poder centrarse en el Barça, cosa que en el medio radiofónico RAC1 donde trabajaba no le permitían.

El análisis de los distintos tipos de contenido de los que se nutren los directos de Gerard Romero también fue un tema estudiado, durante el proyecto se explicó cada tipo de contenido, así como la frecuencia con la que se realizan y los protagonistas en cada caso. Gerard Romero ha transmitido 10 categorías diferentes destacando por encima del resto la de deportes, ocupando un 90,5% de las horas totales transmitidas.

A través de entrevistas y de una revisión bibliográfica profunda para conocer a los protagonistas, se describió al equipo que compone el canal de Gerard Romero. Desde sus inicios en el periodismo hasta conocer cómo llegaron a trabajar con el periodista catalán en su canal de Twitch.

Además de estudiar la figura de Gerard Romero, también se estudió a más periodistas de medios tradicionales que combinan su trabajo en la televisión o en la radio con su canal

de Twitch. Los casos que se describieron fueron los de Siro López, Rubén Martín y Miguel Ángel Román.

Por último, se han analizado las claves del éxito de Gerard Romero en Twitch, llegando a la conclusión de que la gran popularidad conseguida por Gerard Romero y su equipo de trabajo se basa en haber construido el proyecto desde una base segura, con un público fiel y sobre un tema que maneja. Los dos reporteros de JIJANTES entrevistados, apuntan que otras de las claves es estar en la calle y observar todo, además del rigor periodístico y la facilidad de empezar a emitir en directo, gracias a que Gerard Romero realiza los programas desde su casa.

7. Referencias bibliográficas

Calvo, L. (2023, septiembre 29). Streaming: Qué es y mejores plataformas. Blog; GoDaddy. <https://es.godaddy.com/blog/cuales-son-las-mejores-plataformas-para-hacerstreaming-en-directo/>

Collado, C. (2023, junio 21). KICK: qué es y cómo funciona la plataforma de streaming. Andro4all. <https://www.lavanguardia.com/andro4all/aplicaciones/kick-quees-y-como-funciona-la-plataforma-de-streaming>

Equipo editorial, Etecé. (2022, 13 julio). Streaming - concepto, historia, funcionamiento, tipos y plataformas. Concepto. <https://concepto.de/streaming/>

Facebook. (s. f.). https://www.facebook.com/lisbeth.cidvidal/?locale=es_ES

Fernández, Y. (2021, agosto 24). Qué son los Bits de Twitch, qué son los Cheers, y cuánto cuestan. Xataka.com; Xataka Basics. <https://www.xataka.com/basics/que-bitstwitch-que-cheers-cuanto-cuestan>

Ferrantelli,L. (2021, 20 agosto). Vendió su primera startup en EBay para crear el sitio del momento: la historia del creador de Twitch. iProUP. <https://www.iproup.com/innovacion/23759-twitch-la-historia-de-su-fundador-justin-kan>

gerardromero - Twitch statistics and analytics - SullyGnome. (s/f). Sullygnome.com.

<https://sullygnome.com/channel/gerardromero>

Gómez, M, (2019, 13 noviembre). Twitch: la historia de la plataforma de streaming más utilizada del mundo. TEC. <https://tec.com.pe/twitch-la-historia-la-plataforma-streamingmas-utilizada-del-mundo/>

<https://tec.com.pe/twitch-la-historia-la-plataforma-streamingmas-utilizada-del-mundo/>

Grupo Educar. (2022, noviembre 30). Historia del streaming. Grupo Educar.

<https://www.grupoeducar.cl/revista/edicion-269/como-nacio-la-television-porstreaming/>

Hamui-Sutton, A. (2013, diciembre). Un acercamiento a los métodos mixtos de investigación en educación médica.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S20075057201300040000

[6](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S20075057201300040000)

Krings, E. (2022, agosto 22). ¿Qué es la tecnología Live Streaming y cómo funciona?

Dacast; Dacast - OTT streaming platform. <https://www.dacast.com/es/blog-es/what-is-live-streaming/>

<https://www.dacast.com/es/blog-es/what-is-live-streaming/>

Liberos, E. (2022). Twitch, últimos datos y análisis. IEDGE Business School.

<https://www.iedge.eu/twitch-ultimos-datos-y-analisis-por-eduardo-liberos>

López, S. L., Monfort, C. M., Rogé, A. R., & Román, M. A. R. (s. f.). linkedin.

linkedin. [https://es.linkedin.com/?src=go-](https://es.linkedin.com/?src=go-pa&trk=semga_campid.18146679037_asid.140850334975_crid.619061882347_kw.linkedin_d.c_tid.kwd-148086543_n.g_mt.e_geo.1005546&mcid=6968657504633266178&cid=&gclid=EAIaI_QobChMIo8a4y_LtggMVMYtoCR323QTQEAAAYASAAEgJVW_D_BwE&gclsrc=aw.ds)

[pa&trk=semga_campid.18146679037_asid.140850334975_crid.619061882347_kw.linkedin_d.c_tid](https://es.linkedin.com/?src=go-pa&trk=semga_campid.18146679037_asid.140850334975_crid.619061882347_kw.linkedin_d.c_tid.kwd-148086543_n.g_mt.e_geo.1005546&mcid=6968657504633266178&cid=&gclid=EAIaI_QobChMIo8a4y_LtggMVMYtoCR323QTQEAAAYASAAEgJVW_D_BwE&gclsrc=aw.ds)

[.kwd-](https://es.linkedin.com/?src=go-pa&trk=semga_campid.18146679037_asid.140850334975_crid.619061882347_kw.linkedin_d.c_tid.kwd-148086543_n.g_mt.e_geo.1005546&mcid=6968657504633266178&cid=&gclid=EAIaI_QobChMIo8a4y_LtggMVMYtoCR323QTQEAAAYASAAEgJVW_D_BwE&gclsrc=aw.ds)

[148086543_n.g_mt.e_geo.1005546&mcid=6968657504633266178&cid=&gclid=EAIaI_QobChMIo8a4y_LtggMVMYtoCR323QTQEAAAYASAAEgJVW_D_BwE&gclsrc=aw.](https://es.linkedin.com/?src=go-pa&trk=semga_campid.18146679037_asid.140850334975_crid.619061882347_kw.linkedin_d.c_tid.kwd-148086543_n.g_mt.e_geo.1005546&mcid=6968657504633266178&cid=&gclid=EAIaI_QobChMIo8a4y_LtggMVMYtoCR323QTQEAAAYASAAEgJVW_D_BwE&gclsrc=aw.ds)

[ds](https://es.linkedin.com/?src=go-pa&trk=semga_campid.18146679037_asid.140850334975_crid.619061882347_kw.linkedin_d.c_tid.kwd-148086543_n.g_mt.e_geo.1005546&mcid=6968657504633266178&cid=&gclid=EAIaI_QobChMIo8a4y_LtggMVMYtoCR323QTQEAAAYASAAEgJVW_D_BwE&gclsrc=aw.ds)

Marañón, M. (2023, octubre 28). Quién es el narrador de El Clásico entre FC Barcelona y Real Madrid de LaLiga 2023/24 en DAZN. DAZN News España.

Hernández Díaz, E. (2023). Análisis de Twitch como nuevo paradigma comunicativo: El caso de Gerard Romero. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

<https://www.dazn.com/es-ES/news/f%C3%BAtbol/narrador-clasico-real-madridbarcelona-laliga-dazn/dlaw7x51rkai13fotwqfh7xba>

Martínez, O. G (2023, 10 enero). El periodista siro López publica sus memorias sobre 45 años de profesión. Confidencial Digital.

<https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/medios/periodista-siro-lopez-publicamemorias-45-anos-profesion/20230109172301502086.html>

Miller, M (2023, 1 diciembre). La experiencia de la comunidad de Twitch ofrece una oportunidad para las marcas. Amazon Ads.

<https://advertising.amazon.com/esmx/blog/twitch-unique-community-experience>

Olague, N. (2023, 26 octubre). Twitch la red social de streaming qué está de moda.

ttandem.com. <https://www.ttandem.com/blog/redes-twitch-la-red-social-de-streamingque-esta-de-moda/>

Prova, M. P. V. (2021, octubre 14). QUIÉNES SOMOS. JIJANTES.

<https://jijantes.com/quienes-somos/>

The Wild Project. (2023, 14 septiembre). The Wild Project #227 ft Gerard Romero | Messi enfadado con él, ¿Quién filtra los fichajes?, la Haka [Vídeo]. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=oRGBVS_yWjI

Trucoteca. (2023, 31 octubre). ¿Qué es una comunidad en Twitch? Trucoteca

. Trucoteca . <https://trucoteca.com/que-es-una-comunidad-en-twitch>

Twitch. (2023, octubre 2). ¡Ya está disponible el programa Socio Plus!

<https://blog.twitch.tv/es-es/2023/10/02/update-to-the-partner-plus-program/>

Queiruga, S. (2023, agosto 30). Qué es y cómo funciona Twitch, la plataforma de streaming de referencia. Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. <https://marketing4ecommerce.net/que-es-y-como-funciona-twitch/>

Similarweb. (2023, octubre). Datos demográficos del tráfico de twitch.tv.

<https://www.similarweb.com/es/website/twitch.tv/#demographics>

Roca, C. (2023, 13 julio). Twitch: Descubre ahora qué es y cómo funciona. ThePower Business School. <https://www.thepowermba.com/es/blog/descubre-ahora-que-es-y-como-funcionatwitch#:~:text=%C2%BFC%C3%B3mo%20funciona%20Twitch%3F,sitios%20de%20videos%20como%20Youtube>.

Statista. (2023, 14 noviembre). Streamers activos en Twitch en todo el mundo 20182023. <https://es.statista.com/estadisticas/1350021/streamers-activos-en-twitch-en-todoel-mundo/>

Stream charts (s.f.) All streaming data & analytics in one place. streams charts. <https://streamscharts.com/>

SullyGnome (s/f). Twitch stats and analytics - games & channels - SullyGnome. Sullygnome.com. <https://sullygnome.com/>

TwitchTracker (s/f). Twitch Channels, Games and Global Statistics. twitchtracker.com <https://twitchtracker.com/>

Villalobos, J. D (2023, julio 1). ¿Qué son los afiliados de Twitch? Laps4. <https://www.laps4.com/preguntas-y-respuestas/que-son-los-afiliados-de-twitch>

Woebcken, C. (2020, noviembre 25). Live Streaming: conoce los puntos esenciales para realizar tranmisiones en vivo exitosas. Rock Content - ES; Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/live-streaming/>

8. Anexos

Guion entrevistas a Carlos Monfort y Albert Rogé:

1. ¿Cómo empezó a trabajar con Gerard Romero?
2. ¿Qué cree que busca Gerard que tengan sus reporteros?
3. ¿Qué ofrece Twitch como plataforma para el tratamiento de información deportiva respecto a un medio tradicional?

4. ¿Cuáles son las características distintivas de JIJANTES?
5. ¿Cómo valoraría la metodología de trabajo de JIJANTES? ¿Dista mucho de la de un medio tradicional?
6. ¿Dónde cree que recae el éxito de JIJANTES?
7. ¿Cuándo se consolida Gerard Romero en la élite de Twitch?
8. ¿Cuál es el contenido que más destacaría de JIJANTES?
9. ¿Cómo describiría a sus compañeros?

Entrevista a Miguel Ruiz (Colaborador en el canal de Twitch de Miguel Ángel Román, además de escribir en la revista Panenka y colaborar en la cadena SER).

1. ¿Conocía Twitch antes de empezar a trabajar en esta plataforma?
2. ¿Qué le sugiere Twitch como plataforma para ofrecer información deportiva?
3. ¿Qué ofrece Twitch respecto a los medios tradicionales? Claves del éxito, etc....
4. ¿Conoce la figura de Gerard Romero? ¿Qué opina sobre su figura?