

[Inicio](#)[¿Quiénes somos?](#)[Sobre nosotros](#)[Premio Vicente Verdú](#)[Idea, diseña, emprende](#)[IR AL MÁSTER](#)

Twitch, nuevos comunicadores y medios: radiografía del periodista-streamer

DÁMASO MONDÉJAR — 12/01/2024

La relación entre el periodismo y las plataformas tecnológicas ha sido compleja desde sus inicios. Cuando las mentes de las *big tech* engendraban los primeros esbozos de lo que en el futuro sería Facebook, Twitter (ahora X) y YouTube, los medios de comunicación todavía nadaban en las calmadas aguas del monopolio de la atención. Con el paso del tiempo se ha constatado una dicotomía: [las plataformas son amigas y enemigas al mismo tiempo](#). A la vista está esa necesidad de los medios de estar donde está el público y, a su vez, el riesgo de caer en la irrelevancia ante la altísima competitividad del entorno digital.



Entradas recientes

[Las narrativas más innovadoras de 2024 \(3\)](#)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/23/25

[Fuera de los medios tradicionales: periodistas independientes en la era de la suscripción y los boletines \(1\)](#)

MIGUEL CARVAJAL — 03/11/25

[Las narrativas más innovadoras de 2024 \(2\)](#)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/11/25



Las narrativas más innovadoras de 2024 (1)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/04/25

Javier Bardají, consejero delegado de Atresmedia: “La regulación es un aliado de la innovación al servicio de las personas, no simplemente al servicio de las cuentas de resultados de las empresas”

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 02/25/25

Cómo el periodismo de proximidad construye comunidad: cinco estrategias innovadoras

MANUEL ARENAS — 02/18/25

¿Conoces el *Local*

En sus impulsos por innovar, los periodistas han ido transformando su ADN para adaptarse a las necesidades de los usuarios, quienes están cada vez más desapegados de la información tradicional. De acuerdo con el último [Digital News Report](#), ya son más las personas que desconfían en las noticias en general (40%) que las que sí creen en ellas —este año al menos nos quedamos con la nota positiva de que crece la confianza hacia las marcas, especialmente en el periodismo local y regional—. A esto se le suma el aumento de la participación de la audiencia y la irrupción de nuevos comunicadores que, sin ser periodistas, hacen algo que podría parecerse mucho al periodismo.

En este contexto, resulta interesante indagar en algunas tendencias que se han ido asentando en los últimos tiempos, como es la utilización de Twitch para la producción de contenidos periodísticos. Este es un tema que hemos tratado en este blog, con énfasis en el [periodismo deportivo](#) o en los [pros y contras que podría traer este formato para los profesionales informativos](#). Ahora, ante la maduración de la plataforma, resulta interesante conocer las perspectivas de los periodistas que han hecho de Twitch su redacción particular. En este artículo hablamos con tres *periodistas-streamers* (de los medios Relevo, Maldita y El Salto), quienes se han aventurado a cubrir la actualidad desde múltiples ámbitos, e indagamos en su *background*, experiencias e inicios en este formato.

Los inicios en Twitch: filosofía de ensayo-error

Diego Campoy fue durante casi dos años la cara visible de Relevo en Twitch. Actualmente se dedica a cubrir la NFL estadounidense en DAZN, pero ha estado especialmente ligado a la información futbolística, cubriendo en directo en Twitch el Mundial de Qatar, los mercados de fichajes, La Liga y la Champions League.

Campoy se define primero como periodista y luego como *streamer*. Se trata de un matiz relevante a ojos del entrevistado, puesto que su cometido en Twitch siempre fue anteponer la información al entretenimiento: “Me gusta más hablar de La Liga que de la Kings League. Me gusta más exponer un caso que puede ser un escándalo [como el caso Negreria] que hablar de si ha habido una polémica o no”. Este es un hecho que embarca a todo el equipo del que formó parte Campoy antes

Data Lab?

Es un seminario integrado por profesionales, profesores y alumnos que producen historias locales apoyadas en datos

Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo*

Contribuciones a las XIV Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

de mudarse a DAZN. Las personas que impulsaron el Twitch de Relevo son periodistas. Ninguno de ellos se dedicaba a los directos previamente de manera *amateur*, por lo que hubo un trabajo de adaptación.

Campoy aterrizó en Relevo a principios de abril de 2022, y hasta el 24 de mayo, casi dos meses después, no se puso en marcha el canal de Twitch. Él mismo fue el encargado de tantear la plataforma: “En ese periodo hice un estudio bastante amplio y fui compartiéndolo con mis compañeros; sobre todo para ver qué clase de contenidos hacer”, explica. Escuchaba consejos de todo el mundo, puesto que muchos de sus compañeros estaban ya enganchados a Twitch. Aun así, también hubo un trabajo exhaustivo de análisis: “Hicimos un estudio basado en datos con nuestro responsable de audiencias, César Finca. Por supuesto, tuvimos una estrategia previa: nuestro plato fuerte iba a ser el mercado de fichajes, porque salíamos en verano. Establecimos diferentes caras, para que no saliera siempre yo, y lanzamos campañas de publicidad”.

Descarga gratis el libro *Pistas y tendencias sobre innovación en periodismo*

Este libro recoge los mejores post publicados en el blog durante los últimos cinco años

Descarga gratis el libro *Mobile first: comunicación multipantalla*

Contribuciones a las XI Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH



Diego Campoy, en un directo de Relevo | @Relevo_Deportes

El caso de Relevo fue de los que más se asemejó a lo que ya estaba funcionando en Twitch: un reducido número de caras que repartían el contenido en tres bloques: la actualidad, el mercado de fichajes y un especial, *Quiero ser como*, dedicado al fútbol femenino. En la producción de los directos trabaja un equipo, pero el usuario percibía una imagen de contenido individual.

Descarga gratis el libro *Cómo innovar en periodismo*

Este libro reúne entrevistas a 27 profesionales que han pasado por el Máster

Descarga gratis el libro *Innovar en periodismo*

Contribuciones a las X Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Ranking de Innovación Periodística 2014

Descubre este informe que analiza las iniciativas periodísticas más innovadoras en España

“Me gusta más hablar de La Liga que de la Kings League. Me gusta más exponer un caso que puede ser un escándalo que hablar de si ha habido una polémica o no”. Diego Campoy, streamer periodístico.

Los otros dos ejemplos de *periodistas-streamers* varían por la propia concepción de los directos. En Maldita y El Salto, el trabajo en Twitch no se concentró en unas pocas figuras, sino que los contenidos se producen y, sobre todo, se muestran, con perspectiva colaborativa. Así lo describe Luisa Bernal, coordinadora de Maldito Timo, dedicado a proporcionar consejos para evitar estafas: “En Maldita funcionamos así, todo parte de una visión coral y todos somos responsables de todo. Si entras en nuestro Twitch, un día aparece una persona hablando de ciencia y al otro otra hablando de timos”, indica Bernal, quien es perfectamente consciente de que esto podría suponer un problema a la hora de establecer vínculos con los usuarios.

En este sentido, de acuerdo con Bernal, Twitch cuenta con la particularidad de que, más que los contenidos, en ocasiones lo que funciona realmente es la persona detrás de la cámara. El carisma, la cercanía y el humor son factores clave para cosechar una audiencia numerosa: “Muchas personas, cuando están en Twitch, a lo mejor solo

Consulta el
Diccionario del cliché

Un proyecto de innovación docente desarrollado por profesores y estudiantes del Máster y el Grado en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández

¿Quieres conocer a otros *periodistas de datos*?

Este innovador proyecto de profesores del Máster te ofrece una lista de profesionales en España y Latinoamérica

van a ver a Ibai porque les cae genial o les gusta cómo comenta las cosas. Luego entras al Twitch de Maldita y cada día hay una persona diferente. Es difícil crear comunidad cuando partes desde la perspectiva de un medio de comunicación”, lamenta.



Luisa Bernal, en una entrevista en el canal de Twitch de Maldita | @MALDITAes

Los inicios de Maldita en Twitch fueron muy similares a los de Relevo. Los directos no partían de personas expertas en la plataforma y en ningún caso se contrató a alguien con experiencia previa en el *streaming* para capitanear la estrategia. En cambio, tal y como describe Bernal, “todo fue un poco ensayo-error”. De nuevo, hubo una persona —Stéphane M.

Universidad con Sello de Excelencia Europea

La Universidad Miguel Hernández de Elche consiguió el Sello de Excelencia Europea 500+ en 2004, y posteriormente fue renovada en dos ocasiones consecutivas, la primera en 2007 y la segunda en 2009.

Grueso, encargado del ámbito audiovisual en Maldita— quien abrió el camino a sus compañeros: “Creó una guía e hizo una grabación online para que aprendiéramos a trastear Twitch. Así, a nivel técnico, se establecieron unas pautas, como estar siempre con un compañero, utilizar una tipografía concreta, los títulos tenían que estar escritos de una determinada forma... también hizo un vídeo explicativo de cómo utilizar StreamYard [un software de directos gratuito que se vincula con Twitch]”.

“Muchas personas, cuando están en Twitch, a lo mejor solo van a ver a Ibai porque les cae genial o les gusta cómo comenta las cosas. Es difícil crear comunidad cuando partes desde la perspectiva de un medio”. Luisa Bernal, coordinadora de Maldito Timo.

StreamYard es, precisamente, el mismo programa que utilizan en El Salto para emitir sus contenidos. Así lo afirma Yago Álvarez Barba, periodista económico y una de las caras del medio en Twitch. En El Salto no hay un único periodista que protagonice las emisiones, sino que se producen múltiples programas con temáticas muy dispares y con colaboradores que rara vez están en la misma ubicación geográfica.

“Casi todo lo que hacemos en El Salto suele ser bastante coral. Somos un medio assembleario y horizontal. Con respecto a Twitch, todo el mundo nos repetía lo mismo: lo que funciona son los individualismos, una persona, constancia, muchas horas la misma cara... Sabíamos que no éramos ese perfil, pero nos dio igual y tiramos para adelante”, dice Álvarez.

“En Twitch, yo utilizaría la palabra comunicador o divulgador, aunque no me guste mucho esta última definición. Al final, lo que intento es que la gente entienda mejor la economía y que pueda enfrentarse a ella”. Yago Álvarez, periodista económico y streamer de El Salto.

Álvarez representa en sí mismo una de las esencias de esta plataforma. Preguntado sobre si se define como periodista o *streamer*, deja entrever que su perfil se acerca más al de un *showman* que al busto informativo: “No soy periodista de carrera, vengo de la Economía. Es un debate que tengo conmigo mismo de forma recurrente. En Twitch utilizaría la palabra comunicador o divulgador, aunque no me guste mucho esta última. Al final, intento que la gente entienda mejor la economía y que pueda enfrentarse a ella. Me gusta desmontar bulos de los medios del ámbito

económico y explicar la economía de una manera sencilla para que la gente lo pueda entender... y, en el camino, también hago un poco de periodismo”, señala.



Yago Álvarez, en un directo en El Salto | @elsaltodiario

Las inquietudes de Álvarez son compartidas por Campoy y la propia Bernal. Si hay algo que hace de Twitch un entorno hostil para la información tradicional es la escasa formalidad de la plataforma y sus integrantes. También destacan otros elementos que enturbian la transmisión de información de calidad, como la polarización, el

protagonismo de los usuarios-ciudadanos o el exceso de contenido de opinión. Ante esto, ¿cómo perciben estos profesionales el periodismo, o la falta de él, en estos espacios?

La ardua tarea de hacer periodismo en Twitch

Campoy, Bernal y Álvarez recalcan su labor como periodistas y, pese a las diferencias, marcan distancias con el contenido *amateur* o el “periodismo ciudadano”. El ex periodista de Relevo incide en que, además de una metodología y la cultura profesional del periodismo, los periodistas cuentan con herramientas que sustentan la calidad de los contenidos. “Yo tenía la suerte de tener la redacción al lado, un *set* construido literalmente dentro de la redacción. Tus compañeros te sacan adelante el trabajo: si hay una noticia de última hora, te informan por WhatsApp. La información en directo está nutrida de los contenidos de la web y, por supuesto, si está publicado en la web, es que previamente ha sido contrastado”.

Campoy tiene problemas para ser optimista en la ecología del *streaming*. Para este periodista, y más en un nicho como es el periodismo deportivo, resulta muy complicado posicionar la información verídica, rigurosa, y de calidad. “Soy bastante pesimista con este tema. Creo que es muy peligroso hacia dónde nos estamos dirigiendo. ¿Se puede hacer periodismo a ese nivel en Twitch? Por supuesto, pero la gente prefiere que le cuente cosas buenas. Y cuando hay cosas malas, hay que contarlas también; eso es periodismo. Pero si por ejemplo hablas del caso Negreira, se te echa toda la gente encima”, lamenta.

El *streamer* también guarda sus reservas ante la irrupción de actores comunicativos ajenos al periodismo. A pesar de destacar las virtudes de Twitch con respecto a la interactividad que brinda, recalca que la fórmula de poner a los usuarios en el eje de la información no siempre es una buena idea: “A nivel informativo creo que es muy difícil que Twitch sea la nueva televisión o radio porque, al final, darle voz a toda la audiencia es muy bueno, pero tiene partes complicadas. Habría que preservar ciertos valores de la profesión y, si estás dando información, que aunque no seas periodista, tenga cierta veracidad. También hay que luchar sobre todo con los canales que producen desinformación y polarización. ¿Y cómo se combate eso? Pues haciendo bien tu trabajo”, concluye.

Bernal también muestra claros signos de preocupación con la deriva que ha tomado el debate público en las redes sociales. No en vano, trabajando en un medio dedicado a combatir los bulos, esta es una de sus principales preocupaciones. Tras ser preguntada por la labor de algunos comunicadores no periodistas que se aventuran a tratar información compleja e incluso verificar hechos de última hora, la *fact checker* recuerda que podríamos estar ante un nuevo tipo de desinformación. “Sí. Puede haber una intención periodística detrás y unos conocimientos [del trabajo de los *streamers* no periodistas], pero hacer una verificación en directo es muy complicado, puedes equivocarte. Todos los verificadores trabajamos bajo una metodología. Lo que hacen estos individuos podría ser útil, porque a lo mejor esta

persona tiene ciertas herramientas de búsqueda que el espectador que le está viendo no tiene. Pero el problema no es que lo haga, sino que lo esté haciendo en directo”, explica.

En este sentido, Bernal incide en que no hay nada negativo en hacer directos que traten la actualidad con perspectivas novedosas y en los que se involucre a la audiencia, pero que eso dista mucho de hacer periodismo. “Si iniciáramos un directo ahora mismo y jugáramos con el chat a ser investigadores y a indagar sobre un tema de actualidad, sería un contenido chulísimo. Pero tendría muchos problemas para llamarlo periodismo. Puede que tu contenido sea sobre actualidad, y puede llamar la atención del público para que luego quiera informarse más, pero diría que es contenido de entretenimiento”, espeta.

Por su parte, Álvarez ha decidido aceptar las reglas que le brinda Twitch y surfear sobre sus códigos formales y de contenido; no obstante, nunca abandonando la intencionalidad periodística o informativa: “Yo, aunque lo haga todo muy de coña, aunque intente estar de cachondeo e intente bajar todo a un idioma más terrenal, todos los temas que trato, los datos y los hechos, los contrasto, me los busco y los enseño; además, apoyado en mis compañeros y la gente de la redacción”.

Sin embargo, Álvarez advierte de que la volatilidad de los temas y la extrema flexibilidad de Twitch da pie a que se confunda desinformación con periodismo, o que, en vídeos de aparente inocencia o neutralidad, se inoculen mensajes ideológicos y políticos de peso. “Algunos hacen algo

que a nosotros nos parece imposible porque somos *boomers*. Por ejemplo, estar jugando mientras dices que los impuestos no sirven para nada o que el Estado te roba”. Se trata de una vertiente que también está siendo explorada en los medios, con algún artículo que [analiza el papel de los influencers](#) como “los nuevos columnistas de internet”.

Los *periodistas-streamers* que se han aventurado a probar suerte en Twitch son conscientes de las dificultades para ofrecer periodismo de calidad en un formato y ante un público que, en un principio, no nació para ello. Aun así, esta es una de las razones de ser de su trabajo: si su presencia en el *streaming* radica de la popularidad de la plataforma para atraer gente, el segundo paso es ejercer influencia y ampliar los valores democráticos que representa el periodismo, como el acceso a información veraz y de calidad. El debate público seguirá abriéndose paso con o sin periodistas de por medio, por lo que estos nuevos perfiles buscan adaptarse para hacer llegar el periodismo al gran público.



Dámaso Mondéjar

Doctorado UMH

