

# **SOCIAL MEDIA LIVE STREAMING y su impacto en los medios de comunicación: El caso de Facebook Live**

**Alexis Apablaza-Campos**

Investigador del Programa de Doctorado

Departamento de Comunicación

Universidad Pompeu Fabra, España

[a\\_apablaza@boleteador.com](mailto:a_apablaza@boleteador.com)

## **Eje temático**

Periodismo: nuevos desafíos, ciudadanías y espacios públicos

## **Abstract**

El *Social Media Live Streaming (SMLS)* ofrece la posibilidad de realizar y distribuir vídeos en directo, en diferentes formatos, a través de las redes sociales. Además, permite al emisor recibir *feedback* instantáneo: número de usuarios conectados, mensajes y emoticones de sus audiencias.

Facebook, en lugar de crear una red propia para implementar este nuevo tipo de contenido, ha decidido incluir el SMLS como una funcionalidad dentro de su familia de productos. Así, en cuestión de meses se ha consolidado como el principal referente para la emisión de noticias en directo.

A través de un estudio de caso (transmisiones de *NTN24 Venezuela* durante las elecciones de la Asamblea Nacional Constituyente), el siguiente trabajo explora cómo Facebook Live utiliza las tecnologías SMLS, su valor para los medios digitales y las oportunidades para realizar coberturas informativas mediante videos en directo. Todo ello con el fin de comprender su papel dentro de la innovación y tendencias del entorno periodístico.

# I. INTRODUCCIÓN

## 1.1 Facebook Live y el Social Media Live Streaming

Cuando Mark Zuckerberg afirmó que “el avance más rápido de los próximos cinco años será principalmente en el video” (Ingram, 2016) permitió entender el camino que han transitado hasta aquí las redes sociales de video en directo, cuya masividad solo es posible de comprender en un entorno digital con las siguientes características:

- 1) Velocidades de conexión a internet en continuo aumento
- 2) Accesibilidad: movilidad en la recepción y en la emisión de contenidos
- 3) Consumo de contenidos audiovisuales

Las apariciones de YouTube, como modelo que cambió la forma de ver televisión<sup>1</sup>, y de Netflix, como videoteca de contenidos digital de manera legal, permitieron un escenario precursor para el desarrollo del *Social Media Live Streaming (SMLS)*, el cual va más allá de ser un software que provea la funcionalidad de emitir videos en directo en entornos digitales, como se pudo comprobar tras los recordados fracasos de Justin.tv y Meerkat<sup>2</sup>.

Por ello, para catalogar a una tecnología como SMLS debe cumplir con los siguientes atributos:

- 1) Realizar y distribuir videos en directo, en diferentes formatos, a través de las redes sociales.
- 2) Brindar al emisor feedback instantáneo: usuarios conectados, mensajes y emoticones de sus audiencias. (Aplaza Campos A. J., 2017b, pág. 4)

En lugar de crear una red propia para implementar este nuevo tipo de contenidos, Facebook incluyó a *Live* como una funcionalidad dentro de su familia de productos desde 2016, y en abril de 2017 la jefa de video de la compañía, Fidji Simo, anunció que son la red de SMLS con mayor número de usuarios y que uno de cada cinco contenidos audiovisuales reproducidos en su red social es una emisión en directo (Constine, 2017).

---

<sup>1</sup> En los trabajos anteriores del autor detallados en la bibliografía, se explica el impacto de YouTube en los medios de comunicación, y como estos cambiaron su postura inicial de denunciar a la plataforma por violación de derechos de autor a generar cuentas oficiales en ella.

<sup>2</sup> Justin.tv permitía emitir videos en directo desde la web y estuvo activa durante siete años (2007-2014). Meerkat fue una app móvil que podía compartir sus contenidos en diferentes redes sociales, solo estuvo 20 meses activa al ser discontinuada en 2016.

## 1.2 Metodología

En primer lugar, en la presente comunicación hemos llevado a cabo una **revisión sistematizada** sobre las publicaciones vinculadas con el tema central, con el fin de establecer un estado de la cuestión en este ámbito y relacionarlo con las disciplinas más próximas: cibermedios, redes sociales y visibilidad de las informaciones periodísticas.

En segundo lugar, hemos llevado a cabo un **análisis heurístico** para analizar perfiles de SMLS determinados, aplicando una serie de indicadores (KPI) que permitan medir la efectividad de estos canales.

A partir de lo anterior, hemos llevado a cabo **análisis comparativos** que nos han permitido iniciar una línea de propuestas que, eventualmente, pueden ayudar a determinar el camino hacia el cual deben evolucionar los contenidos de vídeos en directo vinculándose con las expectativas de sus públicos objetivos.

## 1.3 Objeto de estudio

El objeto de estudio de este trabajo, son los canales de SMLS de medios de comunicación en Facebook Live.

## 1.4 Objetivos

El **objetivo principal** es explorar a Facebook Live como una red de Social Media Live Streaming, buscando comprender su papel a nivel de innovación y tendencias para el periodismo digital.

Los **objetivos secundarios** son los siguientes:

- Comprender la integración de Facebook Live como herramienta de distribución de información y su uso en las coberturas periodísticas.
- Analizar impactos y resultados de medios digitales que utilizan la red como su principal canal de distribución y emisión de videos en directo.

## 1.5 Preguntas de investigación

- ¿Es posible determinar cómo Facebook Live se ha transformado en el principal canal social de videos en directo de diversos medios digitales?
- ¿Qué estrategias de contenidos han aplicado periodistas y editores en la red social de SMLS que les ha permitido obtener mayor visibilidad a sus coberturas informativas?

## II. FACEBOOK LIVE Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### 2.1 El valor para el periodismo

Los motivos para que Facebook Live lidere la carrera por el SMLS no son complejos de comprender: es parte de la tercera web con más visitas del mundo (Alexa, 2017), en la cual las principales marcas, medios e influencers disponen de *fan pages*; evitando así que sus seguidores se trasladen hacia otra red para seguir un vídeo en directo y entregando un mayor alcance orgánico a los emisores en comparación con otros tipos de contenidos.

Todo este fenómeno ha sido definido por la *Royal Television Society*<sup>3</sup> como *the very large Social-Media Beast*.

Facebook Live ofrece amplitud y profundidad. Como una bestia gigante en redes sociales... Tiene una capacidad de alcance de personas como jamás se ha dado en ningún otro momento de la historia. (Shawley, 2016, pág. 46)

En el reporte *Periodismo Innovador América Latina* se presentan conclusiones de editores de diversos medios digitales de la región en el cual explican que realizan emisiones en directo a través de Facebook Live por las siguientes ventajas: crecimiento estable del alcance orgánico, información más detallada de quién pudo visualizar el vídeo, seguimiento de hashtags, y mayor masividad (Knight Center for Journalism in the Americas, 2017, págs. 4-5).

Tal como afirmamos en trabajos anteriores, diversos medios digitales de América Latina han sido capaces de obtener un alcance promedio de 98 usuarios por segundo emitido en Facebook Live, cuyos contenidos pueden ser clasificados en cuatro tipos: conferencias de prensa, sucesos de última hora, backstage de programas y emisión de señal televisiva (Apablaza Campos A. J., 2017b, pág. 8 y 18).

Hoy es posible ver en las redacciones figuras como el *Editor de Facebook Live*. El medio pionero en implementarlo ha sido *The Washington Post*, cuyo responsable es TJ Orteni que dispone de cuatro profesionales provistos de dos dispositivos móviles, uno de ellos es exclusivamente para la emisión de videos en directo (Nelson, 2017).

---

<sup>3</sup> Observatorio de medios de comunicación británico. Ver más en <https://rts.org.uk/>

## 2.2 Coberturas informativas en SMLS

Además de todos los motivos previamente mencionados, hubo un hecho que inclinó la balanza del SMLS de medios digitales hacia el lado de Facebook Live. En junio de 2016 un reportaje de *The Wall Street Journal* informó del pago de US\$50 millones a medios digitales, marcas e influencers para que emitieran videos en directo, la quinta parte de esa cifra fue invertida solo en cuatro medios: *BuzzFeed* (\$3,1), *New York Times* (\$3,0), *CNN* (\$2,5) y *Huffington Post* (\$1,6) (Perlberg & Sheetharaman, 2016).

Desde el *Facebook Journalism Project*<sup>4</sup> continuamente destacan las coberturas informativas exitosas mediante videos en directo. Es posible encontrar casos de éxito con revista *taff* (Alemania); los periódicos digitales *Firstpost* (India) y *TechCrunch* (USA); las cadenas de televisión *ITV News* (Reino Unido), *EBC* (Taiwán) y *RedeTV!* (Brasil); además de un caso chileno: la experiencia de Tele13<sup>5</sup> en las coberturas de las finales de la Copa América Centenario y la Eurocopa de Francia 2016 que generaron un total de 461 mil reproducciones de video y 2.700 comentarios (Facebook, s.f.).

También es posible encontrar casos como el de Jorge Ramos, presentador de *Univisión Noticias*, que combinó sus coberturas informativas para la televisión de las elecciones en Estados Unidos con emisiones de videos en directo obteniendo 1,1 millones de reproducciones solo durante las primeras 24 horas (Facebook Media, s/f); y del club deportivo *AS Roma*, que realizó una estrategia como medio de comunicación digital para transmitir la despedida de su ídolo Francesco Totti, cuyo resultado fue de 12,6 millones de espectadores en directo –73 millones en total– (Facebook, 2017).

Por estos motivos en el *Digital News Project 2017* se auguró que este será “el año del vídeo social y en directo” (Newman, 2017a); mientras que en el *Digital News Report 2017* –ambos informes desarrollados por el Reuters Institute de la Universidad de Oxford– se destacan los usos de Facebook Live de la *BBC* y de *Franceinfo*, debido a que este último emite experiencias de *fact-check* desde la calle (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy, & Kleis Nielsen, 2017b, pág. 53 y 67).

Actualmente, Facebook está desarrollando programas que permitan mayores experiencias SMLS a través de diversos formatos de video como los inmersivos/360° (*Live 360 Ready Program*), realidad virtual (*Oculus Rift*) y realidad aumentada (*AR Studio*).

---

<sup>4</sup> <https://www.facebook.com/facebookjournalismproject/>

<sup>5</sup> Noticiero emitido por Canal 13. Ver más en <http://www.t13.cl/>

### III. RESULTADOS

#### 3.1 NTN24 Venezuela y las elecciones para la Asamblea Nacional Constituyente

Luis Renato Olivalves, director de relación con medios de Facebook en América Latina, explicó al Centro Knight de la Universidad de Texas cuáles son las principales ventajas del live streaming a través de su red social.

El volumen de comentarios es 10 veces mayor en un video en vivo, comparado con un video normal en Facebook. En cuanto al tiempo de reproducción, las personas se quedan mirando un contenido en vivo 3 veces más que el tiempo que pasan viendo un material grabado. Es una herramienta increíble. Cuando se combina la interactividad y tiempo real, es una fuerza incomparable. (Knight Center for Journalism in the Americas, 2017, pág. 22)

*Nuestra Tele Noticias* –más conocido como *NTN24*– es un canal de noticias colombiano, propiedad del Grupo RCN. Su emisión en cableoperadoras venezolanas fue prohibida por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones del país por su cobertura a las protestas del 12 de febrero de 2014 (El Universal, 2014). Por ello es que sus emisiones para el país se realizan a través de redes sociales –YouTube, Twitter y Facebook– con el mensaje “comparte nuestra señal y ayúdanos a combatir la censura”.

Durante la jornada de elecciones a la Asamblea Nacional Constituyente de Venezuela de 2017, realizadas el domingo 30 de junio, *NTN24* emitió un total de 35 videos<sup>6</sup>, de los cuales 28 corresponden a videos normales (Figura 1) y 7 a videos en directo (Figura 2). En ellos es posible observar que se cumplen las proporciones referidas por los representantes de Facebook: uno de cada cinco videos emitidos es en directo, el volumen de comentarios es casi 30 veces mayor, y el promedio de reproducciones es de casi el triple (Figura 3).

En cuanto al tipo de contenidos, todas las emisiones en directo corresponden a réplicas de la señal televisiva –que en este caso se emite en YouTube<sup>7</sup>–, mientras los videos convencionales son, en su mayoría, despachos a través de *smartphones*.

---

<sup>6</sup> Todos los datos que se analizarán sobre las emisiones de videos en directo de *NTN24 Venezuela* –incluyendo las tablas– fueron recopilados por el autor desde su perfil de Facebook (<https://www.facebook.com/NTN24ve/>) hasta las 23:59 hora española del lunes 7 de agosto del 2017.

<sup>7</sup> <https://www.youtube.com/ntn24/live>

Título cobertura	Hora	Duración (min:seg)	Reproducciones	Compartir	Comentarios	Reacciones
Sin título	9:37	0:14	39.729	2.617	38	261
Maltrato de guardias a la prensa en El Paraíso	10:12	0:42	66.218	3.709	228	1.083
Momento en que rebotó el carnet de la Patria a Maduro	10:20	0:31	96.164	2.701	373	615
Oeste de Caracas centro de votación y 'punto rojo' en Sarría	10:51	0:10	40.236	2.501	154	754
'Peligro, no pase': se lee en la cinta dispuesta en el centro de votación en Sarría	11:25	0:40	35.213	1.756	94	550
Militarizado el estado Nueva Esparta	12:19	0:14	14.233	580	28	185
Así se encuentra la avenida intercomunal de El Valle	12:32	0:30	24.592	708	54	305
Represión desmedida a la prensa en Altamira	13:07	0:22	6.285	396	8	90
Testigo cuenta robo a periodista de El País de España	13:08	0:28	4.531	197	6	71
Quemadas motos de la Policía Nacional tras ataque contra opositores en Altamira	13:09	0:21	17.409	1.128	28	427
Resguardo de periodistas y presentes en ataque en Altamira	13:16	0:25	4.607	170	2	77
Periodista narra robo y agresión de funcionarios del Estado	13:17	0:32	23.932	1.206	28	475
Enfrentamiento en Av. 19 de Abril (San Cristóbal, Táchira)	13:18	2:27	162.729	5.173	467	1.563
Momento exacto de explosión cuando pasaba Policía Nacional en Altamira	14:04	1:20	157.396	5.866	508	2.843
Así fue el momento de la explosión en Altamira	14:25	1:20	28.408	731	67	387
Pistoleros disparan en Av. 5 de Julio de Maracaibo	14:36	0:20	41.115	2.112	99	512
Ataque de guardia en La Rosaleda de San Antonio de Los Altos (Miranda)	16:49	1:42	71.934	2.818	91	732
Incendia sede de la Policía de Chacao	17:01	0:37	151.131	6.541	412	2.510
Poliedro de Caracas en horas del mediodía	17:13	0:54	27.224	214	155	229
Otro ángulo de explosión en Altamira	17:29	0:53	108.394	2.011	135	1.153

Amenazan a vecinos del barrio 23 de Enero en Catia	18:00	1:28	62.119	1.669	71	571
Situación irregular en el casco central de Chaco	18:21	0:46	31.882	775	28	284
Así quedó la sede de Polichacao tras incendio	18:51	0:30	27.953	838	82	484
Reportan quema de vivienda en Ureña, Táchira	19:04	0:08	32.361	1.752	116	1.200
Llamado de desespero del alcalde de Santa Lucía, Estado Miranda	20:28	0:47	120.403	7.300	232	1.574
Reencuentro de diputado Calzadilla con hijas tras ser detenidas	20:40	0:52	52.283	1.845	57	1.056
Presidente del Sindicato de Trabajadores del Metro de Caracas ante la ausencia de votantes	20:51	1:31	177.942	6.899	167	1.557
#Resumen de la jornada	23:39	11:58	82.181	1.764	77	470

*Figura 1: Hora local, duración, número de reproducciones, de compartidos, de comentarios y de reacciones de publicaciones de videos de NTN24 Venezuela en Facebook.*

Título cobertura	Hora	Duración (min:seg)	Reproducciones	Compartir	Comentarios	Reacciones
NTN24 VENEZUELA EN VIVO 1	11:45	6:08	51.247	914	586	918
NTN24 VENEZUELA EN VIVO 2	12:11	21:07	102.243	1.467	3.437	715
NTN24 VENEZUELA EN VIVO 3	17:03	28:50	100.597	2.332	1.976	2.866
NTN24 VENEZUELA EN VIVO 4	17:45	4:15	155.610	2.626	1.385	4.086
Rueda de prensa de la Unidad ante represión en protestas	19:30	10:57	102.897	1.678	1.044	2.027
Declaración de la Unidad	20:55	27:51	159.370	2.638	2.592	2.699
CNE emite boletín de elección Constituyente	23:47	10:53	403.658	3.748	12.267	12.119

*Figura 2: Hora local, duración, número de reproducciones, de compartidos, de comentarios y de reacciones de videos en directo de NTN24 Venezuela en Facebook.*

Tipos de contenidos	Emitidos	Duración promedio	Reproducciones promedio	Compartidos promedio	Comentarios promedio	Reacciones promedio
Videos convencionales	28	1:10	61.022	2.356	136	786
Videos en directo	7	10:40	153.660	2200	3327	3633

*Figura 3: Número de piezas emitidas, promedio de duración, de reproducciones, de compartidos, de comentarios y de reacciones según tipos de videos emitidos por NTN24 Venezuela en Facebook.*



## IV. CONCLUSIONES

Para este apartado, en primer lugar, presentamos unas conclusiones generales y a continuación revisaremos las preguntas de investigación.

### 4.1 Conclusiones generales

- 1) El Social Media Live Streaming es más que la mera emisión de videos en directo, porque dispone de un acceso multiplataforma –tanto para emisores como para receptores– y requiere de un proceso continuo de feedback que estimule la participación de los usuarios.
- 2) El SMLS se encuentra en un entorno con tres características fundamentales: velocidad, accesibilidad y consumo de videos online. Todas ellas están en continuo crecimiento.
- 3) El desarrollo del SMLS hizo que Facebook decidiese no crear una red social para ello, sino que incluirlo como una funcionalidad dentro de sus perfiles. Actualmente uno de cada cinco videos subidos a la red es en directo.
- 4) Los principales motivos para que Facebook Live sea la tecnología SMLS más usada están relacionados el uso mayoritario de la red social, y con el mayor alcance orgánico que ofrece en comparación a otros canales similares. Expertos creen que es una verdadera “bestia gigante de redes sociales”.
- 5) Un segundo factor que consolida el liderazgo de Facebook Live en cuanto a generación de contenidos desde medios digitales es su asociación con editores de todo el mundo, ya sea pagando por usar la plataforma o bien valorando cada una de sus coberturas informativas exitosas.
- 6) Facebook ha llevado la experiencia de comunicar “como un medio de comunicación sin ser un medio” hacia otros lugares, como puede suceder con *influencers* (Jorge Ramos) u organizaciones (AS Roma).
- 7) Reportes especializados destacan el 2017 como el “año del video social y en directo” para los medios de comunicación, detallando ejemplos europeos. En paralelo a ello, la red les ofrece nuevos formatos de video en directo para mejorar las experiencias.
- 8) Desde Facebook en América Latina valoran las oportunidades que tienen los medios digitales de conseguir volúmenes de impactos mayores con videos en directo por sobre los convencionales, situación que se cumple con NTN24

Venezuela, que emplea las redes sociales para superar la prohibición de emitir en televisión convencional.

- 9) Durante la cobertura de las elecciones a la Asamblea Nacional Constituyente de Venezuela, *NTN24 Venezuela* logró un total de **240 espectadores por segundo de video en directo emitido en Facebook Live**. A diferencia de otras redes SMLS – como Periscope– no es posible distinguir cuántos de ellos corresponden a la emisión en directo y cuántos a la repetición; además es una cifra menor si se compara con los videos convencionales publicados en el canal en el mismo período (871 espectadores por segundo).
- 10) Existen una serie de alternativas, recursos y oportunidades en continuo aumento que motivan a los editores de medios digitales a seguir desarrollando contenidos de live streaming a través de Facebook Live.

#### **4.2 Preguntas de investigación**

**Pregunta 1:** ¿Es posible determinar cómo Facebook Live se ha transformado en el principal canal social de videos en directo de diversos medios digitales?

Hemos visto que, probablemente, la clave reside en los apartados 4 y 5 de las conclusiones generales, a saber, el hecho de que Facebook Live continuamente ofrece mayores oportunidades para los editores.

**Pregunta 2:** ¿Qué estrategias de contenidos han aplicado periodistas y editores en la red social de SMLS que les ha permitido obtener mayor visibilidad a sus coberturas informativas?

Como hemos visto, los medios han utilizado Facebook Live, principalmente, para cuatro tipos de contenidos informativos: conferencias de prensa, sucesos de última hora, backstage de programas y emisión de señal televisiva. Tal como se explica en las conclusiones generales 7 y 10, periodistas y editores disponen de una serie de recursos y oportunidades de desarrollo en el live streaming.

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Hora local, duración, número de reproducciones, de compartidos, de comentarios y de reacciones de publicaciones de videos de NTN24 Venezuela en Facebook.....	8
Figura 2: Hora local, duración, número de reproducciones, de compartidos, de comentarios y de reacciones de videos en directo de NTN24 Venezuela en Facebook...	8
Figura 3: Número de piezas emitidas, promedio de duración, de reproducciones, de compartidos, de comentarios y de reacciones según tipos de vídeos emitidos por NTN24 Venezuela en Facebook. ....	8

## BIBLIOGRAFÍA

- Alexa. (2017). *The top 500 sites on the web*. Recuperado el 11 de agosto de 2017, de <http://www.alexa.com/topsites>
- Apablaza Campos, A. (2017a). Periscope y la videorealidad periodística. *I Congreso Internacional de Periodismo: Convergencias Mediáticas y Nueva Narrativa Latinoamericana* (págs. 141-153). Quito, Ecuador: Ciespal. Obtenido de <http://ciespal.org/wp-content/uploads/2015/10/ACTAS-Periodismo-FINAL.pdf>
- Apablaza Campos, A. (2017c). SOCIAL MEDIA LIVE STREAMING y su impacto en los medios de comunicación: el caso de Periscope. *IV Congreso Nacional de la Asociación Chilena de Investigadores en Comunicación* (pág. 18). Santiago: INCOM.
- Apablaza Campos, A. J. (2017b). Social Media Live Streaming (SMLS) para medios digitales. *Congreso Internacional de Investigación en Comunicación* (pág. 19). Girona: Societat Catalana de Comunicació.
- Codina, L., Iglesias García, M., Pedraza, R., & García Carretero, L. (2016). Visibilidad y posicionamiento web de informaciones periodísticas:/nel framework SEO-RCP. *e-Repository UPF*.
- Columbia Journalism Review. (2015). Hard numbers: The new live streaming. *CJR*.
- comScore. (2015). *Chile Digital Future in Focus*. Santiago: comScore.

- comScore. (2016). *GLOBAL DIGITAL FUTURE IN FOCUS*. Reston VA, USA: comScore.
- Constine, J. (06 de Abril de 2017). *One in five Facebook videos is Live as it seizes the verb*. Obtenido de Techcrunch: <https://techcrunch.com/2017/04/06/live-video/>
- Doctor, K. (2010). *Newsonomics: Twelve New Trends That Will Shape the News You Get*. New York: St. Martin's Press.
- El Universal. (13 de febrero de 2014). *Maduro: Sacar del aire a NTN24 fue una decisión de Estado*. Obtenido de <http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/140213/maduro-sacar-del-aire-a-ntn24-fue-una-decision-de-estado>
- Facebook. (10 de agosto de 2017). *AS Roma celebra un hito junto a hinchas de todo el mundo mediante Facebook Live*. Obtenido de Facebook Media: <https://www.facebook.com/facebookmedia/success-stories/asroma>
- Facebook. (s.f.). *Editores de noticias de todo el mundo triunfan con Facebook Live*. Recuperado el 5 de Febrero de 2017, de Facebook Media: <https://www.facebook.com/facebookmedia/success-stories/globalnews-live>
- Facebook Media Blog. (5 de Enero de 2017). *How The Associated Press Trains its Journalists To Shoot in 360 Degrees*. Obtenido de <https://media.fb.com/2017/01/05/how-the-associated-press-trains-its-journalists-to-shoot-in-360-degrees/>
- Facebook Media. (s/f). *Jorge Ramos cubre las elecciones en Estados Unidos con Facebook Live*. Recuperado el 18 de Junio de 2017, de <https://www.facebook.com/facebookmedia/success-stories/jorge-ramos>
- Fairweather, T. (10 de Febrero de 2017). *6 tips to prepare your newsroom for live video on social media*. Obtenido de Journalism.co.uk: <https://www.journalism.co.uk/skills/6-tips-to-prepare-your-newsroom-for-live-video-on-social-media/s7/a699561/>
- Faklaris, C., Cafaro, F., Anne Hook, S., Blevins, A., O'Haver, M., & Singhal, N. (2016). *Legal and Ethical Implications of Mobile Live-Streaming Video Apps*. *18th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services*. Florencia, Italia: MobileHCI.

- García Carretero, L., Codina, L., & Pedraza, R. (2016). Indicadores para el estudio de la visibilidad y del impacto de los cibermedios en el ecosistema digital. *e-Repository UPF*.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Gupta, C. (25 de julio de 2017). *Introducing the Live 360 Ready Program and new features for Live 360*. Obtenido de Facebook Media: <https://media.fb.com/2017/07/25/introducing-the-live-360-ready-program-and-new-features-for-live-360/>
- IMS; comScore. (2016). *IMS Mobile in Latam Study*. Miami FL, USA: IMS Corporation.
- Ingram, M. (2 de Marzo de 2016). *Facebook May be Playing Catch-Up on Video, but It Is Going All In*. Obtenido de Fortune: <http://fortune.com/2016/03/02/facebook-video/>
- Kalogeropoulos, A., Cherubini, F., & Newman, N. (2016). *Digital News Project*. Oxford, Inglaterra: Reuters Institute.
- Knight Center for Journalism in the Americas. (2017). *Periodismo Innovador en América Latina*. (T. Mioli, & I. Nafría, Edits.) Texas: Open Society Foundations.
- Linares, J., Codina, L., Váñez, M., & Rodríguez Martínez, R. (2016). Interactividad, buscabilidad y visibilidad en cibermedios: sistema de análisis y resultados. *e-Repository UPF*.
- Mancebo García, M. (2016). Innovación en formatos audiovisuales. El uso de herramientas de live streaming en Antena 3 y Univision. *Miguel Hernández Communication Journal*.
- Nación. (26 de Noviembre de 2016). *'Time' escoge a You Tube como el invento del 2006*. Obtenido de [http://www.nacion.com/vivir/Time-escoge-You-Tube-invento\\_0\\_869313124.html](http://www.nacion.com/vivir/Time-escoge-You-Tube-invento_0_869313124.html)
- Nelson, J. (10 de Enero de 2017). *What is a Facebook Live editor?* (R. J. Institute, Editor, & University of Missouri) Obtenido de RJI: <https://www.rjionline.org/stories/what-is-a-facebook-live-editor>

- Newman, N. (2017a). *Digital News Project 2017*. Oxford: Reuters Institute & University of Oxford. Obtenido de <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Journalism%2C%20Media%20and%20Technology%20Trends%20and%20Predictions%202017.pdf>
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D., & Kleis Nielsen, R. (2017b). *Digital News Report 2017*. Oxford: Reuters Institute & University of Oxford.
- Ossorio Vega, M. Á. (30 de Junio de 2015). *Periscope, el vídeo en directo para todos*. (Universidad Complutense de Madrid) Obtenido de Internet Media Lab: <http://internetmedialab.com/2015/06/30/periscope-el-video-en-directo-para-todos/>
- Palacios, M., & Díaz Noci, J. (2007). *CIBERPERIODISMO: MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN*. Salvador de Bahía, Brasil: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Perlberg, S., & Sheetharaman, D. (22 de Junio de 2016). *Facebook Signs Deals With Media Companies, Celebrities for Facebook Live*. Obtenido de The Wall Street Journal: <https://www.wsj.com/articles/facebook-signs-deals-with-media-companies-celebrities-for-facebook-live-1466533472>
- Pew Research Center. (2015). *The Evolving Role of News on Twitter and Facebook*. Washington DC, USA: Pew Research Center.
- Rodríguez, S. (20 de Enero de 2017). *Netflix cierra 2016 con una facturación de 8.300 MM\$ (+35%)*. Obtenido de Ecommerce News: <http://ecommerce-news.es/actualidad/netflix-cierra-2016-una-facturacion-8-300-mm-35-53747.html>
- Rugg, A., & Burroughs, B. (2016). PERISCOPE, LIVE-STREAMING AND MOBILE VIDEO CULTURE. *Geoblocking and Global Video Culture*, 64-73.
- Salza, C. (8 de Mayo de 2017). *Facebook lanzará programas de TV propios en junio: reporte*. Obtenido de CNET: <https://www.cnet.com/es/noticias/facebook-lanzara-programas-de-television-propios-en-junio/>
- Scolari, C. (Ed.). (2015). *Ecología de los Medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.

Shawley, P. (2016). A fresh face for storytelling. *Television*, 46-47. Obtenido de [https://rts.org.uk/sites/default/files/new\\_television-oct16-lo-res.pdf](https://rts.org.uk/sites/default/files/new_television-oct16-lo-res.pdf)

Stewart, D. R., & Littau, J. (2016). Up, Periscope: Mobile Streaming Video Technologies, Privacy in Public, and the Right to Record. *JOURNALISM & MASS COMMUNICATION QUARTERLY*, 312-323.

Strange, A. (12 de julio de 2017). *Facebook Spaces adds live video streaming, letting people with or without Oculus Rift headsets participate in social VR*. Obtenido de Mashable: [http://mashable.com/2017/07/12/facebook-space-live-streaming/?utm\\_cid=hp-r-13#b1NzCZNGSiqq](http://mashable.com/2017/07/12/facebook-space-live-streaming/?utm_cid=hp-r-13#b1NzCZNGSiqq)

Villanueva Baselga, S. (s/f). *CINE Y CAMBIO SOCIAL Análisis y caracterización del vídeo participativo como objeto documental*. Barcelona: Universidad de Barcelona.