

SOCIAL MEDIA LIVE STREAMING y su impacto en los medios de comunicación: el caso de Periscope

SOCIAL MEDIA LIVE STREAMING and its impact on the news media: the case of Periscope

Alexis Apablaza-Campos

Investigador del Programa de Doctorado

Departamento de Comunicación

Universidad Pompeu Fabra, España

a_apablaza@boleteador.com

Resumen

El *Social Media Live Streaming* (SMLS) corresponde al conjunto de redes sociales que permiten reproducir videos en directo en diferentes formatos. Estas tecnologías, desde la perspectiva de la emisión, ofrecen la oportunidad de tomar decisiones al instante a partir del feedback que devuelven sus seguidores.

Este concepto solo puede ser comprendido desde el lanzamiento de Periscope en 2015, cuyo rápido crecimiento la transformó en una gran aliada para el periodismo digital. El continuo uso de la plataforma –destacada como “app del año” por Apple– justifica la proyección del estudio *Digital News Project*, elaborado por el Reuters Institute de la Universidad de Oxford, que apunta a que este 2017 será “el año del vídeo social y en directo” para el periodismo.

A través de un estudio de caso (transmisiones de *Efecto Cocuyo* durante la Consulta Nacional de Venezuela), el siguiente trabajo analiza Periscope como una SMLS, buscando comprender su papel dentro de la innovación y tendencias para un periodismo digital que desea mejorar cada día su alcance hacia unas audiencias con velocidades de conexión en aumento, y que consumen mayoritariamente videos online.

Abstract

Social Media Live Streaming (SMLS) includes the set of social media that allow to play live videos in different formats. These technologies, from the perspective of the broadcast, offer the opportunity to make decisions instantly based on the feedback returned by their followers.

This concept can only be understood since the launch of Periscope in 2015, whose fast growth has transformed it into a great ally for digital journalism. The continued use of the platform –highlighted as "app of the year" by Apple– justifies the projection of the *Digital News Project*, prepared by the Reuters Institute of Oxford University, which aims that this 2017 will be the “Year of Live and Social Video” for journalism.

Through a case study (transmissions of *Efecto Cocuyo* during the Venezuelan National Consultation), the following paper analyzes Periscope as an SMLS, with the aim of understanding its role within the innovation and trends for a digital journalism that wishes to improve its reach every day towards audiences with increasing connection speeds, and consuming mostly online videos.

Palabras claves/Keywords

Social Media Live Streaming, SMLS, Periscope, Efecto Cocuyo

Autorizo la publicación de la siguiente ponencia y del resumen en las actas del congreso.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Periscope y el Social Media Live Streaming

Solo el contexto actual permite entender el desarrollo de redes sociales de videos en directo, un escenario en el cual existen velocidades de conexión a internet en continuo aumento, acceso en distintos dispositivos –movilidad en la recepción y en la emisión de contenidos–, y, por consiguiente, un consumo en constante crecimiento de videos online.

Este último punto quedó claro cuando Mark Zuckerberg afirmó que “el avance más rápido de los próximos cinco años será principalmente en el vídeo” (Ingram, 2016). Una proyección que es avalada por las estadísticas en la región:

- Un 72% de los usuarios latinoamericanos reconoce que usa su *smartphone* para ver o compartir imágenes y videos; y un 70% para ver videoclips (IMS; comScore, 2016, pág. 19).
- En Chile, más del 60% de los minutos de video son consumidos por menores de 35 años (comScore, 2015).

Sin embargo, todo este fenómeno tiene una génesis anterior, tal como lo afirmamos en otras ocasiones. En concreto, hace poco más de una década YouTube cambió la forma de entender el consumo de videos online e, incluso, de ver la televisión; muchos usuarios espontáneamente comenzaron a subir a la plataforma contenidos audiovisuales –de diferentes épocas– de diversos medios de comunicación.

Así se instaló la percepción de que, si no pude ver mi programa favorito ayer, hoy lo puedo buscar en YouTube. Una situación que generó polémicas como las bajadas de contenidos con derechos de autor, y que fue explotada por Netflix para convertirse de una distribuidora de películas a domicilio en la principal videoteca digital de pago del mundo (Apablaza Campos A. , 2017a, pág. 149).

Sin embargo, todo ello no trajo consigo el éxito implícito de las webs que ofrecían emisión de videos en directo. El caso más recordado es el de Justin.tv que fue una de las más populares a principios de la década, pero acabó cerrando en 2014¹. Situación similar sucedió con Meerkat², una de las pioneras en ofrecer vídeos en directo a través de entornos móviles, pero que de un día para otro desapareció de toda *app store*.

Entonces, ¿qué es el ***Social Media Live Streaming (SMLS)*** y por qué podríamos afirmar que sus recursos van más allá de la mera emisión de videos en directo?

Como hemos explicado en investigaciones anteriores, para que una tecnología sea considerada como SMLS debe cumplir con las siguientes características:

¹ Justin.tv fue creada el 19 de marzo de 2007 y duró hasta el 5 de agosto del 2014, cuando su web cerró y sus perfiles de usuario fueron movidos a su matriz Twitch (hoy propiedad de Amazon) dedicada al streaming para videojuegos.

² Meerkat fue lanzada en febrero de 2015 y descontinuada en octubre de 2016. Permitía transmitir videos en vivo iniciando sesión en Twitter, hasta que fue bloqueado su acceso para estimular el uso de Periscope. La última estadística conocida data de mayo de 2015, cuando anunció dos millones de usuarios.

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

Actualmente, son dos canales SMLS los más usados:

- **Periscope:** SMLS como red social
- **Facebook Live:** SMLS como funcionalidad de perfiles

Sin dudas que el camino del live streaming en redes sociales arrancó a comienzos del 2015, cuando Twitter compró por más de US\$100 millones una app en desarrollo y decidió lanzarla al mercado durante marzo. Su fundador Kayvon Beykpour dejó en claro desde un comienzo de qué se trataba: “(con Periscope) quisimos crear lo más parecido a la teletransportación”.

Los números rápidamente acompañaron a la red social: 10 millones de descargas en sus primeros cuatro meses, 2 millones de usuarios activos diarios en ese mismo periodo y premiada como “la app del 2015 para iPhones” por Apple (Publimetro, 2016). Desde principios de 2017 que está totalmente integrada con su matriz Twitter, por lo que con tweet es posible distribuir un contenido audiovisual en directo por ambas plataformas.

Actualmente Periscope está implementando una serie de recursos que le permitan posicionarse como el principal canal para la generación de contenidos SMLS:

- **Periscope Producer:** permite crear contenidos con una calidad más profesional en diferentes formatos como emisiones en 4K o en realidad aumentada.
- **Live 360:** videos inmersivos en directo para quienes dispongan de los recursos adecuados para la emisión.
- **AR Selfie Mask:** el uso de filtros en rostros –tan comunes en redes como Snapchat e Instagram– para aplicar la realidad aumentada en directo.
- **Anuncios pre-roll:** a través de su programa Amplify³ se pondrá en marcha durante los próximos meses la primera experiencia con SMLS ADS.

³ Recurso creado por Twitter para ofrecer publicidad en sus contenidos audiovisuales. Más información en <https://twitter.com/twitteramplify>

- **Super Hearts:** “supercorazones” que el consumidor de video en directo envía para contactar directamente con el emisor. Al ser una opción pagada, genera recursos para el ‘periscoper’ (Unocero, 2017).
- **SMLS glass:** gafas de sol, creadas por la marca Hawkers, que permiten la emisión de contenido en directo (Pastor, 2017).

1.2 Metodología

En primer lugar, la presente comunicación hemos llevado a cabo una **revisión sistematizada** de las publicaciones sobre el tema de esta comunicación, con el fin de poder establecer un estado de la cuestión en este ámbito y relacionarlo con las disciplinas más próximas: cybermedios, 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) acordes para medir la efectividad de estos canales.

A partir de lo anterior, hemos llevado a cabo **análisis comparativos** que nos ha 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 acercándose a 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 Periscope.

1.4 Objetivos

El **objetivo principal** es analizar Periscope 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 Periscope 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 vídeos en directo.

1.5 Preguntas de investigación

- ¿Es posible determinar cómo Periscope se ha transformado en uno de los principales canales sociales 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. PERISCOPE Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

2.1 Coberturas informativas en SMLS

El informe *Digital News Project 2017*, realizado por el Reuters Institute de la Universidad de Oxford, auguró que este será “el año del vídeo social y en directo”. “Estos desarrollos son tanto para usar del poder del video para captar más atención –y, con ello, más publicidad–, como para combinar nuevas formas de expresión con un creciente interés en ‘lo que está sucediendo ahora mismo’”. (Newman, 2017, pág. 5)

Proyecciones que se basan en el sólido desarrollo que ha tenido el Social Media Live Streaming en las redacciones en poco más de dos años, es decir, a las pocas semanas del lanzamiento de Periscope. La primera emisión SMLS de una cobertura periodística data de abril del 2015, cuando Paul Levis, de *The Guardian*, emitió en directo a través de su móvil una manifestación en Baltimore, Estados Unidos.

Periscope también fue el compañero de Paul Ronzheimer, enviado especial de *Bild* a la Isla de Kos en Grecia, que acompañó a los refugiados sirios en su intento de llegar Alemania. Tras su experiencia en terreno como si fuese “un indocumentado más”, el periodista realizó el siguiente análisis a *The Guardian*:

En Alemania hay discusiones grandes sobre la intensidad de la cobertura periodística de la historia. Pero en Periscope todos pueden verlo en vivo...
Pude grabar sin ser tan obvio que era parte de un medio. (Dredge, 2015)

Otro ejemplo de cómo Periscope ha facilitado la anhelada “teletransportación” a través de una cobertura periodística, es el caso del portal especializado en tecnología y gadgets Xataka⁴ al cual ya nos referimos en un trabajo anterior.

Para el CES 2016 –feria de tecnología– dotó a todos sus enviados especiales de móviles exclusivos para transmitir en Periscope. En cada emisión, los periodistas mostraban los diferentes dispositivos tecnológicos para que la comunidad de espectadores solicitara, mediante el chat de mensajes, qué prototipo querían conocer. Así la transmisión permitía a los usuarios conectados de cualquier parte del mundo vivir la experiencia como si estuviesen allí (Apablaza Campos A. , 2017a, pág. 148).

Tras analizar el comportamiento y la generación de contenidos en formato SMLS, es posible decir que el periodismo actualmente emplea redes como Periscope para los siguientes tipos de emisiones: **conferencias de prensa, sucesos de última hora, backstage de programas y emisión de señal televisiva** (Apablaza Campos A. J., 2017b, págs. 8-9).

Este camino ha evolucionado desde aquella decisión espontánea del reportero en terreno que decidía sacar su celular para emitir en directo si la noticia lo ameritaba hasta el nacimiento de una nueva figura: el editor de “Social Media Live Streaming”, como sucede en *The Washington Post*, donde existe un departamento con cuatro profesionales que son liderados por TJ Orteni. Ellos reconocen que utilizan dos dispositivos móviles uno para comunicarse con la sala de redacción y un segundo exclusivamente para emisiones en directo, a ello se suma el continuo desafío de buscar mejores cámaras y oportunidades de generar contenidos informativos en formato SMLS. (Nelson, 2017)

2.2 El valor para el periodismo

En el evento *Newsrewired* realizado en enero de 2017 en Londres, Inglaterra, se reunieron editores de medios digitales como *BuzzFeed News*⁵, *IBT Media*⁶ y *First Draft*⁷, quienes

⁴ <https://www.xataka.com/>

⁵ <https://www.buzzfeed.com/news>

⁶ <http://corp.ibt.com/>

⁷ <https://es.firstdraftnews.com/>

concluyeron que hay 6 aspectos indispensables que tomar en cuenta a la hora de realizar vídeos en directo con fines informativos:

- 1) Centrarse en elementos simples, originales y atractivos que atraen la participación de los espectadores.
- 2) Capacitar a los reporteros para sentirse cómodos como conductores de una emisión de video en directo.
- 3) Pensar más allá del *live streaming*. El contenido puede editarse y reutilizarse, así como también los comentarios de los usuarios durante la repetición.
- 4) Invertir en equipos de calidad valorando tres factores: efectos visuales, de audio y la conexión.
- 5) Usar Tweetdeck como herramienta de búsqueda avanzada de emisiones de Periscope.
- 6) Aplicar el modelo *Spectre*: seguridad, permisos y privacidad, ética, confianza, trolls, riesgo reputacional, y trauma emocional (Fairweather, 2017).

Por todo esto, desde un comienzo Kayvon Beykpour dejó en claro que Periscope nunca ha buscado ser un medio de comunicación, sino que un complemento a ellos. Así se pudo comprobar en una entrevista otorgada a *El País*:

Periscope sirve para hacer una idea de algo en primera persona. Puede mostrar la cara b, la parte de atrás de un gran evento, pero nunca competir. Los medios que se han sumado lo hacen para acercar a los presentadores, a las estrellas, para contar de otra manera. Es complementario (Jiménez Cano, 2016)

En esta línea, la red de SMLS ha buscado acuerdos de contenido con diversos medios digitales para facilitar la distribución de sus contenidos. “Periscope es una plataforma natural para contenido periodístico en vivo dadas sus características de medio en tiempo real, abierto y público”, afirma Leonardo Stamillo, director de alianzas de contenido de noticias en América Latina de Twitter (Knight Center for Journalism in the Americas, 2017, pág. 4).

Por todo ello, desde el Internet Media Lab de la Universidad Complutense de Madrid destacan el valor de Periscope para el periodismo:

Es evidente que Periscope entra de lleno en el radar de interés de los periodistas. En una sociedad digitalizada que reclama inmediatez y concreción (en parte debido a plataformas como Twitter, que a todos ha acostumbrado a la rapidez y brevedad), la posibilidad de complementar los productos informativos con vídeo en directo en un plus que no deberían dejar pasar las empresas periodísticas y los periodistas en general (Ossorio Vega, 2015).

III. RESULTADOS

3.1 *Efecto Cucuyo* y la Consulta Nacional de Venezuela

La situación política de Venezuela en los últimos años ha enfrentado a medios de comunicación con los gobiernos de Hugo Chávez y, actualmente, de Nicolás Maduro. El periodismo de tendencia opositora ha acusado censura en espacios convencionales, por lo que Periscope se ha transformado en una herramienta para distintos influencers⁸.

Mientras gran parte de los editores de medios digitales latinoamericanos se está cambiando a Facebook Live⁹, destaca el caso de *Efecto Cucuyo*¹⁰, portal informativo sobre política, economía y recursos humanos, creado el 2015 en Caracas para superar las barreras que tienen los medios independientes en un país políticamente dividido.

Con más de 500 emisiones realizadas en Periscope, sus contenidos SMLS incluyen –además de la emisión de sucesos de última hora y cobertura de grandes eventos– un programa

⁸ Uno de los casos más conocidos de periodistas venezolanos usando Periscope para esquivar restricciones es el de Leocenis García (<https://www.pscp.tv/LeocenisOficial>) que, tras su detención y confiscación de su editorial 6to Poder, emitió vídeos en directo desde la cárcel. Sin embargo, la red social también ha servido a políticos opositores para convocar a manifestaciones, como sucede con las cuentas del excandidato presidencial Enrique Capriles (<https://www.pscp.tv/hcapriles>) y la activista Lilian Tintori (<https://www.pscp.tv/liliantintori>), cada una de ellas está por sobre los 100 mil seguidores.

⁹ En la investigación realizada por el autor llamada “Social Media Live Streaming (SMLS) para medios digitales”, presentada el 30 de junio de 2017 en el Congreso Internacional de Investigación en Comunicación realizado en la Universidad de Girona (España), se analiza cómo los editores de medios latinoamericanos reconocen que prefieren realizar emisiones SMLS en Facebook Live por sobre Periscope por los siguientes motivos: crecimiento estable del alcance orgánico, información más detallada de quién pudo visualizar el video, seguimiento de hashtags, y mayor masividad.

¹⁰ <http://efectocucuyo.com/>

llamado *Con la Luz*, presentado por la directora de *Efecto Cucuyo*, Luz Mely Reyes, durante media hora cada viernes a las 18:00 hora local.

La reconocida periodista María Ramírez valoró a través de Twitter la cobertura informativa de *Efecto Cucuyo* durante la Consulta Nacional de Venezuela, realizada por la Asamblea Nacional el 16 de julio de 2017, lo que fue replicado por periodistas de todo el mundo que siguieron su cobertura informativa a través de Periscope.

Durante la jornada, el medio realizó un total de 12 emisiones de vídeos en directo –la última de ellas fue durante la madrugada del 17 de julio–, las cuales completaron un total de 82 minutos al aire¹¹, acumulando un total de 53,3k de espectadores como se puede ver en la Figura 1.

La Figura 2 detalla las interacciones obtenidas en Twitter, obteniendo un total de 54 comentarios, 1.169 retweets y 586 likes. Finalmente, la Figura 3 detalla los KPIs entregados por Periscope permiten diferenciar los espectadores en directo –17k acumulados– que son menos de la mitad de los que vieron el contenido en la repetición –cerca de 37k acumulados– alcanzando un tiempo de visualización por espectador promedio de 51 segundos.

Las 12 piezas emitidas fueron grabadas desde un dispositivo móvil. La mitad de ellas correspondieron a despachos desde lugares de votación, y la otra mitad fueron transmisiones durante tanto para esperar la entrega de resultados como para su posterior análisis.

Reynaldo Mozo, periodista y community manager de *Efecto Cocuyo*, ha destacado que una de sus principales lecciones en la generación de contenidos SMLS es no perder el foco en el periodismo. “Tenemos que responder a las cinco preguntas básicas del periodismo. Periscope nos exige explicarle a la gente que está detrás de ese teléfono cómo está funcionando todo” (Knight Center for Journalism in the Americas, 2017, pág. 2).

¹¹ Todos los datos que se analizarán sobre las emisiones de videos en directo de *Efecto Cocuyo* –incluyendo las tablas– fueron recopilados por el autor desde sus perfiles de Periscope (<https://www.pscp.tv/EfectoCocuyo/>) y Twitter (<https://twitter.com/efectococuyo>) hasta las 23:59 hora española del lunes 17 de junio del 2017.

| Cobertura | Hora | Duración (min:seg) | Espectadores |
|--|-------|--------------------|--------------|
| Consulta soberana punto Plaza Bolívar de Chacao #16jul | 7:15 | 7:04 | 4k |
| Punto soberano calle A de Los Ruices #16jul | 8:22 | 16:51 | 5,1k |
| Punto soberano El Cafetal #16jul #ConsultaPopular16j | 9:13 | 3:57 | 2k |
| Punto soberano Santa Paula #consultapopular16j | 9:43 | 9:03 | 1,9k |
| Punto soberano de Las Mercedes #consultapopular16j | 10:23 | 3:57 | 2,2k |
| Punto soberano Santa Fe #consultapopular16jul | 10:44 | 5:58 | 1,7k |
| Desde el centro cultural Chacao | 19:12 | 2:41 | 6,4k |
| #consultapopular16j en la espera del cierre | 19:27 | 11:46 | 4,8k |
| Sin título – 1 | 19:49 | 2:01 | 4,2k |
| Sin título – 2 | 19:55 | 2:18 | 4,7k |
| Sin título – 3 | 22:12 | 4:17 | 7,9k |
| Análisis de la Consulta Popular | 00:23 | 12:07 | 8,4k |
| TOTAL ACUMULADO | | 82:00 | 53,3k |

Tabla 1: Hora local, duración y número de espectadores de las emisiones de Efecto Cucuyo en Periscope.¹²

| Cobertura | Comentarios | Retweets | Likes |
|--|-------------|--------------|------------|
| Consulta soberana punto Plaza Bolívar de Chacao #16jul | 11 | 157 | 93 |
| Punto soberano calle A de Los Ruices #16jul | 3 | 211 | 87 |
| Punto soberano El Cafetal #16jul #ConsultaPopular16j | 3 | 63 | 30 |
| Punto soberano Santa Paula #consultapopular16j | 4 | 80 | 23 |
| Punto soberano de Las Mercedes #consultapopular16j | 2 | 105 | 26 |
| Punto soberano Santa Fe #consultapopular16jul | 2 | 59 | 21 |
| Desde el centro cultural Chacao | 7 | 103 | 61 |
| #consultapopular16j en la espera del cierre | 2 | 63 | 46 |
| Sin título – 1 | 2 | 40 | 23 |
| Sin título – 2 | 3 | 52 | 18 |
| Sin título – 3 | 8 | 126 | 60 |
| Análisis de la Consulta Popular | 7 | 110 | 98 |
| TOTAL ACUMULADO | 54 | 1.169 | 586 |

Tabla 2: Comentarios, retweets y likes de videos en directo de Efecto Cucuyo en Twitter.

¹² El contenido de esta tabla y las siguientes corresponden a los datos recopilados por el autor mencionados en la nota al pie anterior.

| Cobertura | Tiempo total visualización (día:hor) | Visualización promedio por espectador (min:seg) | Espectadores en directo | Espectadores en repetición |
|---|--------------------------------------|---|-------------------------|----------------------------|
| Consulta soberana punto Plaza Bolívar de Chacao #16jul | 2:20 | 0:59 | 1.309 | 2.788 |
| Punto soberano calle A de Los Ruices #16jul | 3:15 | 1:01 | 1.625 | 3.496 |
| Punto soberano El Cafetal #16jul #ConsultaPopular16j | 1:05 | 0:52 | 728 | 1.319 |
| Punto soberano Santa Paula #consultapopular16j | 1:01 | 0:47 | 616 | 1.317 |
| Punto soberano de Las Mercedes #consultapopular16j | 1:05 | 0:46 | 682 | 1.613 |
| Punto soberano Santa Fe #consultapopular16jul | 1:03 | 0:58 | 758 | 956 |
| Desde el Centro Cultural Chacao #consultapopular16j en la espera del cierre | 3:05 | 0:42 | 1.535 | 4.953 |
| Sin título – 1 | 2:14 | 0:46 | 2.047 | 2.793 |
| Sin título – 2 | 1:06 | 0:25 | 618 | 3.649 |
| Sin título – 3 | 2:09 | 0:44 | 1.428 | 3.290 |
| Sin título – 3 | 4:19 | 0:52 | 3.113 | 4.869 |
| Análisis de la Consulta Popular | 7:17 | 1:19 | 2.545 | 5.897 |
| TOTAL ACUMULADO | | 0:51 | 17.004 | 36.940 |

Tabla 3: Números de visualización y de espectadores obtenidos por Efecto Cucuyo en Periscope.

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 continuo crecimiento del consumo de videos online, junto con el aumento de velocidades de conexión, ha permitido el desarrollo del Social Media Live Streaming.
- 2) El SMLS es más que video en directo porque no solo permite la emisión en diferentes formatos, sino que además estimula la interacción del receptor permitiendo el intercambio de roles. Desde la aparición de Periscope en 2015 se puede hablar del desarrollo del *live streaming*.

- 3) Las proyecciones auspiciosas de expertos para este 2017 sobre el uso redes sociales de videos en directo de los medios digitales se relaciona con la forma en que Periscope y otras tecnologías SMLS se han integrado en las redacciones.
- 4) La integración de Periscope como un aliado para el periodismo se debe tanto a que sus creadores especificaron desde un comienzo que no deseaban “reemplazar” a los medios, sino que complementarse, como a el establecimiento de alianzas para fomentar la difusión y las interacciones de sus canales en la red SMLS.
- 5) Pese al crecimiento de Facebook Live, periodistas, políticos e influencers venezolanos aún prefieren el uso de Periscope. Esto explica el éxito de *Efecto Cucuyo*, medio que supera sus falencias offline en los entornos digitales.
- 6) Durante la cobertura de la Consulta Nacional de Venezuela, *Efecto Cucuyo* logró un total de **11 espectadores por segundo de video en directo emitido en Periscope**. 3,5 de ellos corresponden a la emisión en directo, y 7,5 a la repetición.
- 7) Tanto la experiencia analizada en los resultados como las declaraciones de expertos estudiadas coinciden en que Periscope es una herramienta idónea para el periodismo, que es necesario saber constantemente cuáles son las mejores opciones para emitir – a nivel de datos móviles y de dispositivos–, y que los principios que rigen la calidad de la información continúan siendo fundamentales para mantener el atractivo de las audiencias.

4.2 Preguntas de investigación

Pregunta 1: ¿Es posible determinar cómo Periscope se ha transformado en uno de los principales canales sociales de diversos medios digitales?

Hemos visto que, probablemente, la clave reside en los apartados 2 y 4 de las conclusiones generales, a saber, el hecho de que Periscope es más que video en directo, y su acertada ubicación como complemento y no sustitución de los medios.

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 Periscope, 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 la conclusión general 7, periodistas y editores continuamente experimentan cómo optimizar sus emisiones a nivel de forma –calidad técnica de emisión– y de fondo –contenidos de interés periodístico–.

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Hora local, duración y número de espectadores de las emisiones de Efecto Cucuyo en Periscope..... | 11 |
| Tabla 2: Comentarios, retweets y likes de videos en directo de Efecto Cucuyo en Twitter. 11 | |
| Tabla 3: Números de visualización y de espectadores obtenidos por Efecto Cucuyo en Periscope..... | 12 |

BIBLIOGRAFÍA

- 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. (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.

- Doctor, K. (2010). *Newsonomics: Twelve New Trends That Will Shape the News You Get*. New York: St. Martin's Press.
- Dredge, S. (13 de Septiembre de 2015). *How live video on Periscope helped 'get inside' the Syrian refugees story*. Obtenido de The Guardian: <https://www.theguardian.com/media/2015/sep/13/periscope-app-syrian-refugees-bild>
- El Economista. (5 de Enero de 2016). *Periscope: la aplicación estrella del año 2015*. Obtenido de <http://www.economista.es/telecomunicacion-tecnologia-cl/noticias/7259884/01/16/-Periscope-la-aplicacion-estrella-del-ano-2015.html>
- 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 cybermedios en el ecosistema digital. *e-Repository UPF*.
- Gómez Rubio, L., & López Vidales, N. (2016). Información televisiva y movilidad. Análisis de las noticias más seguidas a través de Twitter. *Fonseca, Journal of Communication*, 11-31. doi:<https://doi.org/10.14201/fjc2016131131>
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- 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/>

- Jiménez Cano, R. (17 de Mayo de 2016). “*Periscope muestra la cara b de un evento, no compite con los medios*”. Obtenido de El País: https://elpais.com/tecnologia/2015/08/04/actualidad/1438646617_941740.html
- 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., Vállez, 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
- 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. (2017). *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>
- 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.
- Pastor, J. (20 de Junio de 2017). *Las nuevas gafas de Hawkers integran una cámara y hacen livestreaming vía Periscope*. Obtenido de Xataka: <https://www.xataka.com/accesorios/las-nuevas-gafas-de-hawkers-integran-una-camara-y-hacen-livestreaming-via-periscope>
- Pew Research Center. (2015). *The Evolving Role of News on Twitter and Facebook*. Washington DC, USA: Pew Research Center.
- Publimetro. (6 de Enero de 2016). *Conoce Periscope: la aplicación que se consolidó durante el 2015*. Obtenido de <https://www.publimetro.cl/cl/teknik/2016/01/06/conoce-periscope-aplicacion-que-se-consolido-durante-2015.html>
- 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>
- Ronzheimer, P. (24 de Agosto de 2015). *Twitter*. Obtenido de <https://twitter.com/ronzheimer/status/635917710602469382>
- 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

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.

Tang, J. C., Venolia, G., & Inkpen, K. M. (2016). Meerkat and Periscope: I Stream, You Stream, Apps Stream for Live Streams. *Conference on Human Factors in Computing Systems*. San José CA, USA: CHI 2016.

Unocero. (22 de Junio de 2017). *Ahora podrás ganar dinero a través de Periscope*. Obtenido de <https://www.unocero.com/2017/06/22/ahora-podras-ganar-dinero-traves-periscope/>

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