



UNIVERSIDAD DE SAN ISIDRO

Dr. Plácido Marín

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

**Canales de *streaming* y transformación mediática: El caso de
Olga TV durante el balotaje de 2023**

NUÑEZ, Cristian Eduardo

DNI. 39.492.069

cristianne963@gmail.com

Tutor: Dr. SECUL GIUSTI, Cristian

2026

Resumen

El presente Trabajo Final de Grado analiza y contextualiza la cobertura realizada por *Olga TV* durante el balotaje presidencial de 2023, a partir de un enfoque multimodal que considera las características de la transmisión, los perfiles seleccionados para la conducción y la participación de los invitados presentes durante la jornada electoral. En este marco, y atendiendo al crecimiento de las plataformas de streaming en Argentina, se explora cómo el humor, la inmediatez y las posibilidades de interacción propias de estos entornos digitales se articulan con la comunicación política. De este modo, se busca comprender de qué manera emergen nuevas formas de producción y circulación de sentidos que habilitan la participación de actores diversos, amplían los espacios de debate público y se diferencian de las lógicas tradicionales de los medios de comunicación.

Palabras clave:

balotaje – *streaming* – Olga TV – espectadores

Agradecimientos

En primer lugar quisiera agradecer a mis padres por siempre haber confiado en mí y haberme dado las herramientas necesarias para poder llegar a este punto, acompañándome durante el proceso.

Agradecer a la Universidad de San Isidro por haberme dado la oportunidad de crecer como persona y profesional a lo largo de la carrera, como así también ayudarme a continuar con mis estudios en los momentos más difíciles.

Agradecer a Cristian Secul Giusti por acompañarme durante todo este proceso que significa un Trabajo Final de Grado, ayudándome y acompañándome, brindándome consejos como así también evacuando mis dudas en todo momento.

Agradecer a Santiago Lucas, quien fue uno de los pilares más importantes a lo largo de la carrera, y que también fue partícipe crucial para hoy por estar en este punto. Siempre con las palabras justas y claves para ir hacia adelante juntos codo a codo.

Por último, agradecerme a mí por no bajar los brazos, por siempre dar un poco más y seguir avanzando a pesar de las adversidades y momentos difíciles que a lo largo de la carrera se presentaron. El que abandona no tiene premio.

Índice.....	3
1.Introducción.....	4
1.2 Tema.....	4
1.3 Descripción y Justificación del tema.....	4
2. Objetivos de investigación.....	5
2.1 Objetivo General.....	5
2.2 Objetivos Específicos.....	5
2.3 Preguntas de Investigación.....	5
3. Estado del Arte.....	6
4. Marco Teórico.....	8
5. Metodología.....	13
6. Contexto social, económico y político.....	15
7. Desarrollo.....	18
7.1 <i>Streaming</i> en Argentina: caso <i>Olga TV</i>	18
7.2 Las horas previas al balotaje: ¿Massa o Milei?.....	22
7.3 Milei electo.....	27
7.4El día después: Milei da un golpe sobre la mesa de la política tradicional...30	
7.5 Los canales de <i>streaming</i> como medios de comunicación masivos.....	34
8. Consideraciones finales.....	38
9. Referencias.....	41

1. Introducción

1.2 Tema

Canales de *streaming* y transformación mediática: El caso de *Olga TV* durante el balotaje de 2023

1.3 Descripción y Justificación del tema

Los medios de comunicación, y en particular la radiofonía, han sufrido modificaciones desde 1920, año en que se realizó la primera transmisión radiofónica de la Argentina. A partir de ese punto hasta la actualidad, la radio ha mutado lenta y paulatinamente, logrando transformarse en un nuevo medio de comunicación como son los canales de *streaming*.

De la radio AM hasta la creación de la FM, pasando por automóviles que contaban con radio estéreo, la llegada de *YouTube* y *Twitch* permitieron alcanzar a un público joven y a su vez generar un cambio en el paradigma de cómo se comunica y qué rol tienen los medios de comunicación en nuestra vida cotidiana.

En medio de todos estos cambios aparece en 2023 *Olga TV*, un canal de *streaming* creado por los productores, Bernarda y Luis Cella. Ambos hermanos en conjunto con Miguel Granados iniciaron este proyecto en el cual día a día confluyen el humor y las excentricidades. Sin embargo, también dentro de este canal existe y se le otorga un lugar a la actualidad, al periodismo e incluso a la política.

El siguiente Trabajo Final de Grado (TFG) realizará un análisis discursivo y multimodal respecto de la cobertura realizada por *Olga TV* durante el balotaje del 2023. En este sentido, la producción abordará un contexto sociopolítico para entender lo novedoso dentro del campo de la comunicación ya que es una de las primeras coberturas de un medio no tradicional.

En ese marco, se utilizará el programa especial emitido a través de *Youtube* y *Twitch* el 19 de noviembre del 2023 conducido por Natalia Jersonsky, Eial Moldavsky y Homero Pettinato en el cual se cubrió y analizó el balotaje que dio como resultado el triunfo de Javier Milei.

2. Objetivos de investigación

2.1 Objetivo General

El objetivo principal del siguiente TFG será analizar la cobertura realizada por el canal de *streaming Olga TV* durante el balotaje del 2023 desde un análisis multimodal y discursivo.

2.2 Objetivos Específicos

- Analizar el fenómeno del *streaming* como herramienta en la comunicación política en *Olga TV*.
- Explorar el uso de elementos visuales y auditivos en la cobertura del balotaje del 2023.
- Identificar la representación de los candidatos, periodistas e invitados al programa.
- Analizar de qué manera se integran el humor y la narrativa no convencional en la cobertura realizada.

2.3 Preguntas de investigación

¿Cómo es la estrategia editorial de *Olga TV* al momento de cubrir las elecciones de 2023, y cuál es la diferencia con los medios tradicionales en términos de formato, contenido y enfoque?

¿Qué incidencia tuvo la cobertura de las elecciones por parte de *Olga TV* en la percepción del público argentino sobre los eventos políticos, y cómo influyó en el discurso político y social comparado con la cobertura de otros medios?

¿De qué manera *Olga TV* integró elementos de humor y narrativa no convencional en su cobertura electoral, y cómo estos elementos afectaron la recepción y comprensión del proceso electoral por parte de la audiencia?

3. Estado del arte

Según Montoya Molina (2005), el estado del arte o estado de la cuestión es una modalidad de la investigación documental que permite el estudio del conocimiento acumulado (escrito en textos) dentro de un área específica (p.74). En este sentido, se tomarán en consideración un texto académico, dos notas periodísticas y un libro, las cuales guardan relación con el objetivo de este Trabajo Final de Grado.

Los antecedentes relevados permiten reconocer un creciente interés académico y periodístico por las transformaciones que atraviesan los consumos informativos en entornos digitales. En este sentido, el artículo “Periodismo en Twitch: análisis exploratorio de las primeras iniciativas informativas” de Vázquez-Herrero, Negreira-Rey y González-López (2024) explora las formas en que medios de comunicación y periodistas se adaptan a la plataforma Twitch. Los autores analizan las posibilidades que ofrece este entorno digital para el ejercicio periodístico y destacan una creciente hibridación entre información y entretenimiento, en la que conviven contenidos rigurosos, especialistas y recursos humorísticos. Estos aportes resultan particularmente relevantes para comprender las dinámicas comunicacionales presentes en *Olga TV*.

Por su parte, Rodríguez Hernández, Ortega Fernández y Padilla Castillo (2022), en “Medios de comunicación españoles en *Twitch*. Cambio de paradigma del periodismo hacia el streaming”, abordan las transformaciones que experimentan los medios tradicionales frente al avance de las plataformas de streaming. Su trabajo destaca aspectos como la inmediatez, la interacción con las audiencias y la sensación de cercanía que estos entornos generan, elementos que permiten establecer puntos de contacto con las nuevas formas de comunicación desarrolladas en Argentina.

En el ámbito periodístico, el artículo “El sueño de dos hermanos y la historia de Olga, el fenómeno del streaming que apuesta a informar con humor”, de Yanet Ingravallo (2023) aporta información específica sobre el origen de *Olga TV* y recupera testimonios de una de sus fundadoras, Bernarda Cella. La reconstrucción de las decisiones editoriales, los criterios de programación y la utilización del humor como

rasgo distintivo permite contextualizar el surgimiento del canal y comprender las particularidades de su propuesta comunicacional.

Asimismo, la nota “El streaming de Olga para las elecciones alcanzó los 78 mil espectadores” (Infobae, 2023) ofrece datos concretos sobre la cobertura realizada por *Olga TV* durante las elecciones presidenciales de 2023. Además de brindar información cuantitativa sobre el alcance de la transmisión, el artículo destaca la incorporación de contenidos vinculados con la actualidad, la política y la economía dentro de la programación del canal, aspecto que refuerza la pertinencia de analizar las relaciones entre periodismo, información y entretenimiento en el contexto del streaming.

Estos antecedentes permiten contextualizar el objeto de estudio e incluyen herramientas conceptuales y empíricas que ayudan a entender el crecimiento de las plataformas de *streaming* como espacios de producción informativa, así como las nuevas formas de articulación entre periodismo, humor, entretenimiento y comunicación política.

4. Marco Teórico

En el siguiente apartado se desarrollarán y expondrán definiciones que están relacionadas con el análisis multimodal, como así también se definirán términos tales como *Twitch* y *streaming* los cuales son fundamentales para entender el lugar que ocupa dentro de los nuevos medios de comunicación el canal *Olga TV*.

En este sentido, también se abordará el concepto de “contrato de lectura” postulado por Eliseo Verón (1985) para exponer qué relaciones guardan los espectadores que consumen *Olga TV* para con los enunciadores y periodistas que fueron parte de la cobertura de las elecciones. Por otro lado, también se tendrá en cuenta la definición de “punto nodal” y “campo semántico” propuesta por Ernesto Laclau (1987).

A lo largo de esta producción los términos *Twitch* y *streaming* serán utilizadas y mencionadas en reiteradas oportunidades por lo que se considera crucial definir las para conocer el concepto que se tomará en cuenta cada vez se mencionen en el escrito. En tal sentido, la plataforma *Twitch* encuentra su origen en 2008 y le permite a quien se cree una cuenta gratuita la posibilidad de transmitir en vivo y en directo a cualquier parte del mundo y contar con *espectadores* los cuales con “se comunican con el *streamer*, y con otros espectadores, a través del chat, una herramienta de texto en vivo” (Casells Garcia, 2021). En este aspecto, se podría definir a *Twitch* de la siguiente manera:

Twitch es un medio de emisión de vídeo en directo que combina la emisión audiovisual con un chat en abierto, denominado por sus siglas en inglés IRC (*Internet Relay Chat*). Así Twitch se construye sobre los *gameplays*², la participación de la audiencia y la construcción de una comunidad gracias a sus herramientas interactivas. Twitch por tanto es un medio audiovisual que combina dos vías comunicativas al mismo tiempo, la emisión de vídeo junto a una comunicación textual basada en un chat. (Hamilton, 2014)

De acuerdo a esta definición podemos determinar que esta plataforma permite tener una inmediatez y una cercanía con quien esté transmitiendo en directo y que al mismo tiempo quien esté enunciando a través de su cuenta puede interactuar y leer a los espectadores. Esta definición permite concluir que *Twitch* posee otras herramientas que la diferencian de la televisión y los medios de comunicación tradicionales.

Por tal motivo, la cobertura de *Olga TV* del balotaje en noviembre del 2023 permitió que quienes estaban informándose a través de este medio pudieran interactuar, compartir su opinión e incluso ser leídos por quienes se encontraban transmitiendo. De esta forma, se produce una ruptura para con la televisión tradicional y brinda una nueva forma de entretenimiento y consumo de información.

Por otro lado, también será imprescindible definir el concepto de *streaming* el cual se podría definir como una “tecnología que permite visualizar un archivo de audio y/o vídeo directamente sin la necesidad de descargar el contenido completamente en nuestro dispositivo, es el proceso de transmisión y recepción de contenido en vivo a través de Internet” (García, 2013).

El *streaming* entonces es una herramienta que permite a los espectadores tener la posibilidad de acceder a la información o bien al contenido que se esté reproduciendo de forma inmediata, en vivo y en directo de igual forma que si lo hiciera a través de la televisión. Sin embargo, esta tecnología permite una nueva posibilidad que es la de generar un vínculo o un acercamiento con quien está transmitiendo.

Partiendo de esta premisa, también podríamos hablar de una comunidad la cual se siente parte de esa transmisión.

Twitch.tv es la plataforma heredera de la radio, mucho más incluso que el podcast. Este planteamiento reside en un par de ideas claves: se trata de una emisión con un tiempo de consumo constante y no fragmentado; y se trata de una experiencia compartida alejada del individualismo pues Twitch fomenta la integración del espectador en una comunidad. (Casells Garcia, 2021, p.27)

En este marco, podemos inscribir un concepto que se alinea con esta inmediatez y el vínculo que se genera a través de la plataforma de *Twitch* para con los espectadores

el cual es el de “análisis multimodal” propuesto por el lingüista y semiótico Gunter Kress. En primer lugar, debemos definir qué es el análisis multimodal el cual Kress define a la multimodalidad de la siguiente manera:

Definimos a la multimodalidad como al uso de varios modos semióticos en el diseño de un evento o producto semiótico, así como la forma particular en la que estos modos se combinan -pueden reforzarse mutuamente (‘decir lo mismo de formas diferentes’), cumplir roles complementarios. (Kress, Gunther & Van Leeuwen Theo, 2001, p.12)

Kress (2001) propone pensar a la multimodalidad desde un punto de vista más amplio y en el cual los distintos elementos que forman parte de un mensaje están pensados para transmitir un mensaje determinado. En este sentido, podemos definir que todo lo que sucede en la transmisión de *Olga TV* está pensado y orquestado para transmitir una idea y hacer parte al espectador, ya sea a partir de la música, las imágenes, el humor, el estudio donde se transmite, los invitados como así también quienes conducen el programa.

De esta forma, Kress señala que, desde la multimodalidad, nos movemos hacia un punto de vista en el que los principios comunes de semiótica “operan de forma cruzada, y en los que, por lo tanto, es muy posible que la música codifique la acción o las imágenes codifiquen la emoción” (Kress, Gunther & Van Leeuwen Theo, 2001, p.2). En este aspecto, también es importante entender que el análisis multimodal toma en consideración el marco en el cual se inscribe dicho mensaje. Por tanto, será importante tener en cuenta el contexto social y cultural para poder realizar dicho análisis, y de esta manera poder entender los distintos elementos anteriormente enunciados que forman parte, en este caso, de la cobertura de *Olga TV* del balotaje del 2023.

En tal sentido, la académica Kay L. O'Halloran (2012) realiza una distinción respecto de la importancia del marco dentro del análisis multimodal tomando como ejemplo una transmisión en la televisión australiana la cual utiliza para observar los gestos, la corporalidad del periodista, como así también su oratoria y el mensaje que emite. La autora sostiene:

El contexto es parte esencial de todo análisis, no solo el contexto inmediato de situación (...) sino el contexto cultural en general, incluyendo en este caso las referencias intertextuales que se hace a las recientes elecciones en Australia y su discurso y a la cultura democrática australiana en general. (O'Halloran, 2012, p. 91-92)

De esta forma, podemos confirmar que el marco y el contexto de cualquier análisis multimodal es vital para inscribir el mensaje y los elementos utilizados por parte de *Olga TV*. Es decir, tomando en cuenta el análisis realizado por O'Halloran de las elecciones en Australia, será primordial tener en cuenta el contexto político y social de la Argentina en noviembre del 2023 durante el balotaje entre ambos candidatos, Sergio Massa (Unión por la Patria) y Javier Milei (La Libertad Avanza).

En este marco, y teniendo en cuenta la importancia del contexto enunciado por O'Halloran (2012) y Kress & Van Leeuwen (2001), consideramos que lo expuesto por Ernesto Laclau ayudará a reforzar este concepto a través del “punto nodal” ya que es una definición que tiene relación y permite sumar a la narrativa propuesta por Olga TV y entender el humor que caracteriza a este canal de *streaming* como así también entender qué buscan los espectadores y la comunidad de la cual hacía referencia Casells Garcia (2021). El “punto nodal” se puede definir de la siguiente manera:

Apelando a la Teoría del Discurso de Laclau y Mouffe, el punto nodal es definido como un significante en torno al cual es fijado el sentido de las prácticas discursivas y las relaciones de significación. Si toda formación discursiva hegemónica es necesariamente abierta y contingente, sin posibilidad de forzar una fijación última de sentido, el punto nodal es un significante privilegiado que tiene justamente la función de lograr una fijación parcial de sentido, que dota de inteligibilidad a los discursos de una formación político-discursiva determinada, confiriendo a ésta última de cierta estabilidad. De esta forma, el punto nodal articula en torno suyo a los diversos elementos que integran al discurso, estructurando al conjunto, configurándolo como una totalidad discursiva. (Hernández, 2021, p.129)

Si bien el concepto propuesto por Ernesto Laclau y Chantal Mouffe (1987) está orientado hacia un análisis político y discursivo, consideramos que puede ser valioso e

interesante aplicarlo al discurso utilizado en *Olga TV* entendiendo que los modismos, los chistes, las expresiones y las decisiones artísticas y musicales que se toman generan un “punto nodal” que solo puede ser entendido en un contexto espacio temporal, social y cultural.

De otra manera, no se entenderían los participantes y periodistas que cubrieron las elecciones del 2023, como así tampoco aquel que no consumiera el contenido de dicho canal de *streaming* entendería las referencias y chistes propuestos por los conductores. Es decir, “el punto nodal es un significante privilegiado que tiene justamente la función de lograr una fijación parcial de sentido, que confiera inteligibilidad a los discursos” (Hernández, 2021, p.131).

Por último, tomaremos en cuenta el concepto de “contrato de lectura” enunciado por Eliseo Verón (1985), ya que consideramos que existe una relación entre Olga TV y sus espectadores en la cual ambas partes firman de forma tácita un contrato en el que existen consideraciones que pueden ser ideológicas y/o de humor que también se suscitan en otros medios de comunicación tradicionales como pueden ser el diario *Clarín* o *La Nación*. Al respecto, Verón sostiene que, en un soporte de prensa, como en cualquier discurso, “todo contenido es tomado a cargo por una o múltiples estructuras enunciativas. El conjunto de esas estructuras constituye el contrato de lectura que el medio propone a su lector (1985, p. 5).

Teniendo en cuenta esta definición podemos exponer que en Olga TV existe un contrato de lectura el cual está determinado por múltiples estructuras enunciativas y allí es donde podemos encontrar la relación entre dicho concepto y nuestro objeto de estudio ya que los espectadores o entendido desde una mirada periodística o de prensa, los lectores, coinciden con lo que este medio de comunicación propone y esperan que este contrato se cumpla.

5. Metodología

En el siguiente capítulo se abordará la metodología de investigación utilizada para poder realizar esta investigación. Se especificará y detallarán los pasos previos, teniendo en cuenta el ordenamiento de las lecturas previas como así también las decisiones que se tomarán referidas al estudio, las cuales permitirán realizar la redacción del apartado del desarrollo. En este sentido, dicho enfoque posibilitará la construcción del tema, la definición de objetivos generales y específicos, como así también otorgarle un enfoque teórico analítico.

En ese marco, se utilizó una metodología de investigación cualitativa, ya que se obtendrá información a partir de textos, videos y artículos académicos que permitan abordar el tema desde el campo de la comunicación social y así poder analizar el fenómeno del *streaming* y la cobertura del balotaje a través de *Olga TV*. En palabras de Modesto Sánchez Silva (2005): “El método cualitativo es el instrumento analítico por excelencia de quienes se preocupan por la comprensión de significados (observar, escuchar y comprender)” (p.115).

Sobre lo anteriormente señalado, a través de un método cualitativo se realizará un análisis discursivo y multimodal, teniendo en cuenta que este procedimiento de investigación permite analizar un objeto de estudio desde una mirada más amplia, teniendo en cuenta la teoría, la transmisión realizada a través de *Twitch* y *Youtube*, como así también valiéndose esta investigación de libros, notas periodísticas y artículos académicos.

Por otro lado, la elección de autores/as tendrá relación con los conceptos y definiciones planteadas en el marco teórico, ya que entendemos que la mirada de otros académicos permitirá enriquecer el análisis como así también serán de ayuda para poder brindar un enfoque de actualidad teniendo en cuenta lo novedoso dentro de la comunicación social como lo es el *streaming*, medios de comunicación no tradicionales y la cobertura política.

En síntesis, este Trabajo Final de Grado busca analizar de qué forma *Olga TV* cubrió el balotaje del 2023 desde un método cualitativo permitiendo analizar los discursos utilizados durante la transmisión, como así también observar de qué manera el humor se integra en la comunicación política y por última poder analizar el *streaming* y los medios de comunicación no tradicionales y aportar una nueva mirada al campo de la comunicación social.

6. Contexto social, económico y político

El estado argentino ha contado con numerosas crisis económicas, políticas y sociales, pasando por la hiperinflación de 1989 durante el gobierno de Raúl Ricardo Alfonsín, atravesando la crisis del 2001 y luego por una pandemia que afectó al mundo entero que en particular atacó especialmente a los países en vías de desarrollo. Con la emergencia sanitaria que supuso el Covid-19 en Argentina, el país llegaba a las elecciones del 2023 en medio de una dificultad económica que afectaba de lleno la vida social.

En este sentido, es importante remarcar los datos económicos a los cuales se enfrentaban los candidatos y los niveles económicos que tenía el país y que sin dudas marcaban que las elecciones serían complejas tanto para el oficialismo como así también para la oposición.

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), el PBI de 2022 era, en millones de pesos constantes, menor al de siete años antes. Asimismo, a partir de 2014 se inició un ciclo de aceleración de la inflación que tuvo su primer pico por encima de los 50 puntos en el último año del gobierno de Macri (53,9%) y que llegó al 94,8% en 2022. (Vommaro, 2023), p.137)

En este contexto, las elecciones Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias (PASO) de agosto del 2023 eran una prueba, una especie de examen final para oficialismo representado por Unión por la Patria, espacio que había ubicado a Sergio Massa como su representante más fuerte, como así también sucedía en la coalición de centro-derecha de Juntos por el Cambio quienes veían poco probable un triunfo de Javier Milei del partido liberal La Libertad Avanza (LLA).

Los niveles de pobreza, el malestar social, la inflación y la crisis económica ponían en juego la legitimidad de los políticos, sin importar su ideología o su partido político, y esta fue la estrategia que utilizó Javier Milei para poder sumar votantes. En palabras de Vommaro (2023), el crecimiento se apoyó en la estrategia de representación del descontento llevada a cabo por Milei: “Este es un caso híbrido de líder de ultraderecha con componentes populistas, en especial con una «performance populista»,

es decir con una actuación pública que dramatiza la bronca y el descontento de buena parte de los y las votantes con la situación del país y con la clase dirigente” (p.137).

Es decir, Milei durante su campaña desde 2021 irrumpió en los medios e instaló un concepto para definir a los políticos a quienes los llamó “casta política”, entendida como una “élite corrupta” a la que opone un “pueblo puro” de personas “a las que se les roba el fruto de su esfuerzo. La crítica a la casta política se combina con una crítica al Estado de claro corte libertariano” (Vommaro, 2023, p.137)

De esta forma, las PASO arrojaron unos resultados que ningún analista político podía esperar el cual fue un triunfo de la LLA en las elecciones con el 29,86% de los votos, mientras que Juntos por el Cambio logró el 28% y en tercer lugar quedó la coalición peronista Unión por la Patria, 27,28%.

En este marco, el mapa político argentino se encontraba desarmado, las piezas que antes encajaban se habían reconfigurado permitiendo que nuevos actores llegaran a la política argentina. En este sentido, Gallo (2024) sostiene que en Argentina existían “dos enclaves: uno ultrakirchnerista acérrimo y otro fervientemente antikirchnerista. Este último sector —caracterizado por su rechazo a la subalternidad organizada— ante la prioridad de acabar con la presunta “hegemonía kirchnerista”, terminó habilitando el acceso al poder a una agrupación de extrema derecha no democrática” (2024, p.219/220).

El resultado de las elecciones arrojaría un balotaje, al igual que había ocurrido en 2015 con Mauricio Macri (Juntos por el Cambio) y Daniel Scioli (Frente para la Victoria). En esa oportunidad, el triunfo había sido para la oposición encabezada por Macri que le permitiría gobernar por cuatro años, pero en 2019 la fórmula de Alberto Fernández con Cristina Fernández de Kirchner logró unir distintos referentes tanto del radicalismo, como del kirchnerismo y del peronismo para quedarse con la mayoría de los votos.

Sergio Massa junto con el peronismo logró el triunfo en las generales del 2023 con un 36,68% mientras que Milei consiguió mantener el núcleo duro de sus votantes y se mantuvo en los 29,98%, un resultado idéntico al de las primarias, y en tercer lugar quedó. Juntos por el Cambio con el 23,83%.

Este resultado, impensado para el oficialismo que se creía ganador con amplia diferencia gestó un cambio de paradigma ya que se debatían dos modelos de país de cara al balotaje del 19 de noviembre. En palabras de Torre, lo que se podía leer era una “desorganización del espacio no peronista que puede llevar a su reconfiguración, como ya había ocurrido tras la crisis de 2001-2002 en Argentina” (Torre, 2003).

Con este escenario a cuestas, *Olga TV* decidió realizar una cobertura del balotaje permitiendo así sumar nuevos espectadores que querían interiorizarse en la política, pero desde una mirada más amena y amigable. En este sentido, será importante contextualizar dicho canal de *streaming* para entender sus orígenes y cuál era la oferta que existía en Argentina con un enfoque similar.

7. Desarrollo

7.1 *Streaming* en Argentina: caso *Olga TV*

El *streaming* en Argentina comenzó en 2012 cuando radio *Vorterix* decidió transmitir sus programas de radio a través de formato de video online en *Youtube*, lo que significó una novedad en términos de cómo se consumía radio ya que permitía al oyente acceder y conocer cómo funcionaban por dentro las transmisiones, y otorgándole a los espectadores otra forma de acceder a la información, ya no se trataba de un programa de radio solamente.

En este sentido, y luego de diez años, los programas de *streaming* han captado una gran audiencia sobre todo en el público joven, un segmento el cual no encontraba su lugar dentro de los medios de comunicación tradicionales como son los diarios y revistas, televisión y radio. En este sentido, *Olga TV* se posicionó como un canal de *streaming* disruptivo desde lo comunicativo y los temas que abordaban en sus programas.

Sin embargo, es pertinente remarcar que dentro de los canales de *streaming* el caso de *Luzu TV* creado por Nicolás Occhiato fue el que primero tuvo repercusión dentro de los jóvenes ya que se transmitía durante la pandemia en 2020 y permitió que la audiencia creciera al tener a la sociedad argentina cumpliendo con el aislamiento decretado por el ex-presidente, Alberto Fernández.

En relación con esto, las investigadoras Barreto Diana y Fernández María Belén (2024) sostienen que la irrupción del coronavirus en el mundo cambió la forma de consumo de contenido de las personas y permitió que nuevas personalidades de las redes sociales tuvieran su espacio dentro de la comunicación:

La pandemia aceleró la adopción de plataformas de *streaming* al eliminar la necesidad de licencias de radiodifusión y permitir una transmisión más directa y accesible. Esta flexibilidad permitió a creadores y empresas adaptar sus ofertas a una audiencia en constante evolución, que busca variedad y personalización en su consumo de medios. (p.2)

Es decir, las plataformas de streaming en general y los programas que hoy en día se transmiten con sus horarios y días determinados, el público que los consume diariamente, como así también los chistes internos de cada programa y que hacen parte a la audiencia son una evolución de lo que comenzó en 2020 y que ha mutado paulatinamente a una reversión de los canales de televisión.

Sin embargo, es pertinente remarcar que la creación de estos nuevos canales de streaming tales como *Olga TV*, *Luzu TV*, *Gelatina*, *Blender*, *Vortex*, entre otros, también trajeron aparejados un público determinado para cada canal. Tal como lo exponen Barreto y Fernández (2024): “*Los canales de streaming revolucionaron el panorama mediático argentino, ofreciendo desde entretenimiento y noticias hasta contenidos especializados, y marcando el inicio de una nueva era en la comunicación digital*”.

Por otro lado, y como foco de esta investigación, cobra importancia analizar a *Olga TV* desde una mirada multimodal ya que fue disruptivo desde un principio con los temas que abordaban programa a programa, como así también el estudio desde el cual se transmitía dado que contaba con una ventanal que da a la calle permitiendo que las personas se pudieran acercar hasta el lugar y ver en vivo los programas, ganando de esta forma un nuevo acercamiento hacia el público.



La esquina de Humboldt y Cabrera en Palermo donde se transmite *Olga TV*. Fotografía: *Revista Deck* (2024)

En cuanto a la audiencia, y sumado a lo novedoso del estudio dentro de los canales de streaming, la posibilidad de comunicarse con los oyentes a través de los chats de *Youtube* y *Twitch* fueron sin dudas un ingrediente que la televisión y los medios de comunicación tradicionales no pudieron incorporar. De esta forma, *Olga TV* logró consolidar una gran cantidad de oyentes o como se los suele definir, *viewers*.

En sintonía con los *viewers* y con la cercanía de estos para con los canales de *streaming*, surgió un fenómeno en el cual comenzaron a aparecer diferentes propuestas también relacionadas con el *streaming* como son: Carajo, Blender, La Casa streaming, entre otros. Todas estas propuestas tenían en común la forma en que se transmitían, es decir, a través de las mismas plataformas anteriormente expuestas.

Sin embargo, la diferencia entre estos canales radica en la propuesta, el enfoque y el público al cual estaban dirigidos. En este sentido, se considera pertinente trazar un paralelismo con el término “gentrificación”, el cual según el Diccionario de la lengua española de la Real Academia Española (RAE) lo define como: “Proceso de renovación de una zona urbana, generalmente popular o deteriorada, que implica el desplazamiento de su población original por parte de otra de un mayor poder adquisitivo.”

Si bien el concepto de gentrificación está orientado a un corrimiento de una población debido a que una zona en particular se convirtió en popular y esto eleva los valores para poder habitar allí, lo que se busca en este trabajo es trasladar esta idea a los canales de *streaming* y como en 2024/2025 la oferta de propuestas de este estilo aumentaron.

De esta forma, el público que con anterioridad únicamente podía acceder a los programas de televisión o radio, con un formato más tradicional o enfocado a temas que grupos empresarios o la misma agenda política marcaba, ahora se encuentran ante la posibilidad de elegir qué consumir, de la forma que deseen y sobre todo en el momento que quieran, ya no es necesario entonces tener que esperar a una hora en especial para ver un programa.

Si bien la variedad de canales de *streaming* permite agrandar el abanico de propuestas, la importancia de la cobertura del balotaje del 2023 por parte de *Olga TV* como así también lo novedoso radica en que por primera vez un medio de comunicación no tradicional cubría un evento político de este nivel. Por tal motivo, en el siguiente capítulo se analizará la cobertura realizada por *Olga TV* teniendo en cuenta los invitados, el tono del programa, y de qué manera fueron abordando las novedades que se iban suscitando a lo largo de la jornada electoral.

7.2 Las horas previas al balotaje: ¿Massa o Milei?

La cobertura de *Olga TV* del balotaje del 2023 fue un cambio significativo a la hora de hacer periodismo político, pero por sobre todo también mostró a los medios de comunicación tradicionales que existía otra manera de cubrir un evento de esta magnitud y en el cual se le permitía a una parte de la población menor de 35 años.

La cobertura comenzó cerca de las 17hs del día 19 de noviembre del 2023, una hora antes del cierre de los comicios y los conductores designados para esa cobertura fueron Natalia Jersonsky, Eial Moldavsky y Homero Pettinato, quienes conducen todas las mañanas por *Olga TV* el programa llamado “*Seria increíble*”.

En el comienzo de la transmisión la periodista Natalia Jernosky, conocida en redes sociales como “*Nati Jota*”, expone al pasar la idea central de esa cobertura, la cual estaba ligada a informar a los espectadores desde una mirada “apta para todo público” o como ella expresó: “*Nos parecía interesante poder hablarlo desde nuestra óptica, desde nuestras sensaciones y tratar de bajarlo un poco a tierra*”.

En este apartado, resulta crucial realizar un enfoque sobre este punto ya que expone la realidad de aquellos que nacieron de la década del 90’ hacia adelante, ya que son jóvenes que crecieron con la tecnología a su alrededor y que con la llegada del Internet y la aparición de las redes sociales permitió que el acceso a la información y distintos puntos de vista sea más fácil, como así también los espacios de debate en *X*, *Tik Tok*, entre otros.

En este sentido, D Lago-Vázquez, S Direito-Rebollal, AI Rodríguez-Vázquez, X López-García (2016) exponen lo siguiente: “Aunque la televisión sigue siendo el medio de información política por excelencia, la web 2.0 sirve de complemento a una generación digital que no sólo ve contenido, sino que comparte ideas y se vale de los nuevos medios para participar de forma activa en los movimientos sociales en red”.

Por tal motivo, no sorprende que un canal de *streaming*, algo novedoso para la sociedad argentina, decidiera dar el puntapié inicial para cubrir eventos políticos tales como el balotaje del 2023. La posibilidad que brindó el *streaming* (*Twitch & YouTube*) y en el especial *Olga TV* es la de poder tener un canal de comunicación dentro de las aplicaciones para poder expresar sus pensamientos, debatir con otros dentro de dicho espacio, como así también utilizar las redes sociales para mostrar sus puntos de vista.

Lo novedoso entonces radica en la pluralidad de voces que confluyen en la política y cómo enriquece la democracia volviéndola más fuerte e importante. Por otro lado, y siguiendo con la cobertura de *Olga TV* en los primeros casi diez minutos de transmisión los conductores cuentan y exponen cómo fue su jornada, permitiendo entablar un vínculo más cercano con el espectador, el cual se ve reflejado con estos, un claro diferencial para con las tradiciones coberturas en los medios radiales y televisivos.

Luego de este apartado, comienzan a llegar los invitados los cuales nuevamente muestran un cambio con respecto a lo tradicional dentro de la comunicación política ya que los pensamientos ideológicos y la trayectoria de los mismos haría pensar que nunca podrían estar sentados en un mismo estudio de televisión, sin embargo el *streaming* lo logra ya sea por lo novedoso o más bien quizás por la concepción del mismo el cual tiene escasa participación de la política.

En este sentido, los invitados de este programa especial fueron: Jonatan Viale, Nazareno Casero, María Laura Santillán, Nancy Pazos, García Moritan, Ofelia Fernandez, entre otros. A su vez, también participaron personas relacionadas con el ambiente del *streaming* como es el caso de Geronimo Benavides, el cual abiertamente ha expresado su acercamiento al peronismo, o bien personalidades del mundo del espectáculo y el humor como Roberto Moldavsky.

Lo novedoso de esta cobertura y de sus invitados se posa sobre las personalidades tan distintas y con miradas tan contrastantes de cara a temas como la política, la economía, entre otros. Por ese motivo, allí es donde radica lo distintivo para

con los medios tradicionales, ya que si bien existe una pluralidad de voces, debido al pacto con el lector, el cual explica Romero Alvarez (2002) de la siguiente manera:

Aunque el periodista no sabe en concreto quién es su público, sí debe conocer el perfil de sus lectores; de la misma manera, el lector, aunque no conozca al periodista, desde el momento en que compra y decide leer el periódico está aceptando al emisor como el adecuado para llevar a cabo el acto de habla. (Romero Alvarez, 2002, p. 162)

Si se considera lo anterior, el espectador o *viewer* se encuentra ante distintos pactos de lectura ya que al existir una pluralidad de voces e ideologías, quienes estaban siguiendo la cobertura de *Olga TV* podían sentirse identificados con lo expresara, por citar un ejemplo, Jonatan Viale, o por el contrario, enojarse o estar en desacuerdo con el *streamer*, Gerónimo Benavides quien posee una mirada más relacionada con el peronismo.

A su vez, Romero Alvarez (2002) plantea que “el pacto que se establece entre el emisor y el receptor, si bien no es escrito, sí se suscribe de manera tácita e implica que el lector deberá leer el relato de una manera específica” (p.162). Cabe señalar que estos receptores tienen la posibilidad de acceder a un *chat* en donde pueden expresar sus pensamientos, sus desacuerdos e inclusive dialogar con otras personas en ese mismo espacio, todo en tiempo real.

A modo de ilustración, y con el fin de contrastar lo que sucede en la televisión tradicional, una cobertura realizada por un canal de televisión como puede ser C5N, La Nación + o TN, por nombrar solo algunos, la única posibilidad que tiene el televidente de expresar su pensamiento es acercándose a donde se encuentra el móvil del canal y esperar a que el periodista le dé siquiera un minuto para poder dar a conocer qué piensa.

Por otro lado, y continuando con el análisis de la cobertura, es pertinente analizar que durante la transmisión se mostraba en el *stream* imágenes desde el bunker, cómo así también en los “grafs” aparecía información relacionada con las elecciones informando acerca de la cantidad de personas que habían votado, quiénes eran los invitados que estaban hablando en ese momento, entre otra información.



El Secretario Gral. de Presidencia, Julio Vitobello, anuncia los primeros resultados del balotaje.
Captura propia de pantalla (2023).

En esta imagen podemos observar un fragmento de la transmisión del cual se desprenden distintos análisis, como puede ser el estilo utilizado en los “graf” y recuadro para los conductores y los invitados, como así también en los márgenes superiores izquierdo y derecho donde hay información relacionada con el programa tales como el número para comunicarse con la producción o bien las redes sociales.

Por otro lado, una vez que la transmisión finalizó *Youtube* permite subirla nuevamente para ser reproducida por otros usuarios que quizás no llegaron a observar en vivo, brindando entonces la posibilidad de reproducir la misma en el momento que el espectador desee y a su vez, otro apartado a destacar es una herramienta que posee *Youtube* en el cual se puede fragmentar el video facilitando el consumo del contenido.



El creador de contenido y *streamer*, Geronimo “Momo” Benavides, también estuvo en la mesa de la cobertura de *Olga TV*. Captura propia de pantalla (2023).

En este sentido, también la plataforma de *Youtube* posibilita al usuario a acceder al momento con más reproducciones del video, evitando así tener que adivinar cuál es este o bien si únicamente quiere observar ese fragmento. Durante la transmisión de *Olga TV* y la cobertura del balotaje del 2023, el momento con más reproducciones fue el momento en el cual Sergio Massa desde su búnker anunciaba la derrota ante su oponente Javier Milei. De hecho, en el siguiente apartado, se analizará este fragmento y cómo se comunicó durante el *stream* como así también el debate que se dio en el programa con los invitados del mismo.

7.3 Milei electo

En este capítulo se analizará de qué manera *Olga TV* abordó el triunfo de Javier Milei, como así también de qué forma paulatinamente los conductores y los invitados presentes iban transformando su discurso luego de conocer los primeros resultados para luego dar comienzo directamente al análisis duro de las elecciones y qué se podía esperar el lunes próximo a las elecciones.

En este sentido, es importante destacar que durante la programación y la cobertura, los invitados que se acercaban al estudio eran prudentes a la hora de hablar de resultados debido a la veda electoral, como así también luego de cerrados los comicios existía una cautela para vaticinar algún resultado, lo que demostraba que no existía una línea editorial o una ideología marcada por parte de los conductores.

En consonancia con este concepto, el término “mesa amplia” entendido justamente por la pluralidad de voces tal como se analizó en el anterior capítulo, exhibe la inexistencia de una autoridad única de sentido, es decir, que la polifonía de voces fue la que se alzó durante la cobertura en contraposición con una editorial cerrada tal como se puede ver en los programas de televisión más tradicionales.

Esta pluralidad de voces lo que genera es que exista algo distinto por lo cual el espectador decide seguir la cobertura de las elecciones a través de un medio de comunicación no tradicional, y eso justamente la diversidad de voces y sobre todo que no se rompa el espectáculo, permitiendo que existan momentos de mucha tensión y discusiones políticas con pasajes en los cuales predominan las risas, los chistes y un entorno más distendido.

Esa arquitectura responde a dos hipótesis productivas: (a) la actualidad también es entretenimiento si se coreografía con timing, y (b) la legitimidad ya no se obtiene sólo por el aura de objetividad, sino por poner en escena el disenso sin romper el tono del espectáculo. El dispositivo, entonces, invita a “ver pensar” a figuras conocidas más que a “ver informar” a especialistas puros.

En otras palabras, lo que busca el espectador es justamente que el invitado, en este caso periodistas que consume quizás de manera diaria o esporádica, pero que sabe en qué medios trabaja pueda expresar sus opiniones en un entorno distinto, en el cual la línea editorial no existe como tal, y poder así acceder al pensamiento y la confrontación de ideas entre personalidades del periodismo político que pocas veces suceden.

Durante la jornada, y luego de cerrados los comicios, los datos duros, las mesas testigos, datos parciales como así también algo de opinión por parte de los invitados generó una atmósfera de suspenso la cual se vio afectada minutos antes de que Nancy Pazos se retirara del programa cuando expresó: “En este momento está ganando Milei”.

En este momento, como así también en los minutos sucesivos, el análisis que realizaban quienes estaban en la mesa se centraba en intentar entender, buscar o inclusive explicar lo que hasta ese momento parecía un triunfo en urnas por parte de Javier Milei. Es decir, ese enunciado de Pazos operó como umbral narrativo: del “puede ser” al “está pasando”.

El clip fue publicado en redes sociales como *Instagram* y *Tik Tok* lo que generó que rápidamente se volviera viral y en los comentarios estallara una discusión entre usuarios los cuales algunos estaban de acuerdo y creían en el triunfo de la Libertada Avanza más asociados al liberalismo, frente a aquellos que habían votado a Sergio Massa y mostraban su descontento para con los dichos de la periodista.

Sin dudas, las redes sociales y la cobertura de *Olga TV* al momento de conocerse los resultados generaron diversas reacciones y que automáticamente el tema de discusión pasara a ser cuál era el futuro que tenía la Argentina el día después de las elecciones. La confirmación del resultado —Milei presidente electo— encontró a la mesa en modo descarga emocional: alternancia de análisis y reacciones, humor para distender y retorno a la agenda dura (implicancias económicas, gobernabilidad, reconfiguración del mapa político).

Sin embargo, y a pesar de volcarse a datos duros que tenían que ver con la coyuntura y el país que se aproximaba por los próximos cuatro años, la transmisión y la cobertura de *Olga TV* tuvo su lado más “televisivo” o quizás de “periodismo tradicional” en el cual se realizaron análisis del mapa de la elección como así también la presencia de un móvil desde el búnker de la LLA.

Para finalizar este capítulo es importante resaltar que la cobertura del día de las elecciones como así también la noticia que supuso el triunfo de una persona como Milei cambió las reglas del juego, tanto de la política como de la forma de comunicar y de informarse de la audiencia. La pluralidad de voces, la importancia de poder tener un canal de contacto como un chat de *Youtube* o *Twitch* sentaron en cierta forma las bases y le dieron pie a nuevos canales de streaming a poder hablar temas políticos o económicos siendo una alternativa más a la televisión y medios tradicionales de comunicación.

7.4 El día después: Milei da un golpe sobre la mesa de la política tradicional

En este capítulo se abordará la cobertura realizada por *Olga TV* el día posterior al triunfo de Javier Milei y de qué manera la política, la economía y el país en general se iba a reorganizar de cara a un nuevo presidente y que había cooptado por completo los medios de comunicación tradicionales, como así también los canales de *streaming*.

En este sentido, el programa del 20 de noviembre de 2023 actualmente en *Youtube* cuenta con 471 mil visualizaciones y es importante resaltar que desde un principio la portada del video exhibe quiénes fueron los participantes de ese programa como así también un texto haciendo referencia al día después de las elecciones.



En la miniatura del video de *YouTube* se observan distintas personalidades tales como: Baby Etchecopar, Eduardo Feinmann, Martín Tetaz, entre otros. Captura de pantalla propia (2023).

Como se puede observar en la imagen, los invitados se encuentran en el recorte como así también los conductores del programa, invitando al espectador a hacer click e ingresar en la transmisión. El motivo por el cual se utilizó esta portada se relaciona con la intención por parte del canal de *streaming* para sumar nuevos suscriptores y más visualizaciones.

Por otro lado, que aparezcan los rostros de diferentes actores de la política tradicional como así también de los medios de comunicación muestra lo que se buscó en esta transmisión, y lo que se analizó a lo largo de este trabajo final de grado, la de juntar en un mismo espacio de comunicación a personalidades que están en las antípodas de su pensamiento, pero que sin embargo deciden sentarse a debatir y exponer sus ideas.

En consonancia, Gil Ramírez; Castellero Ostio y Gómez de Travesedo Rojas (2020) exponen que “YouTube en concreto, favorece un modelo de comunicación horizontal basado en la autogestión: «los usuarios producen sus propios mensajes, su emisión es autogestionada, y los receptores seleccionan cuándo y cómo consumir los contenidos» (Rodríguez-Serrano, García-Catalán y Martín-Núñez, 2019: 3) o, al menos, esa fue su naturaleza inicial: una genuina manifestación de la tendencia sociocultural hacia la auto-expresión y la participación (De-Aguilera, Castro y Pérez-Rufí, 2018)”.

Por este motivo, cobra importancia el contenido de la transmisión como así también las personas que asisten al mismo, ya que durante el 2023 y luego de tres años en los cuales los canales de *streaming* tomaron más peso en la dinámica de la comunicación y los medios tradicionales, los usuarios y las comunidades que se formaron permitieron que cada canal tuviera y forjará su propia identidad.

Continuando con el análisis del día posterior a las elecciones, es interesante también posar la mirada sobre los temas que se abordaron y de qué manera, ya que no es lo mismo la cobertura realizada por La Nación o C5N que la que pudiera realizar Olga TV. En este sentido, al principio de la transmisión uno de los primeros temas que se abordó fue el de la importancia de las PASO y qué rol cumplía en la política.

Luego, y acá también es importante resaltar que el video que se subió a *Youtube* de la transmisión en vivo está dividido en capítulos con los minutos de duración como así también los temas que se tocaron a lo largo del programa. Esta nueva herramienta permite a los espectadores tener la libertad de poder elegir qué fragmentos ver de acuerdo a su interés o bien si se tratase de un periodista en busca de alguna declaración también tener la posibilidad de ir al momento exacto.



Fragmento de programa en el cual se ven los capítulos y los temas abordados a lo largo del *stream*. Captura de pantalla propia (2023).

Tal y como se puede apreciar en la imagen se puede observar los capítulos delimitados por sus minutos y además el tema abordado durante ese fragmento. En el caso particular de este recorte el tema se relacionaba con la economía y el dólar luego de las elecciones y para analizar esa situación invitaron al periodista Diego Iglesias y Sofía Terrile, esta última dedicada a los temas de economía en programas de noticias tales como Todo Noticias.

En este sentido, y a lo largo de los temas abordados durante la transmisión el ancla hacía la “juventud” eran las preguntas que los conductores realizaban cómo así también la importancia del chat dentro de esta paradoja del *streaming* ya que permite una pluralidad de opiniones, de voces, y también disminuye el tono de discusión que otros programas políticos suelen tener. De esta forma, el contenido se dinamiza y es interpretado de mejor forma por los espectadores.



Sofia Terrile y Juan Agosto en la cobertura el día posterior al triunfo de Milie en el balotaje.
Captura de pantalla propia (2023).

Por otra parte, también es importante resaltar que durante la transmisión se mostraban en los zócalos información relacionada con las elecciones y los resultados, las mesas escrutadas, los porcentajes obtenidos por ambos candidatos, algo que el espectador quizás está más acostumbrado a verlo en los medios de comunicación más tradicionales.

Sin dudas, el incluir ese zócalo, permite a la hora de analizar la cobertura realizada por Olga TV tener otra mirada ya que los canales de streaming en los últimos años han tomado mucho protagonismo tanto en la escena política cómo así también en la vida diaria de los espectadores, sobre todo jóvenes los cuales optan por informarse de otra forma, con un enfoque distinto, y sintiéndose parte de esa mesa.

Por tal motivo, y para finalizar este capítulo es importante reconocer el valor que tiene para la Comunicación Social la cobertura realizada en ese año ya que sentó un precedente para los demás canales de *streaming* animandolos a realizar eventos masivos y de los cuales la gran mayoría ya se acostumbró tales como el fenómeno de *Paren la mano* (PLM), programa de streaming conducido por Lucas Rodriguez.

7.5 Los canales de *streaming* como medios de comunicación masivos

El mundo del *streaming* en general y en particular en Argentina es de lo más variado. En el menú se pueden encontrar platos para todos los gustos, desde jóvenes que deciden comenzar mostrando de qué forma juegan algún juego, mientras conversan con espectadores que lo observan o bien eventos con una inversión monetaria y de tiempo mucho mayor tal como pueden ser peleas de boxeo organizados por el productor Lucas Rodriguez quien organiza “*Párense de manos*” el cual es transmitido a través de su canal en *Kick*, el cual alcanzó una cifra de 750 mil espectadores en simultáneo un récord a nivel nacional.

Por este motivo, y teniendo en cuenta la variedad de canales de *streaming* que existen es importante realizar un análisis de la actualidad en cuanto a la oferta que existe, como así también entender de qué forma esto va a repercutir en la forma que los espectadores, se entretienen, se informan o bien son parte de eventos multitudinarios a los cuales antes solo accedían las personas “de la televisión”.

Para entender qué sucedió o a qué se debió el *boom* que actualmente atraviesa el mundo del *streaming* es importante resaltar que y tal como se analizó en capítulos anteriores los dos canales que comenzaban a ser disruptivos y distintos a la hora de entretener y comunicar fueron *Luzu TV* y *Olga TV*. Ambos conceptos si bien compartían una idea, tomaron caminos distintos los cuales hicieron que hoy existan dos grandes comunidades que siguen a ambos canales.

Si bien las comunidades dentro del *streaming* son importantes, también lo son los espectadores que en base a la oferta deciden qué canales consumir, y por lo general, suelen ser fieles a dicho canal. Es decir, tal y como si de un equipo de fútbol se tratase, la cantidad de programas y canales que existen en la actualidad permite que todos los usuarios estén incluidos, ya que existe un programa dedicado a tratar una temática particular la cual es muy variada.

Existen los canales de streaming políticos como lo son Neura TV de Alejandro Fantino, Gelatina, Blender, Futurock, entre otros. Lo curioso de estos canales de

streaming es que tal y como sucede en la televisión tradicional los hay de distinto discurso político. Futurock, Gelatina y Blender por su parte y su programación están más ligados a un pensamiento o postura política que es oposición al gobierno de Javier Milei mientras que Neura TV y Carajo están relacionados con el oficialismo al punto tal que los líderes políticos, tales como ministros, secretarios e inclusive Milei acceden a entrevistas únicamente en dichos canales de *streaming*.



Javier Milei está presente en el canal de *streaming* “Neura” conducido por Alejandro Fantino. Captura de pantalla propia (2023).



El Ministro de Economía, Luis “Toto” Caputo, en el *stream* de “Carajo” entrevistado por el “Gordo Dan”. Captura de pantalla propia (2023).

En ambas imágenes podemos constatar que si bien ambos funcionarios conceden entrevistas a medios de comunicación tradicionales tales como La Nación, A24 o TN, lo nuevo es que también se hacen presentes en canales de *streaming* los cuales ellos eligen participar y en donde en la mayoría de los casos dejan textuales y noticias que luego son levantadas por programas políticos de la televisión y radio.

Por otro lado, también existen los canales que si bien tocan temas coyunturales, políticos económicos están enfocados en escapar un poco de las noticias del día a día y enfocarse en realizar otras actividades, tratar otros temas, incluso realizar juegos, o presentaciones de bandas en vivo. Por tal motivo, esta nueva ola del *streaming* trajo consigo una oferta de programación la cual es nueva, pero que a su vez tiene muchas similitudes con los canales de televisión o programas de radios.

El por qué de esto y la respuesta está en la forma en que estos programas comunican la programación para el año como así también la incursión del acceso que tienen los espectadores para poder consumir en vivo. Es decir, antes del 2020 y la llegada de la cuarentena en el mundo, las plataformas de *streaming* no eran tan conocidas y por lo general, quienes se encontraban en ellas eran aquellos que entendían del tema y que además sabían qué creadores de contenido consumir.

Luego del 2022 y el campeonato de la Selección Argentina, la población se desató, sintió que nuevamente podía retomar su vida, los shows en vivo, recitales, partidos de fútbol explotaron, parecía que nunca más se iba a repetir algo así, y entre todo eso, aparecieron los canales de *streaming* con más oferta, más programación, nuevos personajes que nacían y que propiciaron que hoy existan no menos de diez o quince canales de *streaming*.

La televisión por supuesto que también se hizo eco de esta masividad e intentó, a su manera, replicar el *streaming* y así fue que con las ediciones de “Bailando por un sueño” de Marcelo Tinelli y Gran Hermano conducido por Santiago del Moro, en ambos casos existiera una transmisión en vivo en paralelo que analizaba y comentaba respecto de lo que iba sucediendo en la casa o en la pista de baile.

Por este motivo, y luego de haber recorrido los distintos canales y el contenido que ofrecen, como así también de analizar la cobertura política de Olga TV en 2023, está claro que el camino de la comunicación digital, los canales de *streaming* se encaminan hacia una nueva paradoja la cual aún no se ha tratado, pero que tiene que ver con la forma en la que consumimos el entretenimiento, cómo nos informamos, de qué forma seguimos las elecciones, el abanico se ha agrandado y ahora la decisión la tiene el espectador, sin embargo, la pregunta sobre los canales de *stream* y la televisión y su convergencia cada vez están más presentes.

8. Consideraciones finales

El siguiente trabajo final de grado se propuso recorrer y analizar la cobertura realizada por el canal de *streaming Olga TV* durante el balotaje del 2023 en el cual el candidato de la Libertad Avanza, Javier Milei, derrotó al por entonces Ministro de Economía del gobierno de Alberto Fernández, Sergio Massa. En este sentido, se intentó responder al objetivo general del trabajo el cual era un análisis multimodal y discursivo de la cobertura.

A lo largo de la transmisión realizada desde el canal de *YouTube* de *Olga TV*, Nati Jota, Homero Pettinato y Eial Moldavsky llevaron adelante la cobertura del balotaje y contaron con la presencia de distintas figuras las cuales fueron analizadas a lo largo del trabajo y que enriquecieron el programa especial dedicado a cubrir las elecciones.

En este sentido, es importante resaltar que el análisis realizado contribuyó a ampliar el campo de estudio de la Comunicación Social dado que los canales de *streaming* cuentan y contaban aún más en 2023 con la novedad de irrumpir en los medios tradicionales de comunicación, permitiendo que los espectadores tuvieran otro contenido para consumir y a su vez permitirse escuchar opiniones tan distantes como las expuestas en este trabajo.

A su vez, a la pluralidad de voces, se le suma una experiencia de contenido distinta ya que la forma en que se puede consumir atraviesa distintas plataformas, es decir, que el oyente u el viewer puede optar por ver el programa en vivo o bien on demand, algo que los canales de televisión tradicionales no permiten, y por otro lado, la posibilidad de contar con un chat en *YouTube* reviste un nuevo punto de aproximación entre emisores y receptores.

Por otro lado, también es prudente destacar que *Olga TV* al tener su estudio con ventanales que dan a la calle y parlantes que permiten escuchar el programa desde la vereda, nuevamente rompen con esa pared que existía con las coberturas de elecciones

pasadas. Por tanto, cualquier persona podía acercarse al estudio y ver en vivo y en directo el programa y seguir los resultados de las elecciones desde allí.

Tal y como se explicita en los objetivos específicos la cobertura realizada contó con la integración del humor durante la transmisión como así también la participación de distintos actores políticos como así también analistas políticos y económicos, periodistas, humoristas, entre otros. Es decir, *Olga TV* logró reunir en un mismo espacio a distintas personalidades con marcadas diferencias ideológicas.

En este sentido, es importante resaltar que el humor durante la transmisión y sobre todo al final de la cobertura, una vez que los invitados eran personas relacionadas más con el mundo del *streaming* o del espectáculo, como fue la presencia de Roberto Moldavksy, quien aportó otro punto de vista desde una mirada más descontracturada dándole un espacio a los chistes, nuevamente tomando distancia de las coberturas más tradicionales realizadas en los programas de televisión.

Por último, y a modo de cierre es importante tomar en consideración el precedente que marcó *Olga TV* dentro de los canales de streaming y que hoy en día se ha normalizado al punto de contar con un catálogo de programas en *YouTube* para los distintos tipos de consumidor. Si bien la cobertura se realizó en noviembre del 2023, y han pasado tres años de aquel balotaje, la industria del streaming ha evolucionado a pasos agigantados, y actualmente la oferta de programas con contenidos políticos es mucho mayor.

Es por tanto que, si bien este trabajo se enmarca dentro del fenómeno del streaming, como algo que en ese año era novedoso, lenta y paulatinamente dichos canales como *Olga TV*, *Luzu TV*, *Neura*, *Vorterix*, *Carajo*, *Gelatina*, *Blender*, entre otros, comenzaron a normalizar y a expandir sus horizontes generando que cada vez sea más difusa la línea entre los programas de televisión o radio, o medios tradicionales, y los programas que se transmiten en plataformas como *YouTube*.

En la actualidad inclusive Infobae tiene sus propios programas de streaming como si de un noticiero se tratase y los conductores son también quienes trabajan en programas de noticias en la televisión tradicional y son quienes además deben acercarse

a las nuevas tecnologías y formas de consumo, para entender cuál es su público y a su vez poder comunicarse con ellos a través del chat.

Por todo lo expuesto este trabajo ha llegado a la conclusión de que este análisis de la cobertura de *Olga TV* se enmarca dentro de los estudios de la Comunicación Social ya que analiza el fenómeno de la comunicación política en el streaming y cómo los medios tradicionales comienzan a convivir con las nuevas plataformas. Por otro lado, también se considera que este trabajo puede aportar una mirada distinta y novedosa en el campo de la Comunicación como así también a futuras investigaciones relacionadas con el tema.

9. Referencias

- Barreto, Diana. y Fernández, María Belén. (2024). “*El Auge de los Canales de Streaming en Argentina.*” III Congreso Internacional de Ciencias Humanas. Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, Gral. San Martín
<https://www.aacademica.org/3.congreso.eh.unsam/66.pdf>
- Casells Garcia, C. (2021) *Twitch.tv, un nuevo paradigma en la comunicación y el entretenimiento en Internet* (Tesis de Grado, Universidad Politécnica de Valencia)
<https://riunet.upv.es/server/api/core/bitstreams/cfd7177a-871d-4133-9c2e-8d0b9b251fba/content>
- Gil Ramírez, Marta; Castellero Ostio, Elizabet y Gómez de Travesedo Rojas, Ruth (2020). *Imagen y título de portada como elementos estratégicos de comunicación política en YouTube: uso por parte de la esfera política española.* En adComunica. Revista Científica del Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº20, Castellón: Universitat Jaume I, 255-282. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.11>
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7541122>
- García, M. (2013). *La realidad actual del streaming de video. El streaming tradicional vs alternativas actuales.* XVI Concurso de Trabajos Estudiantiles (EST) - JAIIO 42 (2013). 285-297 <https://42jaiio.sadio.org.ar/proceedings/simposios/Trabajos/EST/19.pdf>
- Gallo Ariadna (2024). : ”*Un inesperado PASO a la derecha. Análisis de la influencia de las reglas electorales en el triunfo de la extrema derecha libertaria en la Argentina 2023*”
https://www.researchgate.net/publication/393510068_Un_inesperado_PASO_a_la_derecha_Analisis_de_la_influencia_de_las_reglas_electorales_en_el_triunfo_de_la_extrema_derecha_libertaria_en_la_Argentina_2023
- Gunther Kress: ¿qué es la multimodalidad?
<https://www.youtube.com/watch?v=A3siKXmXQhQ>

- Hernández, D. (2021). *La teoría como punto nodal de una hegemonía racionalista*. Revista Fermentario, 12(1), 124–138. <https://doi.org/10.47965/fermen.12.1.10>

- Infobae octubre (24 de octubre de 2023) *El streaming de Olga para las elecciones alcanzó los 78 mil espectadores* <https://www.infobae.com/inhouse/2023/10/24/el-streaming-de-olga-para-las-elecciones-alcanzo-los-78-mil-espectadores/>

- Ingravallo, Yanet (29 de octubre de 2023) *El sueño de dos hermanos y la historia de Olga, el fenómeno del streaming que apuesta a informar con humor* <https://tn.com.ar/show/redes-sociales/2023/10/29/el-sueno-de-dos-hermanos-y-la-historia-a-de-olga-el-fenomeno-del-streaming-que-apuesta-a-informar-con-humor/>

- KRESS, Gunther & van LEEUWEN Theo: (2001) *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*, Londres, Arnold; Introducción, pp. 1-23 https://textosafda.wordpress.com/wp-content/uploads/2023/03/kress_van_leeuwen_discurso_multimodal.pdf

- Kay L. O'Halloran (2012) *Análisis del discurso multimodal*. Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso, ISSN-e 2447-9543, Vol. 12, N°. 1, págs. 75-97 https://www.researchgate.net/publication/337507984_Analisis_del_discurso_multimodal

- Olga. (19 de noviembre de 2023). Programa especial - Balotaje 19/11/2023 [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=attq2NyTjKQ>

- Sánchez Silva, Modesto. (2005). *La metodología en la investigación cualitativa (Artículos y Miscelánea)*. Mundo Siglo XXI. Revista del Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales del Instituto Politécnico Nacional, 1: 115-118 <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/items/442c83ec-b781-4f9f-8019-6debd2a9a5a6>

- Torre, J. C. (2003): «Los huérfanos de la política de partidos Sobre los alcances y la naturaleza de la crisis de representación partidaria». Desarrollo económico, 42(168) https://materiales.untrefvirtual.edu.ar/documentos_extras/1269_Politica_Comparada_1/Unidad_2/10-TORRE.pdf

- Verón, Eliseo. (1985) *El análisis del contrato de lectura: un nuevo método para los estudios de posicionamiento en los soportes de los medios*, Irep. París
https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis_del_contrato_de_lectura.pdf

- Vommaro, G. (2023). *Elecciones Argentina 2023: La política amenazada por la crisis económica*. Más Poder Local, (54), 135-139
<https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/elecciones-argentina-2023-crisis-economica-mpl54>