

Twitvh es prepara per competir amb els mitjans convencionals

La irrupció de Gerard Piqué és un pas més en una plataforma que ha passat d'allotjar partides de videojocs a registrar audiències superiors a la televisió



Twitvh es prepara per competir amb els mitjans convencionals | Agències

La plataforma de directes **Twitvh** ja forma part de les vides de molts joves (i d'altres no tan joves) des de fa temps. La pandèmia va ajudar a explotar de forma definitiva un espai que ja creixia, però que encara no es plantejava superar ni tan sols a competidors directes com **YouTube**. Ara, però, l'objectiu de la plataforma d'Amazon ja no és competir amb la pàgina de vídeos per antonomàsia. Twitvh es prepara ja per **competir amb els mitjans de comunicació** convencionals.

La irrupció de **Gerard Piqué** el diumenge passat, després del partit del Barça contra la Reial Societat, és un pas més en l'evolució de la plataforma cap al **mainstream**. El directe del jugador del Barça és prou significatiu per l'abast del personatge més enllà del món d'Internet. Probablement, el que més repercussió té a Europa dels que algun cop han emès a Twitvh.

Ara bé, no és el primer. Especialment als **Estats Units**, moltes estrelles mundials han decidit retransmetre, com per exemple el cantant **Drake**, el raper **Snopp Dogg** o l'actor **Terry Crews**. Molt destacable per ser totalment insòlita és l'activitat a la plataforma de *streamings* que té la congressista **Alexandria Ocasio-Cortez**.

L'entrada de tots aquests personatges va en el camí d'anar més enllà. Qui emet a Twitvh ja no són personatges que han crescut a la plataforma, a les xarxes socials, o a Internet, sinó que són ídols d'altres espais socials que a més, atrauen nou públic. Alguns dels mitjans de comunicació s'hi han volgut adaptar amb més o menys èxit, i d'altres simplement no ho entenen, com va confessar el periodista esportiu **Juanma Castaño**, força enfadat després de l'entrevista d'**Ibai Llanos** amb **Leo Messi** en la presentació de l'argentí amb el PSG.

V?deo: <https://www.youtube.com/watch?v=ZO75PQleYXo>

Precisament entre els que sí que s'hi han adaptat hi trobem de tot, però principalment parlem de periodisme esportiu. A Catalunya el programa del Barça **La Sotana** ha fet algunes transmissions en català, tot i que és un espai on la llengua encara no s'hi ha fet un lloc. El periodista de RAC1 **Gerard Romero** també ha creat un autèntic xou a Twitch amb el seu format *Jijantes FC*. A l'Estat, el programa **El Chiringuito de Jugones** ha convertit el seu canal a la plataforma en un format de gairebé 24 hores de contingut.

Més a prop del *family friendly*

Twitch també ha canviat la seva política per poder donar l'abast a aquest **nou públic** entrant, i ara persegueix molt més que fa un temps el vocabulari ofensiu. L'exemple més clar és que pronunciar la paraula **nigga** -fórmula despectiva per definir una persona negra en anglès- pot ser motiu de suspensió del compte per diversos dies. El que es pretén és que els anunciants no reneguin d'invertir en la plataforma d'**Amazon** per culpa dels continguts que es retransmeten.

La política és clara: se suspendrà qualsevol compte que faci ús de referències a una ètnia, raça, creences religioses, identitat de gènere, orientació sexual, abús contra persones malaltes, discapacitats o per característiques físiques i d'edat. Altres termes prohibits són **simp** -pagafantas en anglès- o **virgin** -verge en anglès-. Evidentment, Twitch també persegueix qualsevol **contingut pornogràfic**, tot i que una lleugera flexibilitat en aquest sentit ha aixecat més d'una polèmica entre els creadors.

Canvi en els preus per adaptar-los a cada país

L'únic servei de pagament que té Twitch és la **subscripció a un canal**. Amb això, l'usuari s'estalvia els anuncis que pot programar el creador però no els que imposa Twitch quan s'entra al directe. A més, també té accés a aspectes estètics com **emblemes** o **emoticones**. Aquesta subscripció pot ser gratuïta a través del servei de pagament d'**Amazon Prime**, però fins ara també es podia adquirir amb un cost de cinc euros setmanals.

Ara, però, la plataforma ha adaptat els preus segons el país amb l'objectiu que tothom es pugui permetre les subscripcions. D'aquesta manera el preu de la subscripció a tot Europa ha passat de **4,99 ? a 3,99 ?**. Això no és res nou i ja ho apliquen altres plataformes de contingut *online* com **Netflix** o **HBO**. També ho tenen vigent altres plataformes de televisió a tot el món. Perquè Twitch, per poder competir amb els mitjans convencionals, **ha d'innovar**, però també **ha de copiar el que ja funciona**.