

## Congreso Internacional de Comunicación Especializada 2021

### Nuevas plataformas para la comunicación política: el caso de Furor TV

*José Luis Torres-Martín*

[jltorres@uma.es](mailto:jltorres@uma.es)

Universidad de Málaga, Málaga, España

*Andrea Castro-Martínez*

[andreacastro@uma.es](mailto:andreacastro@uma.es)

Universidad de Málaga, Málaga, España

Pablo Díaz-Morilla

[direccioncomunicacion@eade.es](mailto:direccioncomunicacion@eade.es)

EADE Estudios Universitarios-University of Wales Trinity Saint David y Universidad de Málaga, Málaga, España

#### **Abstract**

La aparición de las nuevas plataformas sociales ha transformado los usos y rutinas de trabajo de la comunicación política. De hecho, este tipo de contenidos ha trascendido en los últimos años los medios convencionales y las redes sociales, colonizando estructuras no ideadas en sus inicios para albergar mensajes relacionados con la política. Este es el caso de Twitch, que ha experimentado un crecimiento exponencial en cuanto a usuarios en el último lustro y cuyo empleo nativo estaba relacionado exclusivamente con el mundo de los videojuegos. Esta es, junto a YouTube, la vía que emplea Furor TV para llegar a su cada vez más numerosa comunidad. Aunque esta “televisión online con redacción web”, según su propia definición, aborda informaciones de todos los ámbitos, es la política su gran baluarte, empleando especialmente el formato de la entrevista. Merced a la revisión documental y a la entrevista en profundidad a su creador y director, Sergio Gregori, ahondamos en las posibilidades de este nuevo medio. Como conclusión, podemos aseverar que estas nuevas plataformas son ya tenidas en cuenta por las instituciones y organizaciones políticas en su estrategia comunicacional y que sus espacios vienen a complementar la oferta televisiva tradicional.

#### **Palabras clave**

Comunicación política, Twitch, Redes sociales, Comunicación estratégica, Youtube, TV online