Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

La programación como estructura social: continuidades del *broadcasting* en los canales de *streaming* argentinos[1]

Programming as social structure: broadcasting continuities in Argentine streaming channels

Paloma Rubin

Palabras claves: canales de *streaming*; programación; *broadcasting*; prime time; géneros televisivos.

1. Introducción

Esta ponencia analiza la programación de los canales de streaming (CdS) argentinos como marca de continuidad de medios *broadcasting* como la radio y la televisión, en el marco de una tesis doctoral sobre su surgimiento en Argentina. El corpus comprende los cuatro canales con más visualizaciones y seguidores en YouTube: Luzu TV, OLGA, Gelatina y Blender, desde el 2 de noviembre 2020 hasta el 12 de junio de 2024. El recorte inicia en la primera emisión del primer canal en surgir -Luzu TV- y cierra en el primer aniversario del surgimiento del último canal -OLGA- comprendiendo un año de convivencia en el ecosistema digital.

La metodología es cualitativa, con fuentes primarias y secundarias. A partir de entrevistas exploratorias y observación en sets y CdS, definimos cinco categorías de actores

[1] Trabalho apresentado ao VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFBA. Salvador, Bahia. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

(técnicos, productores, columnistas, conductores, gerentes o directores de área) con al menos una entrevista por canal, totalizando 22 entrevistas. Sumamos otras 7 entrevistas en profundidad a productores audiovisuales indicados como expertos. Entre las fuentes secundarias, seleccionamos emisiones por canal (primer programa, mayor cantidad de visualizaciones, aniversarios, aperturas de temporada e inicios de segmentos especiales), sumando 40 emisiones. Además, sistematizamos 99 entrevistas a conductores en otros canales de *streaming*, medios tradicionales argentinos y ciclos de entrevistas en YouTube y podcasts.

Los CdS en Argentina son productos audiovisuales que transmiten en vivo únicamente por YouTube y/o Twitch, dejando disponible su contenido en diferido casi inmediatamente. Nuclean programas diarios de duración promedio de dos horas, con horarios y equipos definidos, anunciados al inicio de temporada en Instagram, TikTok y Twitter/X. Funcionan como medios multiplataforma, con contenido adaptado a las reglas de cada plataforma.

2. La programación como característica central del *broadcasting*

La televisión histórica a la que Verón (2009) le anuncia la "muerte" sostiene su lugar de referencia gracias a la programación como organizadora del contenido en una grilla que se repite a diario. La programación, como rasgo fundante de los medios masivos en la era del broadcasting (Fernández, 2023), organiza el tiempo social ya que la grilla se estructura siguiendo la actividad cotidiana.

Williams (2011) define la programación como el mecanismo por el cual la televisión (y la radio) articula tecnología, discurso y vida social, construyéndose como una forma cultural. Introduce el concepto de flujo como una secuencia de contenidos que, al no detenerse, propone una experiencia continua que busca captar la atención de la audiencia de forma ininterrumpida. Esta perspectiva se articula con la de Verón (2009): la relación

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

entre grilla y cotidianeidad entra en crisis cuando el control remoto, la videocasetera y luego Internet amplían las posibilidades de elección del espectador y rompen el contrato entre medio y vida cotidiana.

Carlón (2016) propone como síntoma de desaparición de la televisión la descentralización del emisor en Internet y la diversificación de la recepción en nichos, con una audiencia cada vez más atomizada. Sin embargo, aún en estos espacios habilitados por los nuevos dispositivos de transmisión en vivo (como YouTube y Twitch), los canales de *streaming* vuelven a organizarse en grillas.

3. Análisis de la programación semanal de los cuatro canales (2020-2024)

Ponemos como ejemplo la programación de los CdS en 2024. Esta es diaria, organizada semanalmente en torno al horario de prime time radial (10 a 13 hs.). Los canales se consolidan al organizar los nuevos programas en una grilla semanal que se repite por temporada, a diferencia de la producción digital de contenidos individuales y aislados.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

	Luzu TV	**Gelatina**	**Blender**	**OLGA**
06:00 a 08:00				Paraíso fiscal
08:00 a 10:00	Antes que nadie	Nuevos trapos	Desayuno intermitente	Sería increible
10:00 a 13:00	**Nadie dice nada**	**Hermosa mañana verdad/ Elijo Creer**	**Escucho ofertas**	**Soñé que volaba**
13:00 a 15:00	Nada que no sepamos	**Industria Nacional**		Cuando Eric conoció a Milton / Generación Dorada / Se extraña a la Nona / Mi primo es así
15:00 a 17:00	Patria y familia			
17:00 a 19:00	Duquesas / Entre nosotros / Algo de música / Un churrito a la tarde (después renombrado como Poné La Pava)		Pelota Dividida	
19:00 a 21:00	Tarde de tertulia		Dinero y amor	
21:00 a 23:00	**Stream master / Edición especial**		**Hay algo ahí**	
23:00 a 1:00			La venganza será terrible / Final Feliz / Galanes en Temporada Baja / Balas Gratis / Esto es Cine	
Sábados		APU Stream		

[Tabla 1: Programación de los cuatro canales de streaming principales en 2024.

Fuente: Elaboración propia, última revisión el 5 de octubre de 2024.]

Luzu TV busca rellenar las franjas horarias de la grilla acercándose a la idea de flujo propuesta por Williams (2011). Va sumando programas y horarios, aun cuando emitan un día por semana. Para generar esta secuencia ininterrumpida usa el pase entre programas: un integrante del programa siguiente se introduce en la conversación, saluda en vivo y anticipa la propuesta de contenido del día. OLGA apuesta a pocos horarios con transmisión en vivo, pero con programas de mayor costo de producción y figuras con trayectoria en televisión y radio. Gelatina y Blender intentaron en su comienzo llenar una grilla completa, pero la fueron ajustando año a año, evaluando el consumo de su audiencia. Emiliano Laszlo, director de programación de Gelatina, describía en febrero de 2024 este proceso:

> Llegamos a tener 12 programas. Lo que pasa es que 9 eran semanales. (...) Eso también fue prueba y error. A ver qué funciona, qué no. (...) También darnos cuenta de que quizás no todos los contenidos son para un programa de dos horas en vivo. Quizás el programa de fútbol puede ser una cápsula en YouTube de 10 minutos, editada, una vez por mes. O un reel en Instagram. Formatos distintos, según qué cosa hagamos.
>
> (Entrevista propia con Emiliano Laszlo, director de programación de Gelatina, 27 de febrero 2024.)

4. Sobre la competencia y el prime time

El prime time de la radio argentina puede situarse en la franja matutina entre las 6 y las 13 hs. Muller y Martinez-Costa (2012) advierten que se trasladó de las 8 a las 10 de la mañana, se centró en el entretenimiento, diseñó una oferta similar para la AM y la FM, y se pobló de conductores-estrella. Nadie Dice Nada en Luzu TV se emitió desde su inicio en ese horario noble y se sostuvo hasta el presente; el primer programa de Gelatina se

transmitió en ese horario, también los programas principales de los demás canales: Escucho Ofertas en Blender y Soñé que Volaba en OLGA.

El prime time televisivo corresponde a la franja nocturna. Heram (2020) lo ubica entre las 20:00 y las 24:00 horas en Argentina. En un comienzo era un horario con programas de poca inversión en cada CdS, pero hay un cambio significativo cuando irrumpe Hay Algo Ahí en Blender, planteado para competir directamente con la televisión en su horario de mayor encendido:

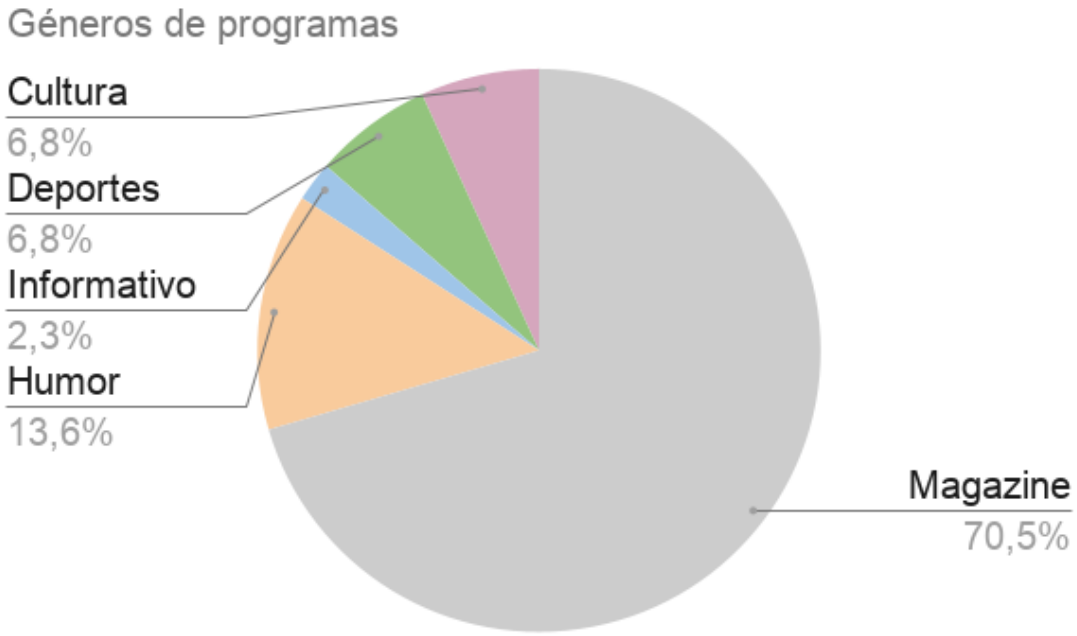
> Mirá, acá nosotros estamos apostando a una apuesta más bien televisiva (...) Nosotros queremos competir a la tele. Para nosotros, el clásico es con la tele. A nosotros nos gusta que la gente que nos ve cene con nosotros, no con la tele.
>
> (Entrevista propia con Juan Ruffo, co-conductor de Hay Algo Ahí en Blender, 16 de abril de 2024.)

Aun cuando la programación es fundamental como marca de continuidad con la radio y la televisión, el consumo de la audiencia se realiza en mayor medida en diferido, según fuentes primarias y secundarias. La estrategia de Gelatina, que después de su primer año de transmisión (2022) y frente a un ecosistema de canales de streaming en ebullición en 2023 toma la decisión de colocar el programa central conducido por Pedro Rosemblat de 13 a 15 hs., elige correrse de la competencia del prime time radial adoptado por los demás canales, funcionando como una estrategia de consolidación de un nicho diferenciado: distinto horario del programa central, financiación por aportes de la comunidad, postura política explícita y programas centrados en el debate político.

5. Análisis de la programación por género

Siguiendo a Orza (2002), los discursos televisivos se distinguen en referenciales, ficcionales e híbridos. Según Heram (2021), en esta última categoría se engloban los programas de magazine, entretenimiento, espectáculos y reality-show. Seguimos la

propuesta de la autora y utilizamos el análisis de contenido para identificar la temática predominante para clasificarlos en géneros televisivos. Los 44 programas relevados entre los cuatro canales a lo largo de los cuatro años analizados se agrupan todos en el discurso híbrido, ubicándose en el espectro del magazine ya que mezclan información, entretenimiento y humor (Heram, 2021). La presencia dominante del género magazine es una continuidad directa de la televisión y la radio.



[Figura 1: Gráfico de distribución de programas por género. Fuente: elaboración propia.]

Dentro de los 44 programas, pueden distinguirse subgéneros: 31 de magazine general, 6 de humor, 3 de deportes (entre ellos Balas Gratis en Blender, dedicado a e-sports), 3 de cultura y 1 informativo. El único programa que se diferencia claramente es Elijo Creer: una hora, una sola persona en cámara, noticias diarias, análisis y entrevistas breves, cuyo discurso referencial lo acerca a la radio, a diferencia de los demás 43 programas, que sí son paneles de debate.

6. Reflexiones finales

El análisis de la programación de los cuatro principales canales de streaming argentinos entre 2020 y 2024 permite afirmar que la grilla semanal organizada en torno al prime time radial constituye una continuidad fundamental con los medios broadcasting. Esta continuidad convive, sin embargo, con una transformación significativa: según las entrevistas, el consumo en diferido desplaza progresivamente al vivo como modo de recepción predominante, lo que constituye una de las líneas de transformación más relevantes del objeto analizado y convoca a continuar indagando en las formas que adopta la continuidad del broadcasting en el ecosistema mediático digital contemporáneo.

Bibliografía y referencias

CARLÓN, Mario. *Después del fin: una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y YouTube*. Buenos Aires: La Crujía, 2016.

FERNÁNDEZ, José Luis. *Una mecánica metodológica para el análisis de las mediatizaciones*. Buenos Aires: La Crujía, 2023.

HERAM, Yamila. Cambios en la Televisión Pública argentina. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, v. 3, n. 12, p. 20-35, 2020.

HERAM, Yamila. El panelismo en la televisión de aire metropolitana de Buenos Aires. *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Jujuy*, n. 59, p. 183-202, 2021.

LASZLO, Emiliano. Director de programación de Gelatina. [Entrevista concedida a] Paloma Rubin. Universidad de Buenos Aires/Centro de Conocimiento, Formación e Investigación en Estudios Sociales de la Universidad de Villa María, (CConFInES, UNVM), Oficinas del estudio del canal Gelatina, 27 de febrero de 2024.

MARTÍNEZ-COSTA, María del Pilar; MÜLLER, María José. Descripción y análisis de los géneros utilizados en el prime time de la radio argentina. In: *Comunicació i risc: III Congrés Internacional Associació Espanyola d'Investigació de la Comunicació*, 2012, Tarragona.

ORZA, Gustavo F. *Programación televisiva: un modelo de análisis instrumental*. Buenos Aires: La Crujía, 2002.

RUFFO, Juan. co-conductor de Hay Algo Ahí, Blender. [Entrevista concedida a] Paloma Rubin. Universidad de Buenos Aires/Centro de Conocimiento, Formación e Investigación en Estudios Sociales de la Universidad de Villa María, (CConFInES, UNVM), Estudio del canal Blender, 16 de abril de 2024.

VERÓN, Eliseo. El fin de la historia de un mueble. In: CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos A. (eds.). *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía, 2009. p. 20-32.

WILLIAMS, Raymond. *Televisión: tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós, 2011.

[1] Trabalho apresentado ao VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFBA. Salvador, Bahia. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.