



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

Streamers: Nuevas formas de interacción en la plataforma

Twitch – categoría Just Chatting contenido deportivo

Elaborado por:

Andrés Francisco Illingworth Vargas-Machuca

GRADO

Trabajo de investigación formativo previo a la obtención del título:

Licenciado en Comunicación Social, con mención en Periodismo

Deportivo

Guayaquil, Ecuador

Noviembre, 2021



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

Streamers: Nuevas formas de interacción en la plataforma

Twitch – categoría Just Chatting contenido deportivo

Elaborado por:

Andrés Francisco Illingworth Vargas-Machuca

GRADO

Trabajo de investigación formativo previo a la obtención del título:

Licenciado en Comunicación Social, con mención en Periodismo

Deportivo

DOCENTE INVESTIGADOR

María Fernanda Martínez Castillo

CO-INVESTIGADOR

Paola Solange Plúa Suárez

Guayaquil, Ecuador

Noviembre, 2021

Nota introductoria

El trabajo que contiene el presente documento integra el Proyecto Interno de Investigación-Semillero **Streamers: Nuevas formas de interacción en la plataforma Twitch**, propuesto y dirigido por las Docentes Investigadoras **María Fernanda Martínez, Paola Plúa y Gabriela Giler**, docentes de la Universidad Casa Grande.

El objetivo del Proyecto de Investigación Semillero es **conocer cómo se desarrollan nuevas formas de interacción en la categoría Just Chatting contenido deportivo en la plataforma Twitch entre los streamers y su audiencia y como el performance contribuye en este proceso**. El enfoque del Proyecto es **cualitativo**. Las técnicas de investigación que usaron para recoger la investigación fueron **observación y grupos focales**.

Resumen

El presente estudio permite conocer cómo se construyen las interacciones entre los streamers y sus comunidades al interior de la plataforma de Twitch en la categoría de Just Chatting contenido deportivo. La base teórica se fundamentó en conceptos como vida digital, identidad virtual, performance, sociedad red, comunidades virtuales, entre otras, que aportan en la comprensión del desarrollo de la plataforma streaming como nuevo espacio de intercambio.

La investigación tiene enfoque cualitativo, usando la etnografía digital para obtener datos desde la plataforma. Se escogió dos streamers de la categoría, uno nacional y otro internacional, donde se aplicó una observación participante y posteriormente, un grupo focal con integrantes conocedores de la plataforma. Los resultados más relevantes arrojaron que las interacciones provocadas en Twitch se deben a las facilidades que brinda la plataforma, elementos performáticos del streamer como su personalidad en la transmisión y la pantalla chat que genera interacción constante por sus opciones atractivas e innovadoras.

Palabras claves

Twitch, performance, interacción, plataformas streaming, comunidades virtuales, streamers

Abstract

This study allows us to know how the interactions between streamers and their communities are built within the Twitch platform in the “Just Chatting” sports content category. The theoretical basis was based on concepts such as digital life, virtual identity, performance, network society, virtual communities, among others, which contribute to the understanding of the development of the streaming platform as a new information exchange space.

The present study is a qualitative research, where digital ethnography was used to obtain data from the platform. Two streamers were chosen from the category, one national and the other international, where a participant observation was applied, and later-on, a focus group with expert members of the platform. The most relevant results showed that the interactions caused on Twitch are due to the facilities provided by the platform, the streamer's performative elements such as his personality in the transmission and the chat screen that generates constant interaction due to its attractive and innovative options.

Keywords

Twitch, performance, interaction, streaming platforms, online communities, streamers

Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos.....	5
Introducción:	7
Planteamiento del problema:	9
Justificación:	10
Antecedentes:	11
Vida digital en pandemia	12
Industrias culturales	13
Plataformas streaming	14
Twitch	15
Nuevas formas de interacción.....	17
Streamers.....	18
Categoría Just Chatting contenido deportivo	18
Marco Teórico:	20
Sociedad red:	20
Vida Digital	21
Identidad Virtual	22
Performance.....	23
Comunidades virtuales.....	24
Interacción streaming.....	25
Estado del Arte:	26
Preguntas de investigación.....	28
Diseño Metodológico	28
Objetivo General	28
Objetivos Específicos	28
Enfoque metodológico:	29
Método: Etnografía digital	29
Tipo de estudio:	30
Categorías de análisis y definición de términos operativos.....	30
Definición de Categorías.....	31
Unidad de análisis.....	32
<i>Perfil de los streamers</i>	33
Transmisiones de los streamers	33
Muestra	33
Técnicas y herramientas.....	34

Observación	34
Focus Group.....	35
Consideraciones éticas.....	36
Resultados	37
1. Performance.....	38
2. Interacción.....	42
3. Grupo Focal.....	44
Discusión de resultados.....	47
Conclusiones	50
Recomendaciones	52
Referencias Bibliográficas:	53
Anexos:.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 1: Transcripción grupo focal.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 2: Diario de Campo	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 3: Consentimientos informados para grupo focal	¡Error! Marcador no definido.

Introducción:

La nueva era digital ha venido desarrollando herramientas para facilitar la vida cotidiana del ser humano, incluso acogiendo cada día a más personas. Migrar a otros medios es una sana costumbre que ha adquirido el mundo en general, más que nada por el progreso tecnológico que vive el planeta entero. Tal como lo dice el filósofo español Echeverría (2018), donde considera que los jóvenes “son capaces de relacionarse con el mundo entero sin moverse de su asiento frente a la pantalla” (Echeverría, 2018, p.82).

La información se evidencia, con mayor rapidez, en medios digitales. Debido a eso, los usuarios aprovechan estar conectados a estas plataformas para mantenerse al día con cualquier tipo de novedad al instante. Dicho esto, el avance no solamente queda en la búsqueda de información, también ayuda a desarrollar las nuevas interacciones que se generan virtualmente. La comunicación ha evolucionado, teniendo nuevas maneras de estar en contacto y de forma inedita. El internet permite efectuar varias conexiones a través de las distintas redes sociales o plataformas que conectan con personas que incluso pueden estar al otro lado del mundo. No necesariamente es una comunicación directa, es decir, en ocasiones se envía el mensaje a una persona que tiene miles de mensajes diarios (influencer) y es posible que no se de una retroalimentación. Sin embargo, se genera esa motivación de querer trasladar ese pensamiento a otras personas con la necesidad de construir una interacción.

Así mismo, las plataformas de streaming marcaron un impacto digital desde su creación. Sobre todo en el 2020, con una pandemia y confinamiento total de por medio, los usuarios se involucraron más con este tipo de plataformas. “El valor agregado de los servicios de streaming fue propiciar el acceso a su contenido desde cualquier dispositivo móvil” (Cobo, 2008, p.6). Tener la libertad de conectarse en cualquier hora del día, al estar en sus

hogares, permitía que exista mayor acceso con los temas de interés, es decir, el streaming permite observar el contenido que se desea en el momento que se quiera.

Así se generan nuevas comunidades, en diferentes plataformas. Twitch es una de ellas, con una modalidad distinta al resto. Acogió, en un principio, a gamers que buscaban transmitir los videojuegos que estaban en alguna partida desde sus hogares. Esta comunidad es muy amplia, por lo que cautivó la atención de un sinnúmero de personas para ir aprendiendo de los gamers más famosos alrededor del mundo. No solamente se quedó estancada en videojuegos, evolucionó para tener diferentes tipos de contenido, así como música, deportes, charlas sobre la vida y muchas más. De esta manera, se expandió hacia otros grupos que dejaban a un lado otras plataformas para sumarse a Twitch.

Por otro lado, la transmisión en vivo comenzó a ser un plus, el factor diferenciador al resto de redes. Más allá de que Facebook, YouTube y otras plataformas poseen la opción de transmitir en directo, la presentan como un rol secundario. Sin embargo, si se está en Twitch, es principalmente para transmitir en vivo en el caso del streamer y para la audiencia, estar presente en la actividad de este usuario.

La interacción virtual es sinónimo de intercambio simbólico que es lo que se analizó en esta investigación. Se buscó comprender cómo se construyen las interacciones generadas entre los streamers y los seguidores en la plataforma streaming Twitch; a más de esto, se determinan otros cuestionamientos en relación a las motivaciones y performance que tienen los streamers al momento de generar contenido para seguidores y suscriptores.

En efecto, el sentido de comunidad que se establece en este medio posee gran participación de individuos que en ocasiones son solo espectadores de las transmisiones en vivo y en otras, tienen mayor vínculo con el streamer, considerando que al suscribirse al

canal de éste, se dan privilegios en torno a la comunicación y a otras dinámicas de interacción propias de la plataforma.

Dicho lo anterior, esta investigación tuvo un enfoque cualitativo, con tipo de estudio exploratorio y descriptivo visual, donde el método utilizado fue la etnografía digital, y técnicas como la observación participante y el grupo focal. Se trabajó sobre dos streamers, uno local y otro internacional, de la categoría Just Chatting contenido deportivo en la plataforma Twitch.

En el Ecuador, existen muy pocos estudios que evalúan esta línea de investigación, es decir, la relevancia que tiene la plataforma streaming Twitch en la nueva forma de interacción y en el sentido de establecer relaciones dentro de un entorno digital, que sin duda alguna, ha sido notorio en los últimos años, logrando posicionarse en el contexto de la pandemia del Covid-19.

Planteamiento del problema:

La socialización de las personas ha tomado fuerza en la parte digital, debido al sinnúmero de espacios para poder comunicarse. Más allá de que la conexión se genere por medio de una pantalla, es un vínculo que puede romper barreras y llegar a distintas partes del mundo. Asimismo, las plataformas de streaming como Twitch, comenzaron a generar interacción entre sus participantes. Por eso, se busca conocer cómo se dan los procesos de comunicación en términos de interacción entre los streamers y sus seguidores, y así poder comprender el impacto que ocasionan en la vida cotidiana.

En relación al tema de investigación, ¿es posible generar diálogos de interacción en la plataforma Twitch?, esta interrogante cuestiona el impacto de este escenario virtual frente al sentido de interacción y al hecho de concebir comunidades desde un entorno digital, es

decir, ¿cómo se construyen agrupaciones de individuos con sentido de pertenencia e intereses compartidos? Es pertinente desarrollar este estudio para conocer las dinámicas de este fenómeno digital a partir de un enfoque cualitativo que considere el evidente crecimiento de la industria del entretenimiento que gira en torno a las nuevas plataformas streaming y a la generación de contenido diverso para todo tipo de audiencia.

Desde esta perspectiva, el estudio contempla el análisis de la transformación de la comunicación, ejerciendo importancia en la evolución de la plataforma de streaming Twitch, como nuevo medio de diálogos, encuentros, ratificación de prácticas entre streamers y la audiencia, asimismo evalúa el performance que se crea en el intercambio simbólico del sujeto de estudio.

Justificación:

Durante el año 2020, la pandemia del COVID-19 afectó al mundo entero y por varios meses las personas debían permanecer en confinamiento. Para las plataformas de streaming fue un plus, tener a todos sus usuarios dentro de sus hogares con la oportunidad de estar en su medio en el momento que tengan un tiempo libre. Al ser tiempos complejos y llenos de incertidumbre en el orden social, político y económico a nivel mundial, Twitch brindó a los individuos nuevas formas de distracción y de poder vivir una interacción virtual, sumándole gran variedad de contenidos que se encontraba al interior de la plataforma. Debido a este contexto, la investigación busca evidenciar nuevos procesos de comunicación en relación a cómo se construye la noción de socialización y al reconocimiento del performance del streamer como protagonista de esta interacción en la plataforma Twitch en la categoría Just Chatting contenido deportivo.

Además, esta plataforma streaming ha demostrado un gran crecimiento en su uso, tal como lo menciona el estudio realizado por Hipertextual (2020), donde se menciona que Twitch,

batió récords al obtener 1,645 mil millones de horas vistas por mes, incrementando el 101% en comparativa al año anterior, es decir, se duplicaron las visitas. En efecto, varias comunidades online comienzan a migrar hacia la nueva tendencia digital, validando la fuerza con la que crece dicha plataforma.

Más allá de la evolución evidenciada y del contexto en el que se desenvuelve este espacio virtual, aún existen pocas investigaciones que reflejen la importancia de esta plataforma streaming en el desarrollo de las formas de comunicación contemporánea en la actual construcción social, es decir, la nueva orientación de la comunicación y su retroalimentación, que se refiere también, a la búsqueda de la interacción en tiempo real, pero desde un entorno virtual. Del mismo modo, Twitch se ha transformado en un medio relevante para la exposición de marcas locales e internacionales, al permitir pautas publicitarias en el interior de la plataforma, donde el streamer se vuelve aparentemente, no solo generador de su propio contenido, sino que genera también, diálogos como gestor de marca frente a sus seguidores. Por otra parte, este estudio posibilita revisar otros enfoques donde Twitch propicia nuevos modelos de negocios según las tendencias del mercado y de las actuales demandas.

Antecedentes:

En esta parte de la investigación, se desarrolló el contexto en el que se encuentra el tema principal. Conocer el auge que ha tenido la vida digital en pandemia y su acogida a nivel mundial en el 2020 debido a la necesidad de mantener comunicación constante. Se menciona también, la importancia de las industrias culturales en el incremento del uso de las plataformas streaming y en particular Twitch con los nuevos sentidos de socialización entre streamers y sus seguidores y la idea de comunidad desde escenarios virtuales.

Vida digital en pandemia

“El uso de aparatos diversos, hasta la manera como nuestro trabajo y nuestro ocio dependen de las redes y los servicios digitales, la presencia de la tecnología redefine y potencia nuestra cotidianeidad” (Villanueva, 2010, p.159). Considerando el criterio del autor, se le puede sumar las conexiones que provoca involucrarse en el mundo virtual como el constante intercambio de información.

La digitalización tuvo gran desarrollo en relación a los nuevos procesos de comunicación que permitieron cambios en la vida cotidiana de la sociedad. Plataformas como Zoom, Skype, Google Meet, se han vuelto relevantes para reinventar procesos desde la comunicación, para cambiar espacios desde lo físico a lo digital en contextos como lo político, social, religioso, económico, permitiendo adaptarse a la transformación digital de todo tipo de organizaciones.

Antes de la pandemia, en América Latina, aproximadamente el 1% de la fuerza laboral generaba ingresos mediante plataformas digitales (Ouishare, 2019), esto demuestra el poco uso que tenía la parte tecnológica en la dinámica de los negocios, pero un año más tarde debieron vincularse por una necesidad grande de lograr cumplir las metas empresariales.

Esto no solamente queda en la parte laboral, también se traslada al tiempo libre en relación a poder realizar actividades de entretenimiento, ya que al no poder salir y permanecer en los hogares provocó que estas actividades migren también a lo digital, donde el uso de nuevos medios facilitaba el tiempo para realizar lo que se desee.

En relación al tema, Visa (2020) menciona que “con la cuarentena, la gente comenzó a pasar más tiempo entreteniéndose con videojuegos, viendo sus películas favoritas, deportes electrónicos, transmisiones de música, creando videos, entre otras actividades.” (p.15). Un sinnúmero de actividades que podían despejar la mente, olvidar por momentos la pandemia que atravesaba el mundo entero. Esto sin duda fomenta la conexión con plataformas de

streaming como Twitch, donde jóvenes y adultos encontraban la distracción perfecta para entretenerse en su tiempo de ocio.

Industrias culturales

Cada año existen nuevos productos que ofrecen las industrias culturales, en el 2020 fue el caso de las plataformas de streaming. El rol que poseen estas plataformas es transformarse en industrias de entretenimiento, reemplazando a otras que lo hacían de forma presencial, la ventaja que llevan con respecto al resto es la forma que el usuario puede entretenerse. “Siempre buscamos formas de ocio, de entretenimiento y de identificación a través de narrativas, por eso hemos pagado desde hace tiempo por este tipo de contenido” (Velandia, 2020, p.45). Todo gira alrededor del suscriptor, en el tiempo y espacio que le parezca correcto puede consumir el producto propinado.

Añadiendo que la pandemia del COVID-19 generó mayor apego al estar instalados durante todo el día en sus hogares. De la misma manera, Velandia (2020) afirma que ahora “nos transportamos, nos relacionamos y nos entretenemos de una forma diferente. El coronavirus pudo impulsar este cambio que ya se veía desde hace años en la sociedad” (p.46). Justamente es la era digital la que ha provocado este cambio, al cual los seres humanos se adaptan y siguen siendo parte del desarrollo de estas plataformas. Así ganaron las industrias de entretenimiento, mejorando sus servicios para llegar a más personas en sus casas.

Considerando el desarrollo de las industrias culturales, en relación a la plataformas de streaming, el consumo de contenidos ha sido diverso desde el momento en que los medios migraron de espacios físicos a virtuales, haciendo que, narrativas como el contenido deportivo, también tomen presencia desde sus transmisiones en vivo para una audiencia determinada. De este modo, se han generado diálogos e interacciones que evidencian contenido específico en la categoría Just Chatting, situación que las marcas deportivas

vieron como oportunidad para continuar con su negocio de ofrecer productos o servicios dando pie a nuevas experiencias desde espacios virtuales.

Plataformas streaming

Dentro de las plataformas de streaming existen las más reconocidas. Incluyendo su notable crecimiento en el 2020, siempre han tenido un grupo bastante amplio de seguidores por sus atractivos contenidos. Netflix y Disney Plus cautivan a las grandes masas que requieren de entretenimiento, así como Twitch se transformó en un medio para compartir actividades de videojuegos y muchas transmisiones en directo de streamers que se volvieron reconocidos a nivel mundial.

Las plataformas de streaming iniciaron una relación más apegada con los usuarios, incluso Netflix reveló que el récord de suscripciones que posee su plataforma llegó en el primer trimestre del 2020 donde la compañía vio, debido al confinamiento, un aumento de 15,8 millones de suscriptores. El aumento se dio masivamente en los meses de encierro, de abril a junio fueron 10,1 millones. “Gracias a este impulso, la plataforma registra actualmente cerca de 193 millones de usuarios, un 27% más que el año pasado por estas fechas.” (Mena,2020, p.7). A esto debemos añadirle que la sociedad se vio en la obligación de someterse a un confinamiento y direccionó al usuario un poco más a las plataformas de streaming que permitieron simular actividades que normalmente se realizaban antes de la pandemia.

Por otra parte, Disney Plus también se vio mejoría en sus números durante la pandemia. Según un informe del CEO The Walt Disney Company (Disney, 2020), alcanzaron un total de 95 millones de suscriptores, un aumento de más del 100% en comparación a finales de 2019. Añadiendo que gran parte del contenido actual de dicha aplicación es antiguo, te da la oportunidad de ver las películas o series que sean de su propiedad y así volver a vivir ciertas filmaciones icónicas del pasado.

Durante el año anterior, otro de los medios de streaming con mayor alza fue Twitch, la plataforma aumentó 135% de canales activos (Twitch, 2020). Las personas, en sus hogares, veían como distracción compartir sus partidas de videojuegos con otras personas y así tener una interacción acerca de las actividades que se efectuaban en ese momento. El estar en sus hogares subió el 86% de horas de consumo, otro dato que sustenta lo productivo que fue para los medios digitales tener presencia en la pandemia. Terminó siendo el momento clave y preciso para generar aceptación en varias personas que tenían miedo en abandonar otras redes para incursionar en Twitch.

Twitch

Twitch es una aplicación millennial, que tuvo su creación recién en el año 2011. Es una plataforma de live streaming centralizada en la que los usuarios comparten las actividades del momento o que otras personas puedan consumir el contenido de otros. En el origen, se concentró mayoritariamente en la retransmisión de videojuegos, pero luego fueron sumándose nuevos temas, tales como música, deportes, entrevistas, entretenimiento y más actividades. La variedad de opciones es un buen método para seguir incrementando seguidores. La plataforma Twitch es “un nuevo paradigma social, priman los mensajes breves, la emotividad en el discurso y un constante dinamismo en el ritmo de la emisión para mantener intacto el interés fugaz de unos consumidores que expresen las nuevas tecnologías” (Sánchez, 2020, p.10).

A medida que pasaron los años, tuvo un aumento muy notorio en sus seguidores, por lo que Amazon y Google se vieron en una disputa para poder obtener la plataforma. Finalmente fue Amazon quién pudo comprarla y vincularla a sus servicios, en otras palabras, todo un proceso evolutivo en beneficio de Twitch y de la comunidad streamer que aumentaba sus seguidores. La compra de Amazon, en el 2014, fue un momento clave para el crecimiento, incluso hoy en día con la suscripción a Amazon Prime viene incluido en el paquete Twitch.

¿Quiénes forman parte de la plataforma? Los streamers y los usuarios, son los que dan vida al crecimiento de Twitch. Para iniciar, los streamers transmiten la actividad que están realizando en el momento, agregando que pueden ser creadores de contenido. Así mismo son fundamentales los seguidores, muchos de ellos pagando una suscripción dan un movimiento económico en la plataforma.

Según estadísticas de la plataforma, la audiencia fue acrecentando en varios streamers. Por ejemplo, una transmisión en vivo realizada por el español TheGrefg batió récord de espectadores simultáneos con más de 660.000 usuarios al otro lado de la pantalla. Del mismo modo, Ibai empezó con videojuegos, pero su fama lo llevó incluso a realizar entrevistas con jugadores profesionales de fútbol, llegó a tener 550.000 espectadores en sus transmisiones, sin mencionar cuántos medios de comunicación hicieron eco algunas declaraciones de Sergio Ramos, capitán del Real Madrid, en la plataforma (Twitch, 2020).

Por otro lado, un conjunto de factores se juntaron para agigantar la plataforma, como es el caso de la gran acogida que tiene actualmente eSports alrededor del mundo. Los deportes electrónicos pasaron de ser simplemente entretenimiento, a ser una de las grandes fuentes de ingreso de una persona. Según la consultora Newzoo (2020), generan aproximadamente 1.100 millones de dólares en el 2020 en base a patrocinadores y derechos de transmisión. ¿Cuál es la relación que tiene Twitch con este dato? Estas competencias y transmisiones también han buscado a la plataforma como medio para complementarse debido a la gran comunidad digital que le interesa los videojuegos.

“Los usuarios más jóvenes son nativos digitales. Más aún cuando surge algo tan novedoso y con semejante capacidad de repercusión global” (Prensky, 2011, p.19). En cuanto a esto, la migración de muchos seguidores a la plataforma Twitch llega al ser novedoso y que atrae mayoritariamente a las personas que son streamers o les gusta ver transmisiones en vivo.

Según un estudio de Señal News (2020), el 21% de los usuarios de la plataforma tiene entre 13 y 17 años, mientras que hay un 50% de entre 18 y 34.

Nuevas formas de interacción

En la actualidad, la interacción en persona se ha vuelto más limitada debido al contexto de la pandemia, las restricciones obligaban a casi no tener encuentros con otras personas en un mismo tiempo y espacio. Sin embargo, la interacción se vuelve necesaria para el ser humano debido a que provoca un intercambio de información constante.

Tal como lo manifiesta el líder del grupo de desarrollo de neurociencia cognitiva en la Universidad de Londres (2017), “a los seres humanos nos encanta relacionarnos, conectar o interactuar con otras personas, intercambiar pensamientos y sentimientos. Somos una especie deliciosamente sociable” (Blakemore, 2017, p.5). De acuerdo a esto, se comprende cómo se transformó la plataforma Twitch, es decir, en un método para obtener información a través del diálogo generado entre el streamer y la audiencia.

El ser humano es migratorio, siempre encuentra una forma de acoplarse a la realidad. Es ahí donde se adecuó a la interacción digital, no perder esa sana costumbre de tener comunicación con otras personas. La era tecnológica propinó herramientas en varias plataformas que permitían interactuar sin ningún tipo de inconveniente, más allá que sea a través de una pantalla.

La interacción propinada por varias redes digitales siempre fue esencial. A la sociedad le gusta conocer la opinión del resto de personas y por eso siempre se vuelve importante la comunicación que permite la plataforma, es así como cada red tiene su manera de generar vínculos y poder tener una relación con sus seguidores. En cuanto a Twitch, se transforma en un medio de comunicación instantáneo, porque el streamer siempre lee los mensajes de sus suscriptores y puede armar una interacción. El contenido producido en vivo es la

relación directa entre el streamer y los seguidores, generando comunidades que se van creando por un mismo tema en común.

Streamers

En el caso de las plataformas de streaming como Twitch, los streamers son los que hacen marcar la diferencia con referencia a Facebook o YouTube. El protagonismo cae desde el instante en que transmiten en directo las actividades que tienen en mente, como jugar videojuegos, efectuar conversaciones con personas populares e incluso crear contenido diverso. Según un artículo informativo publicado por Diario El Universo (2020), Twitch se ha convertido en uno de los medios que más dinero mueve digitalmente. Por citar un ejemplo, el streamer Ibai Llanos llegó a obtener 1,4 millones de dólares entre suscripciones, donaciones y publicidad al año (Twitch Tracker, 2020).

Los streamers tienen comunicación constante con sus seguidores, los contenidos que ofrecen van acorde a los mensajes que reciben e información que selecciona el usuario. Sin embargo, se podría decir que existe un mayor diálogo e interacción con sus suscriptores, pues son quienes aportan un ingreso económico cada mes para tener privilegios en el escenario virtual, en efecto se observa que este grupo puede enviar mensajes a un chat privado y son parte de sorteos en dinámicas que realiza el streamer.

Los streamers son personas que toman la decisión de compartir sus actividades o experiencias a un público determinado mediante la transmisión en vivo en Twitch. No existe un género específico para ser streamer, hombres y mujeres lo realizan con gran acogida. Asimismo, escogen a qué categoría pertenecer, muchos se inclinan por realizar streaming de videojuegos y otros en Just Chatting donde existe un intercambio de información sobre temas del momento.

Categoría Just Chatting contenido deportivo

En el año 2016 se creó la primera categoría en Twitch llamada *In Real Life* (IRL), diseñada para que los usuarios compartan situaciones de su vida cotidiana y tengan una conexión

más cercana con sus seguidores. Al tener acogida la clasificación, se fueron desarrollando más categorías con diferentes temas para que los streamers puedan identificarse con mayor facilidad (Twitch, 2020). Sin embargo, la investigación se concentrará en la categoría Just Chatting contenido deportivo. Un espacio donde existe una comunicación directa entre el streamer y la audiencia sobre algún tema en específico, en este caso será sobre deportes.

En esta plataforma los deportes han tenido gran acogida, más aún, en el contexto pandemia, en efecto, el mismo canal lanzó el TwitchSports donde se transmiten diferentes deportes, como la NBA, NHL, fútbol, NWSL, RFL y UFC, entre otras. Todo acorde a los acuerdos comerciales que concretó la plataforma (Twitch Sports, 2020).

Sin embargo, en el año 2020, ciertos streamers vieron la oportunidad de hacer transmisiones donde se narran los partidos de fútbol o en algunos casos programas de debate sobre algún cotejo. Es decir, un contenido 100% creado por streamer y los invitados que tiene en ese momento. Así como se transmite por televisión o por radio partidos de fútbol, ahora existen streamers que están adoptando esa modalidad en la categoría de Just Chatting contenido deportivo.

Para comprender un poco la magnitud de este avance, el conocido streamer español Ibai Llanos, compró los derechos de transmisión de la Copa América 2021 para emitir los compromisos en España. Ningún canal de televisión de ese país había adquirido los derechos, por lo que todo el público español pudo ver el torneo más importante de selecciones sudamericanas por un canal de Twitch y con la narración de un streamer.

No solamente en Europa existe esta práctica deportiva en Twitch, en Latinoamérica existen streamers que vieron la oportunidad de mostrar sus conocimientos en los deportes. Argentina es uno de esos países que está evidenciando a streamers dedicados a la

transmisión de temas deportivos en Twitch, mientras que en Ecuador hace pocos meses periodistas reconocidos por los medios de comunicación han decidido incursionar por la plataforma.

Marco Teórico:

Este apartado analiza las bases teóricas relacionadas a la interacción y a los procesos de comunicación que se desarrollan en la plataforma de streaming Twitch, es decir, cómo se va formando la vida digital desde este contexto, cómo se da el diálogo entre streamers y seguidores en términos de crear identidad, sentidos de pertenencia como lo haría una comunidad online.

Sociedad red:

La sociedad red se encuentra “constituida alrededor de las tecnologías de la información basadas en la microelectrónica” (Castells, 2006, p. 32). Dicho lo anterior, es una comunicación electrónica, conectada por la llegada del internet. Cada día sigue creciendo la red, por lo que construyen nuevas sociedades desde la red, considerando que gran parte de la población mundial posee internet para estar comunicado, incluso existen lugares auspiciados por los gobiernos de cada país que propinan internet gratuito.

De la misma forma, Castells (2006) añade que en el entorno contemporáneo, la sociedad red es una estructura social que está compuesta por redes potenciadas de tecnologías de la información. Un punto clave termina siendo la búsqueda de información, la red es tan amplia que te brinda variedad de opciones acerca de un mismo tema, por lo cual generan una empatía con ciertas personas o medios que facilitan lo requerido. Por su parte, Flores (2020) señala que el “internet es el corazón de un nuevo paradigma sociotécnico que constituye en realidad la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación” (Flores, 2020, p.18). En este sentido, la cotidianidad de los individuos está mediada por plataformas digitales como Twitch, por ello se evidencia una

sociedad red hiperconectada que continúa transformando la comunicación desde la diversidad de contenidos y nuevas narrativas.

Acorde a lo manifestado por Ure (2017), la sociedad red es la relación de los hombres con los otros en una sociedad que, a través de la expansión de las tecnologías de la información, va constituyendo una red global de conexiones ilimitadas, de la cual parece ya difícil apartarse. Tal como lo dice el autor, es una relación constante que se genera de forma digital y genera un intercambio de información entre los que forman ese grupo.

En efecto, Twitch es una plataforma que provoca interacción constante y genera dinámicas entre un grupo de personas en el interior de ésta. Las comunidades que se desarrollan en la interacción entre el streamer y sus seguidores es lo que se concibe como una sociedad en red, es decir, el intercambio de información y de diálogos generados desde la virtualidad y gracias al avance tecnológico.

Vida Digital

Ruiz (2019) afirma que la vida digital es “la necesidad de conexión y de compartir experiencias en los medios sociales, usan la tecnología y las redes sociales para construir y reforzar su identidad y para buscar la aprobación a través de la respuesta de su comunidad” (p.358). La vida digital se convierte en depender de un aparato tecnológico para pasarla bien en algún lugar o estar cómodos, la sociedad se ha vuelto dependiente del internet, siempre ve la necesidad de tenerlo al alcance.

Por su parte, Villanueva (2016) considera que la vida digital “nos abre puertas y nos señala posibilidades que van más allá de la tecnología, para abarcar desafíos culturales, de identidad y comunicacionales, que nos cuestionan y desconciertan” (Villanueva, 2016, p.156). Dicho lo anterior, las relaciones entre los seres humanos han perdido espacio en la realidad, transportándose a la parte digital donde se puede mantener ese contacto. Es el

vínculo directo para desarrollar lazos entre los seres humanos y que se conozcan entre ellos.

En el caso de Davis (2018) considera que el tener una vida digital provoca cambios considerables en las actividades de los humanos, por lo que afirma que “la tecnología digital está cambiando todo, nuestras relaciones, el trabajo, nuestras economías y formas de gobernar” (Davis, 2018, p.17). Bajo esta teoría, la realidad humana ha sufrido varios cambios en términos de comunicación como resultado del uso de la tecnología, provocando de cierta manera, dependencia en diversas actividades cotidianas.

En la plataforma Twitch, los streamers comienzan a tener una vida digital presente y muy activa, al autorrepresentarse y generar contenido propio que sea considerado un vínculo relevante para quienes lo siguen, esta conexión se va mostrando mientras se dan las transmisiones en vivo y se genera diversidad en el contenido.

Identidad Virtual

Valderrama (2016) manifiesta que la identidad virtual “representa de manera mimética la realidad social pero también crea nuevas fantasías e imaginarios sobre ella” (p.71). El autor considera que es una imitación de la realidad, una versión que los seres humanos muestran digitalmente. Sin embargo, muchas veces no terminan siendo 100% similares a lo que muestran en persona, por eso se transforma en la segunda identidad hacia el mundo entero.

Por su parte, Turkle (2004) considera que los humanos podrían mostrarse tal cual son de manera segura, anónima y sin tener que enfrentarse a las reales consecuencias que ello implica como el reproche social, la estigmatización o la burla al tener una identidad virtual. Debido a esto, cada persona tiene una forma particular de presentarse en las plataformas, generando una idea sobre qué tipo de persona es en un entorno digital.

La identidad virtual también se da por el apego constante y diario a las plataformas digitales, “no se consigue por jerarquía, sino por la capacidad de estar conectado de forma interactiva con otras personas, es decir, recibiendo y emitiendo mensajes interesantes para los demás” (Aced et al. 2009, p.53). Es una forma de seguir acogiendo a personas para que puedan conocer la identidad virtual que tienes.

Dentro de Twitch, los streamers y seguidores adoptan una identidad virtual para mostrarse a la comunidad, cada uno ha creado su personalidad para diferenciarse de otros, se expone públicamente para reafirmar lo que ha construido como performance en el espacio virtual.

Performance

Acorde a lo dicho por Prada (2015), el mayor interés del performance “probablemente radica en su capacidad para operar con las expectativas que es capaz de generar una imagen en las redes sociales y como tendemos a creer lo que estamos programados para creer” (p. 163). En este sentido, la creación del performance del creador de contenido no solo se da a través de los diálogos con los seguidores, sino que se muestra en el entorno que éste recrea en el mundo físico como parte de su identidad en la pantalla.

Tal como lo comenta Philip Auslander (2011), la percepción se ha acoplado y acostumbrado a recibir experiencias mixtas que intercalan la imagen real con la virtual. El desenvolvimiento en la parte virtual tiene muchos elementos en la mesa, pero siempre direccionado a un grupo determinado. Por eso el performance personal, en la parte digital, va de la mano con la improvisación que se da en el momento, no hay guión que seguir en ningún instante.

De la misma manera, Springer (2003) afirma que “el performance supone nuevas formas de relación entre el artista y el público, cuestionando el papel y la importancia de la experiencia estética en vivo, y la relación con el registro de acción y sus espacios de difusión” (p.59-60).

Así como lo asegura el autor, el generador de contenido produce diferentes formas de interacción con los espectadores, estimulando vínculos cercanos.

Relacionando con el tema de investigación, el streamer en la plataforma de Twitch busca tener una postura diferente al saber de la llegada que genera ante su público. El performance acogido por los streamers es en base al entorno de sus transmisiones, lo que termina siendo un papel acogido por ellos para tener mayor carisma con su público y tener una interacción fluida con ellos.

Comunidades virtuales

Rheingold (1993) considera que las comunidades virtuales “emergen en la red cuando un número suficiente de personas comienzan discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentido humano para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio” (Rheingold, 1993, p.25). Es justamente una de las características principales, el vínculo que se crea de manera virtual por medio de las diferentes fuentes de conexión y teniendo un tema central en común.

Por su parte, Sanz (2005) afirma que las comunidades virtuales son “un conjunto de individuos que comparten elementos en común, tales como un idioma, costumbres, visión del mundo, edad, estatus social y roles “ (p.26-35). Todo este tipo de aspectos pueden complementarse, para ser el motivo de esta agrupación, o también se da por uno solo de esos. La interacción entre las personas cada día se traslada más al mundo virtual, considerando las diferentes plataformas que existen.

De acuerdo a Rokka & Moisaner (2009) la comunidad virtual es “una red social o una tribu de consumidores que participan en línea a través de redes informáticas” (p.114). El principal motivo por el cual se crean estas comunidades virtuales son para tener un espacio donde poder consumir contenido del agrado personal, pero sumándole otras personas que tengan el mismo interés y poder intercambiar información.

En relación a Twitch, esta plataforma genera comunidades online que se clasifican o se agrupan dependiendo de intereses o preferencias, que vienen orientadas a partir de un streamer de su elección. Dicho esto, estas comunidades pueden ratificar dinámicas o no, según se desarrolla la interacción en el interior del escenario virtual.

Interacción streaming

Para Mancebo (2016) la interacción streaming “crea una experiencia para el usuario que se siente parte activa del proceso comunicativo” (p.345). La interacción termina siendo sin límites, más que nada por el manejo de la persona que lidera la transmisión en directo. El hacer sentir bien a los integrantes de la plataforma siempre es un punto a favor, provoca un sentido de pertenencia al ser tomado en cuenta constantemente.

Por su parte, Rost (2006) afirma que existen “plataformas virtuales que se consideran interactivas porque facilitan la participación activa de sus lectores” (Rost, 2006, p.99). De hecho, la tecnología brinda un abanico de posibilidades para una interacción inmediata, así mismo es el caso de las plataformas streaming. La necesidad de estar en constante interacción hace que las personas busquen las opciones que tengan mayor agilidad para esta comunicación virtual. La interacción streaming es en tiempo real, al instante, la conexión se genera en directo.

Acerca de la interacción streaming, Ortiz (2015) opina que “es una experiencia que flexibiliza, incrementa y orienta los discursos recíprocos” (p.18). Tal como lo dice el autor, es un intercambio de opiniones e información que se da constantemente. Esta experiencia se vuelve agradable para los participantes debido a que son escuchados y también adquieren otros puntos de vista en el proceso de interacción, todo esto gracias a una plataforma de streaming.

En el caso de la investigación, la interacción streaming se produce en prácticamente todas las transmisiones en vivo que se realizan en la plataforma. Twitch demuestra una comunicación e intercambio de información constante del streamer con sus seguidores, lo que termina siendo la definición exacta de una interacción streaming.

Estado del Arte:

Esta parte revisa artículos académicos relacionados a los procesos de comunicación que aparecen en entornos virtuales como Facebook e Instagram y que comprometen la interacción entre usuarios y audiencia. En este sentido, es relevante conocer los estudios alrededor de cómo se transforma la comunicación, tal como sucede con la plataforma Twitch que considera el streaming como fenómeno contemporáneo en las construcciones sociales.

En primera instancia se analizó el estudio “Transformación digital. Desafíos y expectativas para el periodismo” escrito por Inés Méndez y Franciso Olivares en España en el 2021. Esta investigación se interioriza en el desenvolvimiento de los periodistas durante la pandemia, para mantenerse vigentes y continuar en sus funciones. Además, se vinculan muchas labores con nuevas plataformas que permitían seguir laborando de manera digital desde sus hogares, tales como Zoom, Google Meet, etc. Para ello fue utilizada una investigación cualitativa, para poder tener entrevistas a profundidad con el grupo objetivo. Como resultado obtuvieron que el sector periodístico se digitalizó de manera más rápida de lo pensado, incluso simplificaron ciertas labores que podían agilizarlo digitalmente. Este texto se relaciona con la investigación actual debido a las nuevas formas de interacción que surgieron en nuevas plataformas, en este caso en el plano periodístico, donde se vincula el intercambio de información desde espacios como Twitch, plataforma streaming, que tuvo gran alcance en el contexto de pandemia 2020.

Por otro lado, el artículo “Comunidades virtuales de viajeros: un caso de éxito” del año 2019 fue escrito por Laura Cervi de la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Esta investigación intenta comprender cómo un grupo de viajeros italianos empezaron a tener fama y a subir muy rápido en cuanto a seguidores, formando una comunidad digital que estaba pendiente de sus actividades diarias. Las redes sociales provocan la creación de contenido diariamente, lo cual acoge a varios grupos que circulan en la red. La metodología es mixta, el enfoque cualitativo es la base, priorizando las entrevistas a profundidad para entender la generación de nuevas comunidades online. Por su parte, el toque cuantitativo se debe a las tablas para contabilizar el crecimiento de seguidores y compararlos con datos dados antes de volverse famosos.

Los resultados fueron que los contenidos compartidos de viajes y lugares donde hospedarse no provocan intriga y preguntas de los seguidores, más bien solamente eran compartidos en sus redes, es decir, que buscaban estar dentro de esta sociedad virtual de lugares atractivos alrededor del mundo y adquirir información constante sin tener una intervención. Asimismo podría pasar en la investigación, habrá seguidores silenciosos que buscan ser parte de una comunidad en específico para estar informado, pero que tienen poca participación en términos de interacción. En Twitch la audiencia puede seguir a un streamer con la finalidad de tener una escucha activa que se oriente a recopilar información de interés.

En cuanto al trabajo “Opinión pública y nuevas estrategias comunicativas en la industria audiovisual: el caso de Netflix y la serie Sense8” del año 2020, escrita por Francisco Ruiz y Javier Bustos de la Universidad de Málaga en España, investigó el caso de Netflix y la cancelación del contenido de Sense8 en el 2017, básicamente buscando entender el fenómeno que generan las plataformas de streaming en la opinión pública de las personas. Trasladado a otras redes sociales incluso, esa magnitud de un tema que surge a partir de un contenido transmitido en sus plataformas.

Plantean una metodología mixta, cualitativa y cuantitativa. Adquirir opiniones sobre la cancelación de Sense8 genera diferentes puntos de vista, por lo que efectúan entrevistas para poder sacar conclusiones acerca de ese tema. En el plano cuantitativo, realizan una tabla sobre la interacción producida en los meses donde fue el impacto social para tener una base numérica. Los resultados indicaron que la cancelación del programa provocó una interacción muy elevada en mención a Instagram y otras redes sociales, comprobando las nuevas interacciones luego de quitar un contenido con gran acogida. Algo similar sucede en Twitch, las nuevas interacciones son provocadas por un tema llamativo que por lo general se produce en conversaciones fuera de la plataforma. El streamer genera contenido para sus seguidores, que buscan adquirir información y muy probablemente luego la transmitan en otro lugar.

Preguntas de investigación

- ❖ ¿Es posible que en la plataforma streaming Twitch se generen nuevos procesos de socialización en términos de interacción y comunidad online?
- ❖ ¿Qué tipo de interacciones se desarrollan entre el streamer y la comunidad on line?

Diseño Metodológico

Objetivo General

- ❖ Explorar cómo se desarrollan las interacciones entre los streamers y sus comunidades al interior de la plataforma Twitch

Objetivos Específicos

- ❖ Analizar el tipo de interacción entre el streamer/creador y su comunidad durante las transmisiones en vivo a partir del 1 de agosto al 30 septiembre del 2021 en la plataforma Twitch en la categoría Just Chatting contenido deportivo

- ❖ Identificar los elementos performáticos del streamer/creador durante las transmisiones en vivo a partir de 1 de agosto al 30 septiembre del 2021 en la plataforma Twitch en la categoría Just Chatting contenido deportivo
- ❖ Conocer las percepciones de los usuarios en la plataforma Twitch en relación a las interacciones y performance del streamer/creador en la categoría Just Chatting contenido deportivo

Enfoque metodológico:

La investigación requiere de un enfoque cualitativo, debido a que “la tendencia cualitativa permite acercarse a grupos de usuarios y describir sus características en un contexto real” (Hernandez, 2008, p.112). Al buscar conocer los motivos de interacción entre los participantes y los streamers, es necesario tener un acercamiento que permita explorar el espacio virtual y los discursos que se manejan desde el entorno. Sobre todo para comprender la conexión que se genera, que es justamente la intención de la investigación en la plataforma de Twitch.

Método: Etnografía digital

El método utilizado para la investigación es la etnografía digital. Según Pérez (2003) permite “un estudio detallado de las relaciones en línea, de modo que Internet no es solo un medio de comunicación, sino también un artefacto cotidiano en la vida de las personas y un lugar que permite la formación de comunidades” (Pérez, 2003, p. 2). La etnografía digital pretende describir las características del grupo social, tal es el caso de la audiencia y los streamers dentro de Twitch y asimismo, conocer los factores que fomentan la creación de las relaciones entre un usuario y sus seguidores. En referencia al tema, Waldron (2011) menciona que este método tiene “la ventaja que las personas no son conscientes de que están siendo investigadas, lo cual ayuda a que su comportamiento no sea afectado” (p.19),

y eso la transforma en ideal para adquirir la información de forma natural a como se desarrollan los sucesos investigados.

En efecto, una etnografía digital es una descripción o reconstrucción analítica de escenarios y grupos culturales intactos (Hammersley, 1984). Tal como lo manifiesta el autor, la participación del investigador se transformará en intensa para poder identificar características relevantes de la comunidad virtual en términos de gustos y preferencias, lo que contribuye también, en el intercambio e interacción de contenido diverso desde las transmisiones en vivo.

Tipo de estudio:

El tipo de estudio es exploratorio y descriptivo visual. Es exploratorio ya que permite obtener información desde la aproximación al entorno del cual no existe muchos datos. Esto debe ir acompañado del estudio descriptivo visual, para de esta manera, “puntualizar las características de la población que se está estudiando” (Tamayo, 1994, p.166). Este tipo de estudio genera una comprensión que va desde el funcionamiento propio de la plataforma hasta cómo se conciben los procesos de comunicación entre streamers y las comunidades virtuales.

Categorías de análisis y definición de términos operativos

Para que la investigación pueda desarrollar los resultados de forma correcta, el investigador necesita de categorías para comprenderse como es su mirada dentro del proceso investigativo. “Es una estrategia metodológica para describir un fenómeno que estamos estudiando” (Rivas, 2015, p.40), y de esta manera establecer ciertos límites y alcances dentro de la investigación. Asimismo, “la categorización es muy útil por su aplicabilidad general, sencillez e importancia especial en la conceptualización, el diseño y la comunicación de los resultados de la investigación” (Kerlinger, 1988, p.17).

La técnica para el análisis, de la información recolectada, es la categorización de resultados. En efecto, las categorías ejes de esta investigación son interacción y el performance, que se definen también en subcategorías respectivamente con el objetivo de contribuir con el desarrollo del trabajo de campo. Dichas categorías se orientan en:

Categoría: Interacción

Para identificar la relación que se genera entre los usuarios y streamers al intercambiar información durante las transmisiones en vivo

Categoría: Performance

Determinar los elementos de imagen, de la misma forma los elementos relacionados con la actuación del streamer durante las transmisiones en vivo que efectúa.

Definición de Categorías

A continuación, se muestran las categorías que se estudiarán de acuerdo a los diferentes objetivos de la investigación:

Tabla 1

Definición de categorías

CATEGORIA	DEFINICION	SUBCATEGORIA
Interacción	Reconocer la forma en que los streamers y usuarios se relacionan durante las transmisiones en vivo	<ul style="list-style-type: none"> • Imagen del streamer • Tipo de transmisión • Chat • Temática de la transmisión en vivo • Encuestas realizadas

Elementos Performáticos	Precisar todos aquellos elementos de imagen, así como también lo relacionado a su actuación que el streamer utiliza en las transmisiones que realiza	<ul style="list-style-type: none"> • Escenografía • Vestuario • Vocabulario • Recursos gráficos • Personalidad • Recursos técnicos
----------------------------	--	--

Fuente: *María Fernanda Martínez y Paola Plúa*

Unidad de análisis

La unidad de análisis se define como un “tipo de objeto delimitado por el investigador para ser investigado” (Azcona, 2013). Quiere decir que busca marcar límites en la investigación, para ser certero en la búsqueda de los resultados y saber quienes serán estudiados. En referencia a lo anterior, serían dos streamers de habla hispana, uno a nivel local y otro internacional de la plataforma streaming Twitch en la categoría Just Chatting contenido deportivo. Vale recalcar que se entiende por streamer, todos los usuarios que realicen transmisiones y programas deportivos en vivo desde dicho entorno virtual y que tengan reconocimiento en relación al número de seguidores.

Tabla 2

Perfil de los streamers

Nombre del usuario	Usuario	Origen	Seguidores
Adri Contreras	 AdriContreras4 54 k seguidores	Europa (España)	54K seguidores
Carlos Xavier Argüello	 CarlosXArguello 739 seguidores	Sudamérica (Ecuador)	739 seguidores

Fuente: Elaboración propia

Transmisiones de los streamers

La observación participativa se realizará durante 4 semanas del periodo comprendido entre el 1 de agosto al 30 de septiembre del 2021, es decir, 4 transmisiones de los streamers regional e internacional, seleccionando solo la primera hora de contenidos generados en vivo.

Muestra

La muestra es “un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación, siendo una parte representativa de la población” (López, 2004, p18). Por ello, en esta investigación la muestra es no probabilística, debido a que la selección de los sujetos de estudio depende de los criterios que considere el investigador. Al tener este grupo representativo, al final se puede generalizar los resultados a la población completa con los dos streamers escogidos. Las características que ha buscado el investigador para diferenciar a los streamers, seleccionó uno nacional con al menos 500 seguidores y el otro internacional con al menos 10 mil seguidores.

Técnicas y herramientas

Observación

Tal como lo manifiesta Lahire (2008, 49-50), la observación participante es una técnica de investigación que permite estudiar los procesos concretos de producción de un fenómeno sociocultural determinado. Es una herramienta importante dentro de cualquier investigación cualitativa, mucho más al ser de tipo etnográfico. Busca recolectar datos sobre el grupo de estudio, comprender las acciones realizadas y en este caso también la interacción generada con sus usuarios.

La observación participante brinda un panorama extenso del estudio, lo que hará al investigador conocer mayores detalles de lo que ocurre dentro de las transmisiones a consideración en la plataforma streaming en la categoría Just Chatting contenido deportivo. Por ello, el investigador llevará un registro en el diario de campo para anotar todo lo observado, siendo testigo de lo sucedido en cada una de las transmisiones. Serán 4 transmisiones por cada streamer, el nacional e internacional, para así marcar una ruta sobre la interacción generada en ambas comunidades.

Tabla 3

Diario de Campo

DIARIO DE CAMPO : Observación de transmisión xxxxxx en la plataforma Twitch		
Nombre:		
Fecha:		
Lugar:		
Tema:		
Objetivo:		
Elementos: Performativos y de interacción	DESCRIPCION	REFLEXION
Configuración de transmisión		
Línea Grafica		
Elementos tecnológicos		
Vestuario		
Escenografía		
Diseño de Pantalla		

Pantalla de Chat		
Chat		
Comando de chat personalizado		
Contenido del chat		
Características socio-demográficas		
Definición de la imagen		
Personalización de la transmisión		
Elementos de la Bio		
Auspicios		
Gifts		
Reloj		
Lenguaje Utilizado		
Capitulo		
Tienda		
Efectos especiales		
Distribución de objetos		
Intención del espacio		
Tipo de habitación		
Performance por genero		
Donativos		

Fuente: María Fernanda Martínez y Paola Plúa

Focus Group

El focus group es “una herramienta valiosa para obtener información acerca de las percepciones, reacciones y expectativas de los usuarios ante los servicios ofertados o los que se quieran implantar” (González, 2013). En este caso para tener conversaciones más a profundidad con la unidad de análisis a través de la plataforma Twitch.

Acorde a eso, el focus group contó con un cuestionario de 15 preguntas abiertas para 11 participantes que fueron escogidos en base a su cercanía con la plataforma de Twitch, con perfiles de streamers y viewers. Todos con una edad mayor a los 18 años, siendo dos mujeres y nueve hombres los que integraron este grupo de participantes. Sumando a lo dicho, se trabajó bajo diferentes categorías que ayuden a recolectar la información sobre los aspectos sociodemográficos, la interacción dentro de Twitch y el performance.

Tabla 4**Plan de trabajo**

Tareas	<i>Mayo</i>	<i>Junio</i>	<i>Julio</i>	<i>Agosto</i>	<i>Septiembre</i>
Adaptación de la metodología y las herramientas de investigación	X				
Selección de los streamers a estudiar		X			
Elaboración de guía para Grupo Focal				X	
Elaboración de guía del Diario de campo				X	
Selección de participantes en Grupo Focal				X	
Implementación de periodo de observación					X
Implementación de grupo focal					X

Fuente: María Fernanda Martínez y Paola Plúa

Consideraciones éticas

Dentro de la investigación existen Políticas de Aseguramiento de la Ética en el Sistema de Investigación UCG donde tienen el objetivo de proteger el consentimiento informado de los sujetos que están inmersos dentro del trabajo de campo de la investigación. El presente estudio se rige ante las prácticas planteadas por APA, por eso es importante conocer que los streamers en estudio cuentan con un perfil público en la plataforma de Twitch y cualquier persona que entre a sus transmisiones podrá obtener información. Son ellos los que deciden que exponer ante su comunidad virtual y lo que prefieren reservarse para no exponerlo públicamente. Por esta razón, se puede considerar a estas personas como personajes públicos, en donde todos sus seguidores tienen el contenido a su alcance rápidamente. Pese a eso es importante recalcar que la comunidad participante en la transmisión será tratada con cuidado para no poner en riesgo su integridad ni tampoco su

identidad, siendo esto considerado para fines académicos. Además, vale mencionar que los streamers considerados en el campo de investigación son mayores de edad, tomando en consideración el artículo 104 de la Ley de Comunicación que prohíbe la exposición de menores de edad. Así se evita eventos de cyberbullying y se refugia de conformidad con el artículo 13, numeral 4, de la Convención Americana de Derechos Humanos y la Convención sobre el derecho de los niños.

Por su parte, para la participación del grupo focal, se seleccionó de forma aleatoria a miembros de la comunidad del streamer y esto fue aceptado por una carta de consentimiento informado firmado por los participantes, dejando claro que los resultados de la investigación no serán utilizados de forma pública, sino que serán netamente para fines académicos.

Resultados

Los resultados presentados buscan exponer el trabajo realizado en la recolección de datos efectuada a través de la observación participativa a los dos streamers de la plataforma de Twitch en sus diferentes transmisiones en directo. Además, se expondrá información obtenida del grupo focal realizado a usuarios y streamers del medio local. Dicho lo anterior, los resultados irán acorde a las categorías de análisis definidas previamente.

Observaciones

Luego de realizar la observación participante durante cuatro transmisiones en vivo por 1 hora de cada uno de los streamers seleccionados, se realizaron fichas de observación donde se anotaron los resultados obtenidos (Anexos). Tras evidenciar lo expuesto en sus transmisiones, se puede analizar ciertos elementos performáticos que son importantes por parte de los creadores de contenido para generar empatía y conexión con su audiencia, además de elementos claves para la interacción constante entre el streamer y sus seguidores. Por ello, el performance y la interacción se consideran ejes temáticos en exposición de los siguientes resultados.

1. Performance

Vestimenta

El elemento que varía en los streamers local e internacional es la vestimenta, no siempre es la misma en las transmisiones. Sin embargo, existe un factor común en los dos streamers que es la vestimenta deportiva. Por ejemplo, CarlosXArguello, el local, utiliza un calentador por lo general y además varía la camiseta deportiva y en ciertos casos viste con camisetas de equipos de los cuales es seguidor.



Imagen 1: Captura de pantalla en la transmisión de CarlosXArguello

Como se puede observar en la imagen 1, viste la camiseta de Ecuador debido al momento que está comentando como es las Eliminatorias Sudamericanas. Por su parte, AdriContreras4, el internacional, utiliza camisetas de equipos de fútbol que tiene dentro de su colección, no solamente son de equipos de su país España, también de otros lados del mundo. En ambos escenarios, al ser periodistas deportivos reconocidos, muestran su vestimenta acorde a los temas que van a tratar en la transmisión.

Al utilizar camisetas de equipos de fútbol, se podía evidenciar mayor cuestionamiento de la audiencia en torno a la interacción entre streamers y seguidores, ya que se daban diálogos del por qué salía con determinada camiseta. Con mayor frecuencia sucedió en el caso de

AdriContreras4, en el cuál variaba mucho sus camisetas de equipos e interactuaba con simpatizantes del equipo. Dicho lo anterior, se observó como la vestimenta provocaba diálogos en la plataforma cuando se daba la transmisión.

Escenografía

En cuanto al escenario expuesto por los creadores de contenido, se hace referencia a los implementos tecnológicos como micrófono de audífonos, lugar físico, etc. En el caso del streamer local e internacional, ambos realizan sus transmisiones en su dormitorio, evidenciando un espacio físico con ciertos elementos visibles para establecer la interacción con la audiencia.

Sin embargo, en el streamer internacional se observa una decoración más elaborada y llamativa para sus espectadores. Empezando por su escritorio con elementos deportivos como figuras de jugadores, medallas y objetos de equipos de fútbol, además de una decoración en la pared de fondo con posters deportivos y una carta de presentación FIFA de él que fue un obsequio por su contenido. En cambio, el streamer nacional tiene menor decoración, pero igual demuestra elementos deportivos en su escenario.



Imagen 2: Captura de pantalla en la transmisión de CarlosXArguello

Como se puede ver en la imagen 2, la parte superior de su pared muestra escudos de equipos y selecciones de fútbol, relacionado a las temáticas de sus transmisiones.

Vocabulario

Vale mencionar que los streamers seleccionados son periodistas deportivos y que trabajan en medios de comunicación conocidos en sus países. CarlosXArguello mantiene una postura formal en sus expresiones y maneja su discurso en relación a su perfil profesional de personaje reconocido a nivel local. Mientras que AdriContreras4 presenta un habla más coloquial o común al interactuar con su audiencia, se observa también, que en ocasiones se maneja en una línea más formal. Además, se evidencia que en ocasiones menciona palabras comunes de su lugar de origen como “gilipollas” que normalmente no se usarían en un medio de comunicación.

En efecto, el vocabulario utilizado por AdriContreras4 es más coloquial y menos formal que el de CarlosXArguello, quien es más objetivo en sus expresiones con los seguidores. Es un hecho que ambos streamers no tienen dificultades al momento de interactuar con sus seguidores.

Personalidad

En el caso de la personalidad de los streamers, el creador de contenido internacional durante sus transmisiones subía y bajaba su tono de voz dependiendo del tema a tratar, además de realizar preguntas constantemente para incitar la opinión de sus seguidores. Por el contrario, el streamer nacional es más diplomático y pausado en sus intervenciones, busca acoger a su audiencia a través de su conocimiento. Es convincente al momento de expresarse, en relación a los temas deportivos.

El streamer internacional utiliza mucho sus manos durante la transmisión, es un elemento de apoyo para explicar ciertos criterios de él, siendo parte de la comunicación que tiene con su audiencia. Caso contrario el streamer nacional, sus manos son muy poco utilizadas para acompañar algún comentario realizado en la transmisión en vivo.

Recursos gráficos

Los recursos gráficos son empleados en ambos streamers, el local e internacional, para tener una llegada visual a sus usuarios y como apoyo para mantener información.

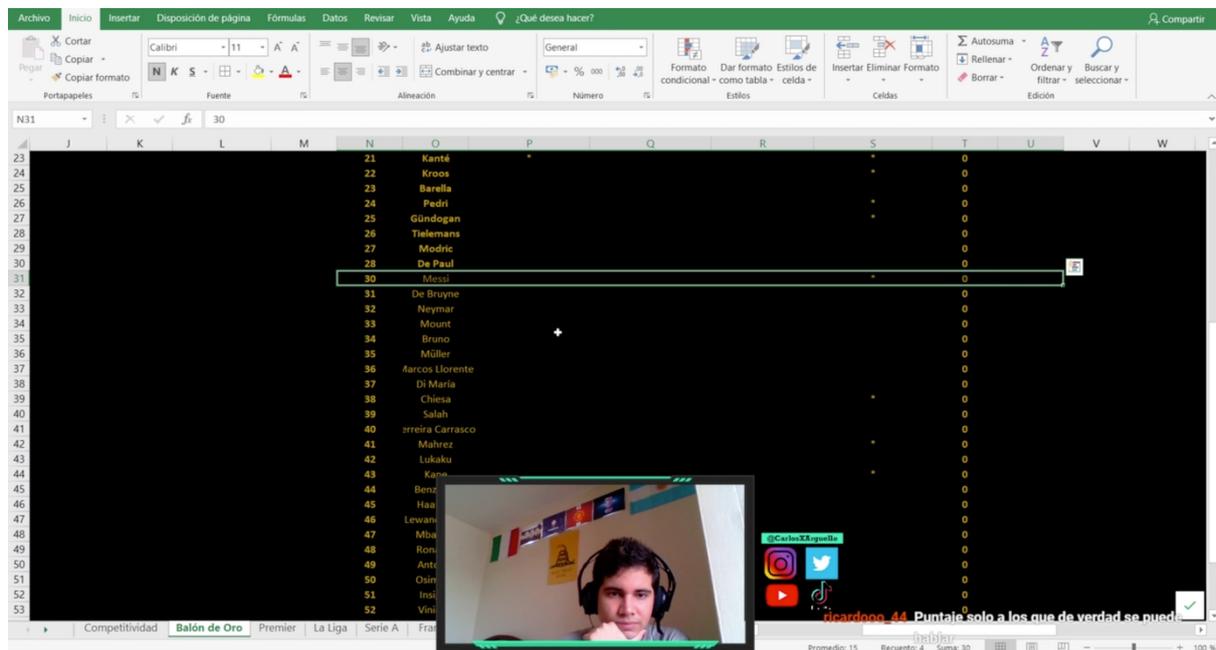


Imagen 3: Captura de pantalla en la transmisión de CarlosXArguello

En las transmisiones en vivo, CarlosXArguello muestra sus recursos gráficos tradicionales, es decir más estático y menos interactivo para la audiencia, tal como se evidenció en las aplicaciones de excel que se compartían en pantalla para mostrar algún dato o tema específico.



Imagen 4: Captura de pantalla en la transmisión de AdriContreras4

Caso contrario es el de AdriContreras4, quien evidencia una línea gráfica más elaborada y en relación al diseño, en este sentido se observa el marcador de los partidos que está viendo mientras comenta. Asimismo, muestra mayor producción para sus recursos, por lo que la información se ve plasmada en la transmisión como aporte a mantenerse en un periodo de tiempo para la audiencia.

Se observa que el tiempo de experiencia de los streamers en la plataforma de Twitch es determinante en el uso de los elementos gráficos. CarlosXArguello lleva poco tiempo experimentando con las transmisiones, un total de dos meses, a diferencia de AdriContreras4 que está cerca de cumplir el año haciendo streaming. Por ello, se muestra mayor uso de elementos gráficos de parte del streamer internacional.

2. Interacción

Pantalla de chat

En la pantalla chat, CarlosXArguello presenta gran cantidad de comentarios por programa que son leídos por él mientras se da la transmisión en vivo. En ciertas ocasiones son comentarios complementarios a lo dicho por el streamer, además éste menciona en varias ocasiones que si comentan él los leerá. Se toma entre 5 a 10 minutos para leer los comentarios que han llegado en ese rango de tiempo. Por su parte, AdriContreras4 tiene mayor cantidad de seguidores que comentan constantemente y ciertos mensajes no alcanzan a ser leídos. Sin embargo, hay atención en la pantalla de chat para cada cierto tiempo mencionar algunos mensajes e interactuar en base a lo que opinan.



Imagen 5: Captura de pantalla en la transmisión de AdriContreras4

Incluso, como se puede observar en la imagen 5, AdriContreras4 incluyó dentro de su en vivo la pantalla el chat donde se aprecian todos los comentarios realizados dentro de la transmisión. De esa manera el streamer lee ciertos comentarios que conectan lo que está diciendo en el momento, así no realiza pausas marcadas para darle lectura a los mensajes.

Comando de chat personalizado

El creador de contenido AdriContreras4 posee más opciones para interactuar en ese canal con sus seguidores, realiza mínimo dos encuestas por transmisión con preguntas sobre el partido que está comentando, así obtiene respuesta de sus seguidores y posteriormente analiza el por qué de la respuesta ganadora. Además de ser una herramienta para contestar de forma instantánea dentro de la transmisión seleccionando una opción sin salirse de ella.

En cambio, CarlosXArguello no maneja el comando de chat personalizado, aún no desarrolla en esta herramienta por la cantidad de seguidores que tiene y por el tiempo dentro de la plataforma de Twitch.

Existen varias opciones dentro de Twitch que se van desbloqueando a medida que crecen los seguidores en el streamer. Por eso, el internacional desarrolló mayor cantidad de

comandos en el chat para sus usuarios, mientras que el nacional aún no tiene esas ventajas en la plataforma.

Contenido de chat

El creador de contenido internacional, AdriContreras4, tiene más desarrolladas opciones de emoticones personalizados y elementos que pueden ser utilizados durante la transmisión que van acorde al fútbol, como por ejemplo stickers de jugadores de fútbol. Caso contrario con el creador de contenido nacional, CarlosXArguello, que no brinda opciones diferentes a las ya existentes en la plataforma de Twitch, por eso se mantiene con emoticones relacionados al mundo deportivo, como balones de fútbol, medallas, trofeos y hasta banderas de países haciendo referencia a alguno de ellos.

3. Grupo Focal

Se obtuvo la respuesta de 12 participantes en el grupo focal, entre usuarios y streamers locales, acorde a interrogantes que van relacionadas con el tema de investigación y que pueden responder a los objetivos planteados. Se distribuyó al grupo focal en dos salas con seis participantes para poder tener respuestas concretas.

Llegada a Twitch

En la sala 1, las respuestas de los usuarios reflejan una conexión con otras plataformas de streaming, como Youtube y Facebook, que provocó su traslado a Twitch. Sobre todo los creadores de contenido, ellos conducen a su público a una plataforma nueva con diferentes elementos y mayor acogida en la actualidad. Por su parte, los usuarios de la sala 2 relacionan su llegada a la plataforma por la influencia que tiene con los videojuegos y las transmisiones sobre aquello, siendo el punto de partida para descubrir Twitch.

Además, cinco de los participantes afirman que su llegada a la plataforma es por medio de los streamers. Tal como lo manifiesta el "Participante # 2" (21 años, streamer) "yo conocí Twitch por los creadores de contenido, soy fan de TheGrefg. Él estuvo en Mixer y de ahí se cambió a Twitch, entonces, lo fui siguiendo". Son fieles seguidores del contenido generado

por los streamers de su agrado y por eso migran a un mundo completamente nuevo para ellos.

Diferencias de Twitch con otras plataformas

Una de las principales características resaltadas por el grupo focal fue la variedad de categorías que presenta una misma plataforma. Principalmente por tener categorías marcadas dentro de la plataforma como Just Chatting, Fornite, GTA o Warzone, que facilitan al usuario a unirse a la que sea de su agrado y así conocer streamers de los temas que más se sienten identificados. Los streamers de ambas salas consideran Twitch como una mejor plataforma para su contenido, así como el “Participante # 3” (27 años, streamer) indicó que “Twitch es mucho mejor para hacer stream gaming”, asimismo el “Participante # 5” (24 años, espectador) mencionó que “la interfaz es muy sencilla” haciendo referencia al uso de la plataforma. Por su parte, el “Participante # 4” (23 años, streamer) asegura que “es una plataforma más amigable y tiene muchas más herramientas”.

En otros casos, Twitch es una herramienta de entretenimiento propio, así como lo manifestó el “Participante # 6” (28 años, streamer), que genera contenido porque “lo entretiene y desestresa”. Además, cuatro de los consultados consideran los emotes creados por los streamers como un contenido diferenciador con respecto a las otras plataformas. Con respecto al tema, el “Participante # 8” (23 años, espectador) puntualizó que en “YouTube o en Facebook no tienes emotes personalizados para cada streamer. Ahora en Twitch tienes emotes para sus seguidores”.

Por su parte, los streamers consideran las opciones de chat de Twitch como una herramienta para aumentar la interacción con sus seguidores, como lo mencionó el “Participante # 3” (27 años, streamer) “lo más bacán son todas las herramientas que tienes con tu chat, es muy interactivo entre tu y tu comunidad, puedes hacer cosas por ellos”.

Comunidad en Twitch

Los usuarios del grupo focal consideran la plataforma de Twitch como un medio para categorizar grupos, que a la larga se transforman en comunidades virtuales. El interés provocado por un contenido que producen los streamers genera una conexión con el resto de personas que también están dentro de la transmisión. Incluso manifestaron que es importante la acogida que puede crear el streamer con su audiencia para hacerlos sentir cercanos a una comunidad que tiene en común gustos sobre determinados temas. Tal como lo manifiesta el “Participante # 7” (24 años, espectador), “sí compartes algo en común, más allá de si interactúas con ellos o no, sientes que estás compartiendo algo”.

Caso contrario a los participantes que son streamers, ellos tienen otra perspectiva del asunto. El “Participante # 2” (21 años, streamer) cree que un “streamer pequeño tiene mucho pero mucho contacto con su comunidad y es donde más comienza a llegar a las personas y esas personas son las que cuando tu te vuelves grande siguen ahí”. Además, las comunidades virtuales pueden demostrar una actitud reacia a nuevos integrantes, tal como lo menciona el “Participante # 8” (28 años, streamer) que existe “cierta toxicidad y no quieren a alguien nuevo en la comunidad”, poniendo limitantes a su círculo.

Interacción en el chat de Twitch

Para los usuarios de ambas salas del grupo, el chat de Twitch brinda más variedades que atraen y los mantiene activos durante la transmisión. Además, aprecian el vínculo que se concibe entre el streamer y su comunidad, ya que provoca un diálogo constante y son mencionados durante las transmisiones. Por su parte, los streamers del grupo focal mencionan que el chat de Twitch permite leer la mayoría de comentarios y de esa manera poder interactuar fluidamente con todos sus seguidores.

Sin embargo, el “Participante # 8” (28 años, streamer) afirma que hay mayor interacción en las pantallas chat de streamers con pocos seguidores, “el chat de Ibai no lo lees nunca,

¿por qué lo leerías? Va demasiado rápido. En los pequeños, el chat dice cosas y te da la potestad de poder leerlas”.

Performance del streamer

Los usuarios del grupo focal consideran que la personalidad del streamer acoge a la audiencia, siendo de los factores más importantes para incrementar y mantener sus seguidores. Así como lo manifiesta el “Participante # 10” (22 años, espectador), donde afirma que “lo que más disfruto es, tal cual, el streamer. Lo que yo más veo es a Auron e Ibai y ellos son tan grandes que no tienen que fingir nada”. De la misma forma, los streamers coincidieron que existen ciertos elementos performáticos por encima de otros. Tal como lo dice El “Participante # 9” (26 años, streamer), “me conecto con la personalidad, a mi el fondo no me importa”, siendo un aspecto que considera para sus transmisiones.

Discusión de resultados

En este apartado se tiene en consideración los objetivos de investigación y las posturas de autores mencionados en el marco conceptual para realizar la interpretación de los resultados con base en conocer cómo se desarrollan los procesos de comunicación entre streamers y sus seguidores al interior de la plataforma Twitch.

Partiendo desde el concepto de Castells (2001) sobre las comunidades digitales donde asegura que “las comunidades virtuales en Internet también son comunidades, es decir, generan sociabilidad, generan relaciones y redes de relaciones humanas” (Castells, 2001, p.8), se relaciona directamente al intercambio de información que se da en Twitch entre las diferentes comunidades formadas. En dicha plataforma de streaming se pudo evidenciar los grupos virtuales formados que interactúan constantemente durante las transmisiones. Los creadores de contenido son los guías y principales responsables de producir un tema que atrae a un determinado número de personas con los mismos intereses.

Además, las nuevas plataformas digitales “permiten el desarrollo de una serie de nuevas formas de relación social” (Castells, 2002, p. 13). Tal como lo dice el autor, se evidenció que Twitch es un medio que genera nuevas formas de interacción, en base al intercambio de información provocado por el streamer y sus usuarios. Existen diferentes formas de comunicarse en Twitch, por el chat, con emoticones o smojis que te conectan con un grupo determinado dentro del stream, así como comenta Johnson (2001) que “las comunidades virtuales son comunidades en red que vencen barreras temporales y geográficas. Las tecnologías de la red, especialmente Internet, permiten que estas comunidades virtuales existan” (p. 52), demostrando que no necesariamente se debe estar en un mismo espacio físico para poder compartir intereses.

Acorde a los elementos performáticos de los streamers que se tomaron en consideración, la personalidad es uno de los aspectos más importantes en el performance, abarca la forma en que se desenvuelve dentro de las transmisiones. Demuestra el carácter de cada uno de ellos y su forma de manejar la transmisión mientras dure. “En estos canales se practica un mutuo monitoreo constante, además de satisfacer los ávidos deseos de mostrarse para obtener repercusión, proporcionando la ilusión de compañía constante” (Sibilia, 2013, p.162). En efecto, el streamer debe tener una personalidad que muestre cercanía acompañada de un discurso que de apertura a su audiencia, pues se observó que los seguidores necesitan de una retroalimentación para sentirse en comunidad durante la transmisión, de esta forma también pueden construir relaciones no solo con el creador sino con el grupo al que pertenecen. A más de eso, el streamer depende de sus usuarios para seguir creciendo en la plataforma y generar nuevo contenido. En este sentido, los resultados obtenidos se relacionan con el estudio “El fenómeno de Twitch” por Curcio (2021), que afirma que la personalidad del streamer hace atractivo el contenido que puede ofrecer a sus seguidores y además se vuelve un factor diferenciador del resto de streams que ofrecen una temática similar.

Dentro de las plataformas de streaming, se evidenció que la manera de construir diálogo varía mucho dependiendo del creador de contenido en su objetivo de llegar a un público determinado. Así como lo manifiesta Garrán (2016) donde es necesario tener un vocabulario adecuado con la audiencia, para así “despertar el interés y la atención, mostrando credibilidad y buena voluntad” (p.61). En este caso, es esencial el lenguaje utilizado para generar empatía con la audiencia que a la larga escoge a quien seguir dentro de la plataforma.

Se observó que la pantalla chat es uno de los elementos más importantes para provocar y evidenciar la interacción creada entre el streamer y su audiencia en la plataforma de Twitch. Los usuarios se sienten parte importante de la transmisión al escuchar su nombre y saber que han leído su comentario, eso los mantiene con la expectativa de ser escuchados en algún momento y empezar un diálogo virtual con la respuesta del streamer. Así como lo manifestó Blakemore (2017), “a los seres humanos nos encanta relacionarnos, conectar o interactuar con otras personas, intercambiar pensamientos y sentimientos” (Blakemore, 2017, p.5). En el caso de los streamers, se apoyan en la pantalla de chat para darle lectura a mensajes que aporten el hilo de la transmisión y del tema. De la misma forma, Twitch facilita opciones a los streamers para generar interacción durante las transmisiones, como encuestas inmediatas donde solo se debe seleccionar una respuesta o también interrogantes que deben ser respondidas por los usuarios. Es decir, tener elementos para generar interacción vuelve este espacio más interesante en términos de participación con su comunidad.

Acorde a los resultados obtenidos, se puede comprobar que existen nuevos procesos de comunicación concebidos desde espacios virtuales como Twitch, pues el intercambio de información que se da dentro de la plataforma demuestra el vínculo entre los streamers y sus audiencias, ambos encontrando un lugar donde comparten intereses, gustos y preferencias que los vincula entre sí.

Conclusiones

Las relaciones entre los seres humanos se han trasladado a la parte digital, desarrollando una vida virtual en las personas. Las plataformas como Twitch, acogen diferentes vidas digitales que buscan intercambiar información y relacionarse dentro de un lugar donde consumen contenidos de su agrado para tener intereses común. Pese a que la vida digital existía desde hace algún tiempo, el confinamiento por la pandemia del Covid-19 aceleró la presencia de ella dentro de las plataformas streaming como Twitch. Por ello, queda en evidencia la presencia de una vida virtual dentro de la plataforma que se relaciona constantemente dentro de transmisiones en vivo.

El proceso investigativo demuestra que existen elementos claves para una interacción entre el streamer y los usuarios, que se traducen en la personalidad del creador de contenido y la variedad de herramientas en el chat para generar constante intercambio de información. La plataforma tiene su influencia para provocar esto, siendo el medio donde se evidencia dicha comunicación durante las transmisiones en vivo. Además, en Twitch las categorías direccionan de forma adecuada a los usuarios para escoger las transmisiones de su agrado y así poder compartir con una comunidad que tiene los mismos intereses sobre determinados temas.

Acorde a las comunidades virtuales, en el trabajo de campo se evidenció que existen grupos formados desde el interior de Twitch. Dentro de las transmisiones, existe un intercambio constante de información y de forma bidireccional, liderado por el streamer que termina siendo el guía para fomentar estas comunidades dentro de su propio stream, donde se comparten gustos, intereses y preferencias. Además, la comunidad de los dos streamers está marcada y segmentada en el plano deportivo, evidenciando como han crecido los grupos de usuarios que se interesan en el fútbol para consumir ese contenido en esta plataforma.

Dentro de los resultados, se pudo obtener que la personalidad de los streamers es de los elementos performáticos más importantes para generar ese vínculo con su audiencia. Ambos streamers, el nacional e internacional, se caracterizaban por ser carismáticos y dinámicos en la interacción, situación que se vio reflejada con las solicitudes de la audiencia que eran retroalimentadas por el streamer, generando una relación de pertenencia con ellos. La forma en que el streamer se muestra ante sus seguidores genera una atracción y conexión para seguir pendiente de su contenido, acorde a eso, las transmisiones fluyen sin problemas y se vuelve un lugar acogedor para ambos lados. Por ello, se afirma la importancia en el performance del streamer para atraer a su audiencia, que a la larga es la que hace creer al streamer dentro de la plataforma.

Por otro lado, un aspecto novedoso durante la transmisión, es como los streamers analizados tratan de incluir a todos dentro de sus transmisiones. Al ser temas deportivos los que tratan ambos streamers, especialmente de fútbol, predomina el género masculino dentro de la audiencia. Sin embargo, existen mujeres que están presentes y también buscan dar sus puntos de vista en la transmisión. Ambos streamers buscan brindar el mismo trato a hombres y mujeres, no obstante, cuando leen algún comentario femenino buscan darle más espacio porque es poco habitual verlo. Demuestran un performance acogedor hacia la minoría en sus transmisiones, para así poder mantenerlos como fieles seguidores.

Por su parte, las diferentes herramientas de interacción que te permite la plataforma, tales como encuestas en vivo, consultas para seleccionar una respuesta, stickers, emoticones personalizados y donaciones, la vuelven llamativo por encima de otras plataformas. Los resultados arrojan que es un punto clave para streamers y usuarios a decidirse por Twitch que es una plataforma que lleva poco tiempo dentro del mundo digital.

Se concluye que la plataforma de Twitch genera nuevas formas de interacción y comunidades en su interior. Es un hecho que los procesos de comunicación que se observan se traducen en intercambio constante de información, donde la comunidad virtual construye relaciones desde lo que se genera como contenido a partir de una transmisión en vivo.

Recomendaciones

Para futuras investigaciones relacionadas al tema estudiado, sería interesante indagar como en el ámbito deportivo visualizan un futuro en la plataforma por encima de medios tradicionales que pierden vigencia con el pasar de los años. Conocer la perspectiva de los involucrados al poner a plataformas de streaming por encima de medios como radio, televisión o medios escritos para llegar a determinadas comunidades.

Por otro lado, se podría realizar una investigación de corte cuantitativo, que genere datos concretos del modelo de negocio que se ha evidenciado en Twitch, donde se ha observado diferentes marcas que tratan de interactuar con la audiencia. Esto aportaría a un análisis de mercado desde el área de marketing, donde se pueda obtener información relevante para las marcas y los diferentes públicos que se encuentran en las transmisiones en vivo.

Referencias Bibliográficas:

Area Manuel, P. T. (2012). Las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web. <https://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=38-2012-03>

Ardevol, E., Bertrán, M., Callén, B. y Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. Athenea Digital, (3), 72-92.
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/5278/Noboa_Herrera_Verónica_Fernanda.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ávila, S. (2017). Registro y difusión del performance artístico en la era digital.
http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2477-91992017000200099

Carballo, M. (2016). Algunas consideraciones acerca de las variables en las investigaciones que se desarrollan en educación.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000100021

Castañón, N. (2021). Twitch es la nueva televisión: por qué todos quieren ser 'streamers'.
https://www.elespanol.com/omicron/software/20210106/twitch-nueva-television-quieren-streamers/548696081_0.html

Castells, M. (1990). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red. (Vol. Vol. I). <http://www.economia.unam.mx/lecturas/inae3/castellsm.pdf>

Cobo, L. (2008). El impacto de la tecnología digital en la industria
http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S0797-36912016000100003&script=sci_arttext#Cobo

Crespo, C. (2019). La transformación de los videojuegos como nueva industria del entretenimiento. <https://core.ac.uk/reader/289986390>

Curcio, V. (2021). El fenómeno de Twitch, crecimiento y tendencias en la nueva era digital. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/52982_210840.pdf

El Diario de la Educación. (2021). Las plataformas de streaming representan ya una cuarta parte del mercado televisivo. <https://eldiariodelaeducacion.com/educacion-en-redes-y-tecnologia/2021/04/11/las-plataformas-de-streaming-representan-ya-una-cuarta-parte-del-mercado-televisivo/>

Flores, J. (2020). La sociedad y la comunicación desde la perspectiva de Manuel Castells de sociedad red. <https://pdfs.semanticscholar.org/2d53/586bffccd375301ab4cedef8e8a19d1a75d4.pdf>

González, L. (2013). Focus Group, método de investigación cualitativa. <https://www.bibliopos.es/focus-group-metodo-de-investigacion-cualitativa/>

Hernández, P. (2008). Métodos cualitativos para estudiar a los usuarios de la información. <https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/384/8/978-607-02-0768-6.pdf>

Hipertextual. (2020). Las consecuencias de estar todos en casa: Twitch y el streaming batieron récords durante el confinamiento. <https://hipertextual.com/2020/05/twitch-streaming-videojuegos-coronavirus>

Hosteltur. (2020). La pandemia dispara el interés por las Plataformas Digitales y Marketplace un 500%. https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/024269_la-pandemia-dispara-el-interes-por-las-plataformas-digitales-y-marketplace-un-500.html

López, P. (2004). Población muestra y muestreo. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012

Marketing Digital (2021). Los canales activos de Twitch se dispararon un 135% con la pandemia. <https://dirconfidencial.com/marketing-digital/los-canales-activos-de-twitch-se-dispararon-un-135-con-la-pandemia-20210304-0400/>

Ortiz, P. (2015). La interactividad de las redes sociales en el video online. <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/2988/T.G.%20Cristian%20Fdo%20Rosero.pdf?sequence=1>

Romero, A. (2016). Las plataformas de contenido y su repercusión en la audiencia digital: los casos de YouTube y Twitch. <https://core.ac.uk/download/pdf/225143799.pdf>

Ruíz, J. (2019). Millennials y redes sociales: estrategias para una comunicación de marca efectiva. <http://193.147.134.18/bitstream/11000/5191/1/196-867-1-PB.pdf>

Social Media. (2016). La tendencia imparable del Live Streaming. <https://hmg.eu/live-streaming/>

Valderrama, M. (2016). El devenir de la identidad digital: del yo proteico al yo identificado. <https://www.redalyc.org/journal/4990/499054323005/>

Villanueva, E. (2016). La tecnología en el centro de lo cotidiano. <https://www.fondoeditorial.pucp.edu.pe/cine-y-comunicacion/399-vida-digital.html>

Villanueva, E. (2010). Vida digital: la tecnología en el centro de lo cotidiano.

<https://www.fondoeditorial.pucp.edu.pe/cine-y-comunicacion/399-vida-digital.html>