



Universidad  
Casa Grande



FACULTAD DE COMUNICACIÓN  
**MÓNICA HERRERA**  
UNIVERSIDAD CASA GRANDE

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

# **STREAMERS: NUEVAS FORMAS DE INTERACCIÓN EN LA PLATAFORMA TWITCH – CATEGORÍA JUST CHATTING CONTENIDO VIDEOJUEGOS.**

Elaborado por:

**CÉSAR JOSUÉ MOREIRA RUBIO**

## **GRADO**

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Comunicación Social, con mención en Comunicación Organizacional y  
Relaciones Públicas

Guayaquil – Ecuador

Noviembre de 2021



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

# **STREAMERS: NUEVAS FORMAS DE INTERACCIÓN EN LA PLATAFORMA TWITCH – CATEGORÍA JUST CHATTING CONTENIDO VIDEOJUEGOS.**

Elaborado por:

**CÉSAR JOSUÉ MOREIRA RUBIO**

## **GRADO**

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

**Licenciado en Comunicación Social, con mención en Comunicación Organizacional y  
Relaciones Públicas**

**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 Videojuegos en la plataforma Twitch entre los streamers y su audiencia y como el performance contribuye en este proceso**. El enfoque del Proyecto es **cuantitativo**. Las técnicas de investigación que usaron para recoger la investigación fueron **observación y grupos focales**.

## **Resumen**

Modernas formas de interacción han cobrado popularidad gracias al acelerado desarrollo tecnológico que trajo consigo la nueva era digital en pandemia, por ende, industrias de entretenimiento han tenido que ajustarse a las nuevas necesidades de las recientes generaciones que exigen otras formas de comunicación. Esta investigación tiene como objetivo general, explorar cómo se desarrollan las interacciones entre los streamers y sus comunidades al interior de la plataforma Twitch. El enfoque es cualitativo, con método de Etnografía digital y aplicando las técnicas de observación y grupo focal a usuarios de Twitch y a dos streamers, uno nacional y otro internacional. Los resultados indicaron que la interacción, personalización y nociones de identidad son factores que promueven el uso de la plataforma. Se concluyó que el performance manejado por los streamers junto a la interacción es determinante en la conformación de comunidades virtuales.

### **Palabras claves:**

Twitch, performance, interacción, plataformas streaming, comunidades virtuales, streamer.

## **Abstract**

Modern ways of interaction have been taking popularity thanks to the advanced technological progress that came along in the new digital with the pandemic going on. Therefore, the entertainment industry had to adjust to the new necessities of the recent generations, that claim other ways of communication. This research had as objectives, analyze the type of interaction between streamers and users from Twitch, streaming platform, identified the present performatic elements in the transmission and know the perceptions that the people from the study have about it. A qualitative methodological approach was used, with two techniques: observation cards and focus group applied to Twitch users and to two streamers, one national and one international. The results indicated that interaction, personalization, and feelings of identity are factors that promote the use of the platform. It was concluded that the performance managed by the streamers together with the interaction is decisive in the formation of virtual communities.

### **Key words:**

Twitch, performance, interaction, streaming platforms, virtual communities, streamer.

## Tabla de contenidos

1.	Introducción	6
2.	Planteamiento del problema	7
3.	Justificación del problema	8
4.	Antecedentes	9
4.1.	Vida digital en pandemia	9
4.2.	Industrias culturales: entretenimiento streaming	11
4.3.	Plataformas streaming	12
4.4.	Twitch	13
4.5.	Nuevas formas de interacción	13
4.6.	¿Quiénes son los streamers?	14
4.7.	¿Cuáles son las categorías en Twitch?	16
5.	Marco teórico	17
5.1.	Sociedad Red	17
5.2.	Vida digital	18
5.3.	Identidad virtual	19
5.4.	Perfomance	20
5.5.	Comunidades virtuales	21
5.6.	Interacción streaming	22
5.7.	Estado del arte	23
5.8.	Preguntas de investigación	25
5.9.	Objetivos	25
5.9.1.	Objetivo general	25
5.9.2.	Objetivos específicos	25
5.10.	Metodología	25
5.10.1.	Enfoque metodológico	25
5.10.2.	Método de etnografía digital	26
5.10.3.	Tipos de investigación	26
5.10.4.	Categorías de análisis y definición de términos operativos	27
5.10.5.	Unidad de Análisis	28
5.10.6.	Cuadro de streamers	29
5.10.7.	Transmisiones de los streamers	29
5.10.8.	Muestra	29
5.10.9.	Técnicas y herramientas de investigación	30
5.10.10.	Consideraciones éticas	33
	Bibliografía	54

### ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.-</b> Definición de categorías.....	28
<b>Tabla 2.-</b> Perfil de los streamers seleccionados .....	29
<b>Tabla 3.-</b> Diario de campo.....	30
<b>Tabla 4.-</b> Cronograma de recolección de datos .....	32

### ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.-</b> Uso de las redes sociales alrededor del mundo. <b>Fuente.</b> We are social, 2021. ....	10
<b>Figura 2.-</b> Evolución del uso diario en Internet. <b>Fuente.</b> We are social, 2021.....	10
<b>Figura 3.-</b> Contenidos top en Twitch. <b>Fuente:</b> eSports, 2019.....	16
<b>Figura 4.-</b> Contenido más visto en Twitch. <b>Fuente.-</b> SullyGnome. ....	17

### ÍNDICE DE IMÁGENES

<b>Imagen 1.-</b> Pantalla con alerta de donación, streamer nacional, Arianna Macías. ....	35
<b>Imagen 2.-</b> Pantalla con línea gráfica de streamer internacional, Flexz. ....	36

## 1. Introducción

Conforme la sociedad de la información ha ido evolucionando, las formas de consumir los contenidos también se han modificado y para entenderlo, se hace necesario tomar en cuenta, situaciones del contexto cultural y de las dinámicas sociales, como los nuevos procesos de comunicación, caracterizados por su inmediatez y altos requerimientos por parte del público juvenil, sobre todo por las generaciones Millennials y Zillennials (Juárez, 2020). El nuevo panorama de interacción digital está casi dominado por influencers que trabajan desde las redes sociales, esto evidencia un cambio de lo que hasta hace unos años se conocía como líderes de opinión, es decir, quienes ejercían fuerte influencia en medios de comunicación tradicionales, como televisión, radio, prensa escrita, etc.

En ese sentido, la convergencia de medios, observa el despunte de plataformas digitales streaming que han permitido nuevas formas de interacción con sus herramientas, ocasionando también que las marcas apunten a aplicar otras maneras de hacer marketing, lo que además de repercutir en el ámbito comercial, evidencia que existen transformaciones culturales, por ejemplo la manera de llevar las relaciones interpersonales (Iñesta & Sixto, 2020).

La ecología de los medios de comunicación, resulta importante para esta investigación debido a que se consideran las innovaciones tecnológicas, culturales y cognitivas por las que se ha atravesado recientemente, específicamente desde el 2020, año en el que inició la pandemia originada por el Sars CoV 2. Ante aquel panorama, los procesos de comunicación habituales tomaron giros radicales en cuanto a las formas de generar, consumir e interactuar con los contenidos, por lo que la labor de muchos usuarios de diversas plataformas recibió mayor acogida, en especial, quienes se apegaban a formatos audiovisuales de transmisión en vivo, que son posibles gracias al desarrollo tecnológico y al internet (Velásquez, Maldonado, Beltrán, Renó, & Ortiz, 2018).

Dicho lo anterior, acerca del uso más frecuente de plataformas digitales que ofrecen nuevas maneras de intercambio se encuentra Twitch, considerada la más representativa en este aspecto, pues el hecho de que permita la transmisión en vivo de contenidos, parece ser lo que muchos jóvenes y adolescentes anhelaban para socializar de forma más cercanas y así crear vínculos entre ellos. Esto, indudablemente marca un antes y un después en la industria del entretenimiento, ya que las ventajas que brinda Twitch como escenario virtual, por ejemplo, fueron explotadas a raíz del confinamiento obligatorio que se realizó a nivel mundial (Gutiérrez & Cuartero, 2020).

Gran variedad de marcas han decidido tener presencia en esta plataforma que permite la transmisión de contenidos en tiempo real, por lo que aquella característica junto a la labor que



realizan los streamers o creadores de contenidos resultan determinantes para el éxito de esta nueva forma de consumir y producir temáticas de entretenimiento. Considerando lo anterior, surgen interrogantes en relación a: ¿En qué medida los nuevos procesos de comunicación permiten la existencia de intercambio simbólico al interior de la plataforma de streaming Twitch? ¿Cómo esta plataforma virtual contribuye en la generación de contenido a partir de la interacción entre streamers y seguidores?, a más de eso, ¿es posible que estos diálogos conciban comunidades online mientras se dan transmisiones en vivo en Twitch? Y por último, ¿es posible que las dinámicas de interacción admitan sentidos de pertenencia entre usuarios y seguidores en espacios como Twitch?

En torno a este tema existen pocos estudios por lo que se considera importante aportar en esta área de la comunicación, su evolución a la par del desarrollo tecnológico con las nuevas formas de interacción entre usuarios y contenidos, así como para la elaboración de futuros estudios de mercados y conocer cómo son los nuevos consumidores. Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, de tipo exploratorio y descriptivo visual, que permite interpretar los datos recolectados mediante el método de etnografía digital, con técnicas como la observación y el grupo focal, tomando como unidades de análisis a dos streamers, uno nacional y otro internacional, y que comparten sus experiencias acerca de la generación de contenidos sobre videojuegos en la categoría “Just Chatting”.

## **2. Planteamiento del problema**

Una de las más grandes transformaciones que ha tenido la sociedad de la información ha sido el reemplazo de la televisión hacia nuevas maneras de consumir contenidos, teniendo ahora la oportunidad de elegir qué ver y hacerlo cuando mejor lo considere el usuario, por ende, uno de los cuestionamientos en la investigación consiste en descubrir cómo los nuevos procesos de comunicación permiten la existencia de intercambio simbólico al interior de la plataforma de streaming Twitch. Asimismo, en el proceso de elaborar contenidos, cómo se mantienen diálogos que generan la creación de grupos de individuos que podrían considerarse comunidades virtuales por lo que se convierte en un tema de interés a nivel de comunicación, y hace pertinente que se indague sobre el contexto de esta plataforma y de quienes intervienen en ella, determinando así, el porqué de la interacción y cómo se desarrollan las dinámicas de intercambio en estas aparentes comunidades que comparten vínculos (Rivera & Miño, 2018).

Conforme las sociedades se modernizan, se pierde el entendimiento de las nuevas necesidades y el funcionamiento de roles en torno al consumo de información, lo que se considera un problema ya que tener respuestas a dichas interrogantes, sirve para conocer cómo se desarrollan los

sistemas comunicativos para la elaboración de contenidos acordes a lo que las actuales audiencias solicitan y también para identificar los efectos que la audiencia tendrá, a partir de la recepción de lo transmitido. Por lo tanto, se requiere conocer cómo la plataforma streaming Twitch, contribuye en la generación de contenido a partir de la interacción entre streamers y seguidores, ya que la combinación de roles, como ser consumidor y creador a la vez, genera que se adquieran nuevos parámetros de análisis, entre ellos, el caracterizar a sus usuarios y entender qué les gusta producir y por qué les gusta consumir contenidos específicos en determinados formatos, como lo es el audiovisual en tiempo real y la categoría “Just Chatting Contenido Videojuegos”.

### **3. Justificación del problema**

La importancia de este estudio radica en la escasa cantidad de investigaciones en torno a las recientes transformaciones en la forma de consumir e interactuar con los contenidos que se generan en plataformas digitales, específicamente de transmisión en vivo, como es el caso de Twitch (Juárez, 2020). Estos cambios que se evidenciaron a raíz del confinamiento provocado por la pandemia del Covid 19, no han sido estudiados a profundidad, y como evidencia, no se encuentran suficientes artículos ni libros que indaguen ni analicen estos temas. En efecto, esto se convierte en una problemática a investigar, debido a que muchos de los procesos comunicativos, con fines comerciales o no, se basan en las preferencias de los usuarios al momento de elegir qué ver y a través de cuál plataforma hacerlo.

La interacción es la clave del éxito que Twitch ha conseguido, por lo que se hace indispensable profundizar en otros elementos, como los roles que ejercen quienes están haciendo uso de esta plataforma. Para la presente investigación, es de interés analizar las funciones de los streamers o creadores de contenido, pues a través de sus experiencias, podrán demostrar el por qué la interacción se ha convertido para la audiencia juvenil en un factor elemental al momento de querer obtener información y contenidos entretenidos, ya que no solo actúan como consumidores, sino que se registra retroalimentación y además un sentido de pertenencia y compromiso al ser parte de una comunidad virtual.

Entender cómo funcionan actualmente los procesos de consumo de información, representa para los estudiosos y profesionales de la Comunicación, una de las prioridades, debido a la velocidad, a los cambios tan drásticos que se presentan y que inevitablemente forman parte de la sociedad, sus formas de comportarse y de exteriorizar sus necesidades. Aunque desde siempre, la creación de contenido ha sido una forma de trabajo, sobre todo en el campo periodístico, lo que en la actualidad ha marcado la diferencia, son las formas tan distintas con las que se trabaja, siendo el internet la herramienta que ha permitido dicha transformación. Twitch es

una de las plataformas que permite a sus usuarios compartir con mayor interacción aquellos contenidos que se crean para satisfacer esas necesidades en específico (Casells, 2021).

Es importante conocer cómo ha sido el proceso de cambios en la industria audiovisual y del entretenimiento, debido a que esto a la vez, es un indicador de cómo se comercializa la información en internet, los dispositivos que sirven de vehículos para ese fin, sus especificaciones, etc., pues es parte de la vida cotidiana de las diferentes sociedades, sobre todo en la población juvenil, quienes ya consumen información desde una forma totalmente distinta de “ver televisión”. Las características de quienes consumen contenidos vía streaming deben ser estudiadas para entender las diferencias con otro tipo de usuarios, y las nuevas formas de socialización que existen dentro del proceso de generación y asimilación de información.

#### **4. Antecedentes**

En el presente estudio, los antecedentes determinan un breve recorrido del contexto de la investigación, relacionados con la evidente vida digital, el desarrollo tecnológico, los cambios en el mercado, los nuevos productos de las industrias culturales, los nuevos medios, los actuales modelos de negocios y las nuevas formas de interacción concebidas en la plataforma Twitch. Estos temas permiten indagar acerca del surgimiento del tema principal.

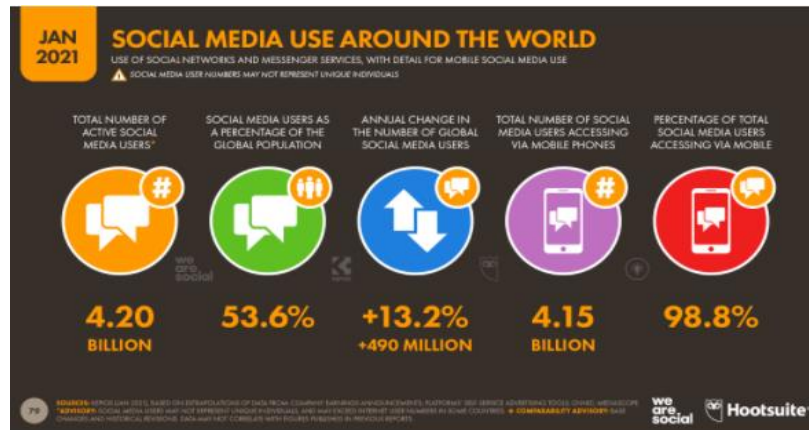
##### **4.1. Vida digital en pandemia**

La pandemia ocasionada por el Covid-19, ya afianzada desde marzo de 2020, originó que las TIC, Tecnologías de la Información y Comunicación, se transformen a tal punto que en el ámbito académico han empezado a cuestionarse sus causas y sobre todo, su funcionamiento actual. En concreto, las modernas plataformas digitales han permitido imponerse ante los impedimentos que el aislamiento mundial provocó para contrarrestar la transmisión del virus.

A pesar de la pausa que se realizó en distintos aspectos cotidianos del ser humano, estas se aplicaron desde un enfoque de movilización física como la restricción de laborar, por ejemplo, de manera presencial, sin embargo, las redes sociales y otras plataformas lograron satisfacer los requerimientos básicos como en el estudio, trabajo, compras, así como la necesidad de comunicarse y entretenerse, esto provocó un incremento exponencial de las mismas gracias a la aceptación de la audiencia. Aquello además es un reflejo del acceso en aumento de la tecnología y el internet en América Latina a pesar de que aún existen zonas en las que las brechas digitales continúan muy marcadas.

De acuerdo al informe presentado en Digital 2021, elaborado por la Agencia especializada en Social Hootsuite, We Are Social, líder a nivel mundial en gestión de redes sociales, las cifras referentes a las redes sociales y tendencias digitales son las siguientes:

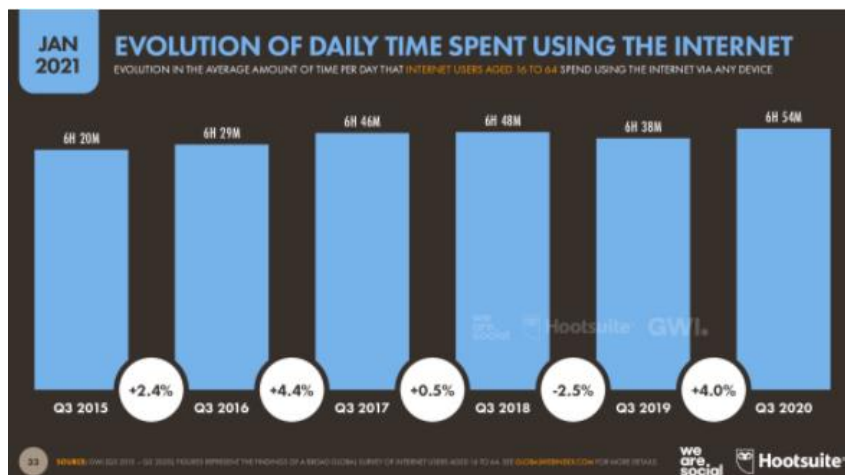
En el año 2020, 1,3 millones de personas se convirtieron en nuevos usuarios de las redes sociales por día, es decir, alrededor de 15 nuevos usuarios por segundo. Por lo tanto, se mostró también un incremento considerable de usuarios en Internet y de las redes sociales en dicho año.



**Figura 1.-** Uso de las redes sociales alrededor del mundo. **Fuente.** We are social, 2021.

Asimismo, el tiempo promedio que una persona le dedica a navegar en internet ha incrementado, ahora le destina aproximadamente 7 horas diarias desde distintos dispositivos, lo que se traduce también en que un usuario le dedica más de dos días enteros a estar en línea, de una semana que comprende 7 días y al pasar cada año, se estima que esto aumenta cerca de 16 minutos, es decir, un 4%.

En el informe de Digital 2021 se evidencia que en enero de 2021 se pronosticó 4.660 millones de personas a nivel mundial haciendo uso de Internet, que confirma un incremento de 316 millones de usuarios, en comparación al año 2020, cerca del mismo periodo (Álvarez, 2021).



**Figura 2.-** Evolución del uso diario en Internet. **Fuente.** We are social, 2021.

Hoy más que nunca el aislamiento social adoptado como medida sanitaria ante la pandemia de covid-19 otorga un mayor peso a la mediación simbólica de los medios de comunicación. Particularmente en una era dominada por la digitalización y las plataformas de interacción social que han multiplicado exponencialmente la esfera pública (Lago & Rivoir, 2021).

Todo el proceso que conlleva estos nuevos formatos de comunicación y entretenimiento, desde la producción, el consumo y la distribución de los contenidos mediante plataformas digitales, actualmente ya se encuentran inmersas en la cotidianeidad de los individuos, aunque en muchas ocasiones, sin estar conscientes de aquellas innovaciones. Antes de la llegada del internet y del crecimiento tan acelerado de las redes sociales, los seres humanos, aunque acostumbrados a vivir en una sociedad en primera persona, también estaban alineados y representados por los medios de comunicación tradicionales.

Mientras que, tradicionalmente se valoraba el rol del consumidor como procesador de los contenidos que receptaba, ahora con la digitalización se cuenta con más herramientas tecnológicas al acceso de casi todos, pero no solo eso sino que ya se cuenta con una organización conversacional en la que se puede participar con más facilidad. El término para estas recientes circunstancias de interactividad en el ámbito digital, es el de “prosumidores” es decir, quienes son consumidores y a la vez productores de contenidos (Juárez Gámiz, 2020).

La interacción que se evidencia en la plataforma digital Twitch, permite que se considere a sus usuarios como prosumidores, puesto que, en este contexto moderno, los usuarios no cumplen con un solo rol, sino que son consumidores y productores a la vez, es decir, se trataría de una de las características de quienes interactúan en aquella plataforma de transmisión streaming.

#### **4.2. Industrias culturales: entretenimiento streaming**

Las industrias culturales abarcan sectores en donde la creatividad juega un rol determinante, debido a que sus principales labores son crear, producir y distribuir servicios y productos culturales, siendo un importante sector que aporta al desarrollo económico de un país (Chavarri & Sandoval, 2021).

Tras la aparición de las plataformas de streaming, la industria del entretenimiento ha tenido que reinventarse completamente para que esto no represente pérdidas tan representativas. En la actualidad, la transmisión vía streaming consiste en la primordial fuente de ingresos en cuanto a diversión y pasatiempo se refiere, por lo que las empresas de marketing las han tomado en cuenta para desarrollar en aquellas comunidades online, sus estrategias. Además, este tipo de marketing, enfocado en los contenidos ha gozado de gran aceptación debido a que no

es intrusivo y brinda novedosas experiencias, así como mejores relaciones comunicativas con los clientes.

Ahora el consumidor posee un rol activo en cuanto a consumo se refiere, y quienes gozan más de estos beneficios son los jóvenes pertenecientes a la generación Millennials y generación Z, por lo que con mayor frecuencia, las empresas entienden la relevancia de conocer las características de los actuales consumidores o prosumidores, por lo que diseñan tácticas destinadas a ser merecedores de su confianza, llegando a crear algo similar a una amistad. Es por eso, que trabajan en la adaptación a los cambios y se esfuerzan por personalizar contenidos e interactuar con sus clientes (Castro González, 2020).

Los usuarios que se encuentran en la plataforma Twitch poseen características distintas en comparación a quienes consumían información desde otros medios, como los tradicionales, es por ello que se hace necesario analizar estos públicos modernos, segmentados en generaciones ya que facilita la tarea, al tener cualidades más puntuales que permitan comprobar aquellas diferencias que influyen en la elección de contenidos y formatos.

### **4.3. Plataformas streaming**

Es un tipo de tecnología que consiste en la transmisión directa, mediante redes de medios continuos, sobre todo en formatos audiovisuales. Debido a que la información no se encuentra en un disco local, sino que se la difunde por medio de la red, los usuarios pueden disfrutar de los contenidos en tiempo real (Almeida Guerrero, 2019).

Existen dos tipos de streaming, el que es en vivo, es decir, la información está siendo transmitida en el mismo momento en el que todo está sucediendo, se podrían mencionar como ejemplos, los conciertos, las clases escolares o reportajes de acontecimientos inmediatos. Y por otro lado, se encuentra el streaming bajo demanda, en el cual la transmisión será reproducida en el momento en el que el usuario decida o lo considere pertinente.

Las plataformas de streaming han ganado espacio con lo vivido durante la pandemia, de acuerdo a la investigación realizada por la escuela de negocios OBS Business School. En dicho estudio se indica que entre las plataformas audiovisuales más consumidas se encuentra Netflix, Amazon Prime Video y HBO que actualmente son dueñas de por lo menos el 25% del mercado televisivo a nivel mundial y cuenta con 900 millones de personas suscritas (El Universo, 2021). En cuanto al tema de interacción y entretenimiento, sobre todo en contenido de videojuegos, Twitch es la plataforma streaming más representativa debido al nivel de aceptación que ha logrado.

#### **4.4. Twitch**

El surgimiento de Twitch data en el año 2007 y fue creada por Justin Kan y Emmet Shear, quienes inicialmente le dieron el nombre de Justin.tv. Se trata de una plataforma con formato streaming, es decir, que transmite contenidos audiovisuales en tiempo real a pesar de que otros tipos de contenidos presentaron una considerable acogida, fue la categoría del videojuego la que demostró un incremento rotundo, por lo que en el año 2011 la plataforma Justin.tv se actualizó a Twitch.tv, presentando una ramificación netamente delimitada a los videojuegos como deporte (El Universo, 2020).

Ahora Twitch es propiedad de Amazon, y es considerada la plataforma de e-sports mejor posicionada, siendo YouTube su competidor directo. Su valor agregado o gran diferenciador son las transmisiones en vivo, debido a que garantiza la interacción, el dinamismo y la formación de fuertes comunidades que presentan intereses y gustos en común.

De acuerdo a las cifras oficiales, publicadas en la investigación “Análisis de sentimiento en tiempo real de mensajes de Twitch con algoritmos de clasificación” de la autoría de Sáenz (2020) el crecimiento de Twitch fue de contar con 300 mil transmisores únicos en el 2012 a poseer 3.4 millones, es decir, que ahora los streamers deben trabajar con mayor dedicación ante la creciente competencia y, por ende, mayor oferta de contenidos. Considerando aquello, surgen interrogantes acerca de cómo logran los streamers brindar a sus seguidores contenidos atrayentes, por lo que se deberían analizar varios detalles como las herramientas que ofrece el canal.

Lo que un experto en gestionar contenidos indicaría, es que resulta muy beneficioso contar con instrumentos que hagan más fácil la misión de complacer a los usuarios y llevar un seguimiento breve de los sentimientos que se reflejan en tiempo real. Twitch sí otorga diversas ampliaciones sobre las funciones de la plataforma, como los paneles o las impresiones interactivas, sin embargo, aún no son suficientes ni completas al momento de proporcionar datos respecto a los sentimientos de los espectadores, e incluso el sistema básico que posee Twitch se encuentra solo en inglés (Sáenz Rubia, 2020).

#### **4.5. Nuevas formas de interacción**

Las TIC forman parte del día a día de millones de personas alrededor del mundo, que contiene elementos como la hiperconexión sin interrupciones, permitiendo que las personas tengan a su alcance maneras muy sencillas para comunicarse, formas que antes no existían y que en la actualidad son muy naturales.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ofrecen abundantes oportunidades a las personas, que pueden ser aprovechadas desde distintos niveles y ritmos, acordes al nivel de acceso a internet que las distintas sociedades poseen, y además de eso, también dependerá de las características y destrezas de competencias tecnológicas y comunicativas que los individuos tengan (Medina, 2018).

Hay que resaltar que, en las sociedades modernas, el uso de las TIC en las formas de relacionarse entre todos, está tan arraigo que no se visualiza ya continuidad entre los procesos online y offline. Los espacios sociales, se encuentran marcados por las tecnologías digitales, en tantos aspectos, como los culturales, de ocio, entretenimiento, procesos productivos, económicos, políticos, educativos, de consumo, etc (Cáceres Zapatero, Brändle Señán, & Ruiz San Román, 2017).

La llegada de la plataforma Twitch, producto del desarrollo de la tecnología, ha permitido que surjan nuevas formas de interacción, debido a que abarca la transmisión de contenidos variados en vivo y en tiempo real, permitiendo el intercambio de información y estableciendo nuevos sentidos al momento de crear relaciones, incluso el sentido de comunidad, por lo que quienes participan en esta plataforma, tanto streamers como seguidores, forman lo que se conoce como comunidad online.

#### **4.6. ¿Quiénes son los streamers?**

Ante la aparición de los eSports, en español, deportes electrónicos, han aumentado los medios digitales y electrónicos para transmitir dichos contenidos, por lo que gracias a la cantidad de actividades que se generan en la industria tecnológica, a la par incrementan las oportunidades de que se generen negocios a partir de ello. Aquí entran los “streamers”, cuyo trabajo es difundir sus formas de jugar, o también transmiten contenido diverso, como lo que hacen en su vida cotidiana o también otras temáticas, como arte, cocina, deportes, videojuegos, etc (Zhou Chan, 2021).

El término “gamers” y su significado más básico hace referencia a quienes ocupan su tiempo en videojuegos. Dicho término es un antecedente de lo que, desde la aparición de Twitch, ahora es conocido con la palabra “streamer”, que se deriva del término inglés “streaming”, la misma que le aplica a quienes transmiten contenidos en vivo de videojuegos en la plataforma mencionada, por lo que se aclara que quienes se dedican a transmitir en tiempo real sus partidas, son denominados streamers y así se les hará referencia a lo largo del documento.

Estos modernos roles, se desenvuelven en comunidades online, por lo que no funcionan de manera individual, sino que requieren de estar en conjunto y tener conexión a internet. La



modalidad consiste en grabarse mientras juegan, razón por la que de llamarse primero gamers, ahora se les conoce como streamers.

Los inicios de los streamers provienen de la plataforma YouTube bajo el nombre de gamers, pero luego migraron a Twitch, que actualmente constituye el escenario virtual de streamers más reconocida y con mayor acogida. Para encontrar el contenido de un streamer en específico, se ingresa a la plataforma, se escribe su nombre y ya se podrá visualizar en vivo, así como también está la opción de "streams destacados". En un artículo, del periódico digital INFOBAE, se señala que: "una diferencia sustancial con YouTube: no se pueden subir videos editados, sino que todo se trata de transmitir tal cual sucede, de hacer "en vivos" (Sánchez Mariño, 2019).

Las tareas de un streamer consisten en grabarse y transmitir en vivo acerca del contenido que genere cada uno. Para la presente investigación, se tomará en cuenta las actividades de streamers, desde la categoría Just Chatting Contenido Videojuegos, espacio destinado básicamente para hablar y charlar de asuntos varios o de temas específicos que diferencien unos streamers de otros.

Un tema que causa dudas, es acerca de si la labor de los streamers debe ser considerada un trabajo o no, ante esto lo que se sabe es que les dedican muchas horas al día a estar frente a un computador, llegando la cifra a 40 horas semanales aproximadamente, lo mismo que la mayoría de trabajos formales requieren.

Por lo tanto, es importante destacar que para alcanzar un nivel elevado de destreza en los videojuegos y en diversos contenidos en general, se requiere de dedicarle suficiente tiempo, así como los grados de dificultad que los distintos juegos poseen. Sumado a eso, los streamers deben ser constantes y disciplinados ya que no pueden ausentarse ni un día de la plataforma y de transmitir contenidos porque las pérdidas de suscriptores que se han registrado en Twitch han sido masivos (Cerón Hernández & Rodríguez Barrientos, 2020).

#### 4.7. ¿Cuáles son las categorías en Twitch?

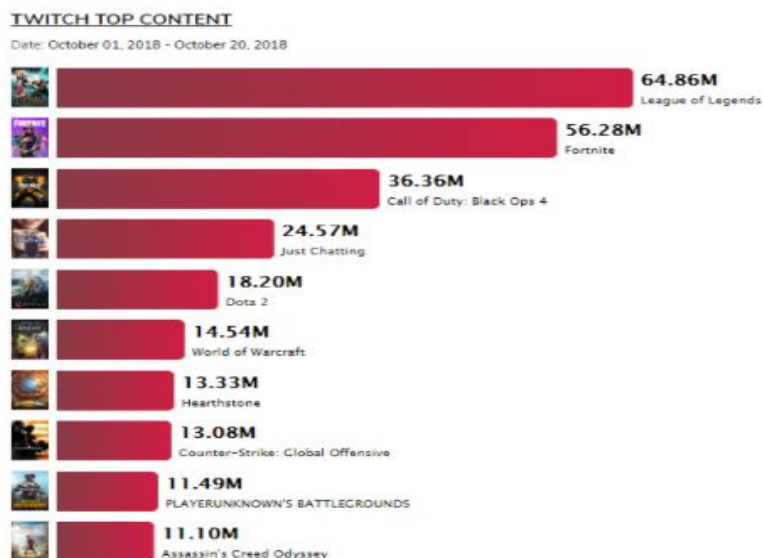


Figura 3.- Contenidos top en Twitch. Fuente: eSports, 2019.

Aunque el éxito de Twitch haya comenzado con los contenidos de videojuegos, desde esa época también ofrecía más alternativas, aunque siempre de manera secundaria, sin mayor éxito.

Sin embargo, de acuerdo al sitio web, E Sports, aquella categoría que antes era llamada In Real Life (IRL) y que incluía contenidos variados, como gastronomía, arte, vida fitness, etc. Fue remodelada por Twitch para separar dichos segmentos. Ahora con el nombre de “Just Chatting” ha incrementado su popularidad, contando con 24.5 millones de horas vistas, un poco menos de la mitad del total de horas que tiene Fortnite (eSports, 2019).

Esta categoría consiste en tiempos en los que los usuarios se dan para chatear y conversar. Es necesario recalcar que quienes participan en estas tertulias son consumidores y creadores de diversos contenidos, incluyendo a los streamers. Muchos de ellos, destinan tiempo aparte para conversar y crear más cercanía con los otros miembros de la comunidad, lo cual es permitido por Twitch ya que en Just Chatting, el creador de contenidos es libre de abordar la temática que desee, por lo tanto, se puede afirmar que se puede encontrar gran diversidad en esta categoría. Aquella interacción, les ha permitido fortalecer sus comunidades y ganar más adeptos que se identifican con los contenidos que elaboran y transmiten los streamers (eSports, 2019).

Esta categoría, cobró protagonismo con la pandemia por el Covid 19, así lo reveló la página web de estadísticas SullyGnome, en donde consta que entre las más de 18 billones de horas en Twitch que fueron vistas durante el año 2020, significan un incremento del 65% en comparación a los años anteriores.

Una combinación de nuevos juegos ha dejado junto al auge de Just Chatting que ha doblado su audiencia) ha marcado el 2020 de Twitch, que a pesar de vivir cancelaciones de eventos, ha sido el mejor año de su historia (Cebrian, 2021).

Game	Watch time	Stream time	Peak viewers	Peak channels	Streamers	Average viewers
1 Just Chatting	1,965,007,234 hours	28,091,355 hours	986,105	12,126	1,621,804	224,315
2 League of Legends	1,546,608,101 hours	38,040,396 hours	2,020,835	8,877	1,164,696	176,553
3 Fortnite	1,059,812,790 hours	82,126,430 hours	2,331,987	129,860	3,322,730	120,963
4 Grand Theft Auto V	819,932,171 hours	16,702,199 hours	389,147	6,530	915,844	93,599
5 VALORANT	808,191,492 hours	27,833,563 hours	1,728,977	16,287	1,180,991	92,259
6 Call of Duty: Warzone	800,440,731 hours	55,387,928 hours	951,957	31,506	2,097,398	91,374
7 Counter-Strike: Global Offensive	711,707,479 hours	16,085,121 hours	828,949	5,542	924,293	81,245
8 Minecraft	501,592,799 hours	19,916,576 hours	591,932	6,675	1,478,694	57,259
9 Dota 2	495,008,970 hours	6,864,825 hours	364,279	1,758	162,649	56,507
10 World of Warcraft	445,419,872 hours	15,336,216 hours	933,430	25,791	323,829	50,847

Figura 4.- Contenido más visto en Twitch. Fuente.- SullyGnome.

La categoría Just Chatting es la que se abordará en la presente investigación, tomando como muestra a dos streamers que cuentan con una cantidad considerable de seguidores y optaron por tener presencia en esta categoría para fortalecer sus comunidades y brindarles más información acerca del mundo de los videojuegos que es el contenido que abarcan, siendo entonces la subcategoría a tratar dentro de Just Chatting.

## 5. Marco teórico

El marco teórico está compuesto de conceptos que varios autores les han dado a términos que son relevantes para el desarrollo de la presente investigación, debido a que brindan información oportuna para comprender el desarrollo e impacto de Twitch como fenómeno contemporáneo.

### 5.1. Sociedad Red

Para Ure (2017) la Sociedad Red es aquella estructura presente en la sociedad que se encuentra marcada por la tecnología digital de la comunicación, se caracteriza por la proximidad y reconocimiento que existe entre sus integrantes. Uno de sus aspectos claves es la interconexión que permite que un discurso no llegue solo a una persona sino que se vincule de manera inmediata a otras, en el fenómeno que es conocido como viralización, que ocurre gracias a Internet.

Según Pérez, Mercado, Martínez, Mena y Partida (2018) la sociedad de la información, junto a la acción comunicativa, con los medios de comunicación masivos ocupan roles determinantes en lo que será la formación del poder, debido a que son los encargados de generar discursos, debates y otras situaciones que influyen en el proceder humano. La comunicación es socializada alrededor de redes locales y globales, por lo tanto, el proceder de los individuos junto a las redes de comunicación marcan cómo funcionarán las relaciones de poder en la modernidad.

Como se lo indicó en el artículo, titulado, La sociedad del conocimiento y la sociedad de la información como la piedra angular en la innovación tecnológica educativa, la sociedad de la información es aquella que “facilita las actividades de millones de individuos en todo el mundo, pues ofrece soluciones a problemas de distinta naturaleza (cotidianos, académicos, culturales, sociales, económicos, etc.) a través de la creación, acceso, manejo e intercambio de contenido electrónico” (Pérez Zúñiga, Mercado Lozano, Martínez García, Mena Hernández, & Partida Ibarra, 2018, pág. 851).

Para el autor Trejo (2020) el término sociedad de la información se refiere al importante rol que tiene la información en las relaciones entre individuos. Ante los últimos cambios respecto a la sociedad de la información, se puede decir que, al estar vinculada al empleo de la tecnología desde el área de la comunicación, ha marcado una importante modificación en el diario vivir de la población, desde diversos aspectos, como el académico, familiar, personal, político, social, cultural, etc.

Estos conceptos resultan de gran importancia para la actual investigación porque dicha asociación entre la sociedad de la información y la del conocimiento permiten desarrollar nuevas pesquisas e incrementar conocimientos para mejorar la calidad de la vida de las personas, promoviendo los avances e innovaciones tecnológicas y satisfaciendo los intereses en cuanto a formatos de entretenimiento que los usuarios prefieren consumir.

## **5.2. Vida digital**

Para el autor Del Alcazar (2019) la vida digital consiste en actividades y situaciones que en la actualidad son indispensables en la cotidianidad de los seres humanos y que involucran acciones como las de usuarios realizando transacciones online, lo que refleja la presencia de un mercado potencial para las marcas que todavía no integran su oferta a las plataformas digitales eficientes. Siendo importante aclarar que una transacción digital no es una compra en línea, es una operación realizada a través de terminales digitales.

De acuerdo a Sancho, Ornellas y Arrazola (2018) la vida digital hace referencia a los cambios e innovaciones sobre la vida de las personas, en especial en el ámbito de la comunicación y las

relaciones, así como dentro de los asuntos laborales, el entretenimiento, temas políticos, iniciativas, asuntos amorosos, entre otros, ya que reciben influencia de los avances tecnológicos, llegando a ser parte de las dinámicas sociales.

Por último, los autores Vasco y Pérez (2017) definen a la vida digital como un moderno estilo de vida, haciendo énfasis en el sector de la comunicación e información y la rapidez con la que ahora los ciudadanos pueden conectarse por medio de internet y tener acceso al contenido de su preferencia. Para estos autores, la importancia de la vida digital, radica sobre todo a la comunicación constante y sin límites que se puede tener, así como al contenido multimedia que promueve el entretenimiento y genera experiencias gratificantes para los usuarios.

Son relevantes los conceptos que los autores citados les han dado a la vida digital, ya que en esta investigación se necesita tomar en cuenta la forma en la que han influido dichas innovaciones tecnológicas y cómo los ciudadanos interactúan acorde a esas novedades y plataformas que facilitan la comunicación.

### **5.3. Identidad virtual**

Los autores Renau, Oberst y Carbonell (2013) se manifiestan de acuerdo a lo establecido por la teoría del construccionismo social, que señala que se trata de una parte de lo que sería una especie de negociación social, fundamental para que la identidad pueda formarse. La identidad ha sido concebida como una construcción social producto de la realidad, y que a la vez puede abarcar grandes diferencias, para algunos está relacionada a la interrelación entre sujetos que comparten posturas similares en torno a un fenómeno, para otros surge del interaccionismo social, ya que los individuos son seres sociales que poseen autoconciencia que se activa cuando se la conjuga con la vida de otras personas.

De cualquier forma, para la formación de la identidad, incluso de la virtual, es imprescindible lo que resulte del acto social, es decir, de las interacciones en las que el ser humano se adecua para ser parte del proceso, con los roles siendo emisor y receptor de nuevas incitaciones que provocan las experiencias. “En los enfoques tradicionales sobre el self, suele aparecer una distinción entre un componente descriptivo que correspondería al autoconcepto, un componente evaluativo (autoestima) y un componente social, donde estaría ubicada la identidad social” (Renau Ruiz, Oberst, & Carbonell Sánchez, 2013, pág. 161).

Para la autora Santos (2018) tras varias investigaciones, determinó que identidad virtual es la implicación de elementos que la construyen y que se hacen visibles respecto a que pertenecen a un enfoque virtual. Aun así, pueden existir similitudes entre la identidad real y la virtual, ya que

de cualquier forma se encuentra compuesta por patrones que son parte de la persona. Otra semejanza es que la identidad en general es fluida y se encuentra determinada por situaciones que se dan en un entorno, como una manera de adaptación a las circunstancias del mundo.

De acuerdo a Muros (2011) la identidad virtual es una extensión de la real identidad de una persona, debido a que por los avances tecnológicos y la presencia en redes sociales, se recibe mucha información y de alguna manera existen intercambios de culturas entre comunidades digitales, como costumbres, creencias, comportamientos, etc., logrando que las personas confundan lo que cada uno es y lo que desea compartir y transmitir a los demás en un contexto tan globalizado.

El concepto de identidad virtual se relaciona con la presente investigación en relación a que abarca información que se requiere para comprender las maneras en las que los usuarios de Twitch interactúan, y cómo eso influye en la construcción del sentido de identidad.

#### **5.4. Performance**

Según Ayerbe (2017) performance es un término difícil de conceptualizar pero afirma que se lo puede resumir como un arte que se presenta en vivo, o en otras palabras que requiere que los artistas se presenten personalmente. Dentro del contexto artístico, esta es una definición más aceptada por todos: la exigencia de la presencia física del performer, pues el lenguaje corporal es parte fundamental al intentar transmitir arte.

Mientras que para Cárdenas (2016) este término de origen inglés, se destina para todo lo referente a las artes visuales, entre ellas el teatro, el baile, moda, la industria del entretenimiento, deportes, juegos, etc pues lo fundamental sería poder interpretar las actuaciones, el desempeño y el progreso de la actividad. Además, considera el empleo del cuerpo del artista como un sustento y vehículo para la creación. Contempla también, elementos como tiempo y espacio, medios audiovisuales como videos, sonidos, entre otras herramientas que aportan a los artistas para la generación de contenidos.

Para concluir, los autores Álvarez e Yllera (2017) afirman que performance significa aquellas circunstancias en las que emitir un enunciado involucra la ejecución o acción. Por lo tanto, para ellos toda performance requiere de actuar pues permanecer en un estado activo es la verdadera esencia de lo performance a pesar de que en cuestiones del arte, no todo es exacto sino que también aquello que permanece estático, sin moverse, se considera artístico.

Tomar en cuenta diversos conceptos que autores les han otorgado al performance es vital para comprender los diversos enfoques desde los cuales se puede estudiar los temas performáticos, siendo útil para la presente investigación, desde el análisis de la preferencia de contenidos en tiempo real y los gustos sobre formatos visuales que requieren del constante trabajo por parte de quienes crean contenidos.

### **5.5. Comunidades virtuales**

En relación al tema, Martínez, Sádaba y Serrano (2019) las han definido como “ecosistemas que fomentan el intercambio de experiencias, información, conocimiento y el aprendizaje colaborativo a través de sus interacciones, tienen el potencial para empoderar a sus miembros haciendo de Internet un medio de progreso personal y social”. (pág. 130)

En pocas palabras, son espacios que, aunque son consideradas también como comunidades, sí presentan distinciones respecto a las interacciones de manera física que se dan entre sus integrantes. Entre las cualidades de estas comunidades se encuentran aspectos como la poca o nula importancia que la ubicación geográfica tiene en este tipo de vínculos, debido a que aunque sus miembros se encuentren en distintas partes del mundo, e incluso aunque no hablen el mismo idioma o sus términos no sean los mismos, son capaces de compartir contenidos, por lo que la ubicación no representa una barrera.

Para la investigadora López (2019) las comunidades online son sitios en los que cada uno de sus integrantes cumple con funciones determinadas, cuentan con niveles de organización acorde a su grado de intervención. Se puede mencionar algunos de esos roles, como los líderes que fijan normas y hacen planes en torno a la comunidad, otros funcionan como moderadores, es decir, quienes vigilan que los demás integrantes respeten dichas normas, asegurando el adecuado funcionamiento. Por otro lado, se encuentran los contribuyentes, que son personas activas en todos los diálogos que se den, contribuyendo con reacciones como el “me gusta”, dejando comentarios y haciendo sugerencias constantemente. No obstante, también están dentro de las comunidades virtuales los mirones, aquellos que no participan y no son percibidos con facilidad, debido al silencio con el que se manejan.

Finalmente, Cáceda y Bedoya (2019) las comunidades online forman parte de la modernidad y se forman a partir de los medios digitales. Son zonas en la que aunque los integrantes se encuentren cerca o lejos físicamente, pueden comunicarse de manera novedosa vía internet, logrando una experiencia reconfortante y entretenida. Otra de sus cualidades es que ayuda a que sus participantes logren sentir que son parte de un grupo. Por lo que sí se ha apreciado la existencia

del sentido de pertenencia en estas agrupaciones, incluso más que en las que funcionan de manera tradicional.

El estudio de las comunidades virtuales es imprescindible para el presente estudio, debido a que aquella información ayudará a comprender cómo se forman y cómo es la interacción dentro de dichas comunidades.

### **5.6. Interacción streaming**

Los investigadores Apablaza y Codina (2018) aseveraron respecto a la interacción streaming, que “...se pudo constatar que el live streaming en la tercera web con más tráfico del mundo genera mejores resultados que los videos convencionales: un volumen de comentarios diez veces mayor y tres veces más tiempo de reproducción”. (Apablaza Campos & Codina, 2018, pág. 165)

El autor de la presente investigación, se muestra de acuerdo con los estudiosos en estos temas y con lo que afirman las instituciones encargadas de hacer regulaciones en Internet, debido a que las plataformas streaming son espacios que les hacen posible a las personas a entablar comunicación en tiempo real, compartir información, así como establecer comunidades online a través de la creación de perfiles de tipo público o semipúblico. Por lo tanto, se considera que aquello funciona cuando se diseña un listado de personas con quienes se comparte una unión, que puede ser vista por dichos usuarios o de los demás que son parte de la plataforma.

De acuerdo a lo expuesto por Celi (2020) las interacciones streaming, se logran gracias a la llegada del contenido comprimido en tiempo real, debido a que facilita que los usuarios sientan experiencias novedosas, lo que promueve el intercambio de percepciones, ideas, gustos e intereses, ya que el entretenimiento ha encontrado en plataformas streaming la oportunidad ideal para hacer llegar su información, que puede estar relacionada a la música, el deporte, los videojuegos, la moda, salud, vida fitness, entre muchas otras novedades que permiten la interacción.

Para finalizar, Vélez (2020) reconoce a la interacción streaming como los intereses compartidos por los servicios que ofrecen, entre ellos, los videos que pueden ser visualizados, sin necesidad de ser descargados. Debido a eso, los usuarios pueden verlos con rapidez y de manera efectiva, así mismo, son capaces de compartir opiniones con los demás y así establecer comunicación con quienes ellos lo consideren pertinente.

Analizar la interacción streaming desde varios conceptos, ayuda a la actual investigación a tener datos relevantes sobre el por qué los usuarios disfrutan tanto de consumir contenidos en



tiempo real y la necesidad que tienen de interactuar sobre eso, formando y siendo parte de comunidades online.

### **5.7. Estado del arte**

En esta sección se presentarán artículos académicos realizados durante los últimos cinco años y que se encuentran relacionados con las dinámicas que se desarrollan en el interior de la plataforma de streaming Twitch, del mismo modo, estos estudios permiten evidenciar como se ha transformado la comunicación desde nuevos escenarios en las actuales construcciones sociales.

En el proyecto académico “Factores que influyen en el Modelo UTAUT en relación a la Intención de Uso de Plataformas de Streaming en Millennials” realizado en el año 2020 por los autores Gallardo y Sandoval provenientes de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, se dispuso conocer el grado de influencia que presentan los elementos que integran la Teoría Unificada de la Aceptación y Uso de Tecnología con la Intención de Uso de las Plataformas de Streaming más populares por el momento, en los consumidores. El principal propósito de dicha investigación, fue determinar y hacer relación entre las diferencias más frecuentes para adaptarse a estas modernas plataformas, desde el entorno de la sociedad peruana, frente a otros contextos.

Se trató de una investigación cualitativa, que tomó una muestra de personas con edades entre 18 a 30 años, con una forma probabilística y transversal, con la ayuda de un cuestionario como instrumento para desarrollar las preguntas considerando los aportes de otros investigadores en la revisión bibliográfica. En la conclusión de aquel trabajo se mostró que es imprescindible estudiar los factores mencionados porque a largo plazo, podrán constituirse como indicadores sobre lo que los usuarios piden y por lo que recurren a esos tipos de plataformas, y así se podrá tener las herramientas para satisfacer la demanda con mayor confianza (Gallardo Angeles & Sandoval Ochoa, 2020).

Este artículo es importante para la presente investigación porque profundiza en las características de quienes están navegando e interactuando en plataformas streaming, y cómo funcionan y se adaptan a las nuevas formas de entretenimiento existentes.

En el artículo científico de Marín (2021) titulado “Streaming: ventajas, desafíos y oportunidades de las radiotelevisión para captar audiencias”, España en el año 2020, buscó demostrar el reciente incremento del consumo de streaming, sobre todo desde la pandemia ocasionado por la Covid 19. Para efectos de la investigación se precisó de una amplia revisión de documentos científicos, de instituciones oficiales de importancia internacional.

En el documento se incluyeron aspectos que van desde los inicios de estas formas de transmisión de contenidos, cómo se han expandido, y el futuro que se les prevé con el avance de nuevas tecnologías que sigan garantizando la interacción. Las modernas formas que ahora existen para generar contenido y difundirlo, representan otras maneras de hacer negocios. En el estudio, mediante una investigación cualitativa, que abarcó una completa revisión bibliográfica, se demostró que en España el celular es la herramienta principal para vincularse a internet, con una cifra representativa de 9 de cada 10 usuarios, quienes muestran preferencia por los formatos audiovisuales cortos y bajo demanda. Todo esto, significa nuevos retos para los medios que generan contenidos debido a que deben redoblar esfuerzos para cautivar audiencias. La producción vía Streaming supone menos costes y ejemplos de ellos son plataformas populares como HBO y Netflix (Marín Pérez, 2021).

Aquella investigación representa significativa importancia para la actual, debido a que considera el contexto de la pandemia por el Covid 19 y su influencia en el incremento de consumo de contenidos por medio de plataformas vía streaming y el porqué de la preferencia de estos formatos, estudiando sus características.

En el año 2019, se desarrolló un trabajo de investigación por González Yuriko en Lima, Perú, con el título “Influencia del uso del Streaming en las preferencias radiales de los adolescentes” en el que expuso lo obtenido respecto a si la radio FM siendo uno de los medios más consumidos a lo largo de las décadas, estaría por decaer ante la preferencia de los adolescentes por nuevas plataformas, como las que se reproducen vía streaming. Para ello, tomó una muestra en la institución educativa, Brígida Silva de Ochoa, distrito de Chorrillos en Lima Perú.

En el estudio se destaca que los medios tradicionales han tenido que evolucionar y adaptarse a las nuevas formas de consumo. Por eso ahora es común que canales de televisión, estaciones radiales y periódicos tengan sitios web, con el fin de satisfacer a quienes desean informarse desde sus dispositivos móviles. Es así, como por ejemplo los formatos en audio o radio, continúa estando entre las preferidas, gracias a la presencia online que ahora tienen. Aquel trabajo investigativo analizó dicho fenómeno, desde la perspectiva de los adolescentes debido a que son quienes mayor tiempo destinan a estar conectados en la red digital. Esta investigación se basó en un diseño cuantitativo, debido a que aplicó la técnica de la encuesta, por medio de la cual obtuvo porcentajes que posteriormente fueron analizados. Se eligieron para el estudio, plataformas streaming con formatos radiales como Itunes, la radio en internet y Spotify, tomando en cuenta el tiempo de consumo, canales preferidos y herramientas de radio, además se hizo énfasis en que

muchos de los dispositivos más recientes no incluyen radio, entre ellos los iPhone (Gonzales Flores, 2019).

Ese estudio se considera importante porque muestra el cambio de preferencias, de un medio tradicional como es la radio por plataformas streaming, destacando las transiciones hacia modernas formas de consumo en donde predomina la interacción en tiempo real.

## **5.8. Preguntas de investigación**

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

## **5.9. Objetivos**

### **5.9.1. Objetivo general**

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

### **5.9.2. Objetivos específicos**

1. 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 de octubre del 2021 en la plataforma Twitch en la categoría Just Chatting Contenido Videojuegos.
2. Identificar los elementos performáticos del streamer/creador durante las transmisiones en vivo a partir del 1 de agosto al 30 de octubre del 2021 en la plataforma Twitch en la categoría Just Chatting Contenido Videojuegos.
3. 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 Videojuegos.

## **5.10. Metodología**

### **5.10.1. Enfoque metodológico**

Se ha optado por la aplicación de un enfoque cualitativo, cuyo concepto está dirigido a la generación de información descriptiva, con el uso de palabras y discursos por parte de los individuos y tiene como propósito profundizar mediante el análisis de fenómenos. Este enfoque requiere contar con preguntas epistemológicas que se plantean con la intención de lograr mayor aproximación con la realidad, aclarando que dicha realidad del fenómeno será manifestada desde

las experiencias de cada persona que participe en las técnicas de investigación elegidas, por lo que al hacer uso de la observación se podrá ir más allá, analizando sus comportamientos (Cueto Urbina, 2020).

Este enfoque permite producir y explorar datos que describen los procesos de comunicación a investigar, en relación a los individuos que conforman la unidad de análisis, es decir, los streamers quienes a partir de la generación de contenido y otras dinámicas, influyen en las interacciones en espacios virtuales como Twitch. Sumado a eso, este enfoque es importante porque además de tomar en cuenta lo que se obtiene a través del lenguaje oral (grupo focal), también se puede abordar la recolección de información de manera escrita, así como la observación directa o indirecta de la conducta de los involucrados.

### **5.10.2. Método de etnografía digital**

Este método es parte de la investigación con enfoque cualitativo debido a que entre sus principales objetivos está la descomposición y observación de las relaciones e interacciones sociales que se dan en plataformas streaming como Twitch en la categoría Just Chatting Contenido Videojuegos. El comprender la forma en la que las culturas se manejan y se desenvuelven es una de las motivaciones más importantes del método etnográfico. Desde una perspectiva académica, se logrará descifrar la realidad social mediante el manejo de las relaciones entre individuos, dándole interpretaciones con evidencias (Cotán Fernández, 2020, pág. 86).

Se seleccionó este método porque va más allá de una investigación de campo y de la observación que luego aplican técnicas para recolectar información, sino que se complementa con otras direcciones, siendo una parte elemental el elaborar registros en los que se abarque el entendimiento de culturas o comunidades online, como es el caso de la presente investigación.

Para analizar la interacción, el performance y las posibles conformaciones de comunidades virtuales, el método etnográfico aporta considerablemente a entender cómo y por qué tienen lugar esta forma de comunicación virtual y lo que ello ocasiona como el surgimiento de amistades y la generación de confianza entre streamers o creadores de contenido y seguidores y suscriptores, tomando en cuenta los roles que tienen.

### **5.10.3. Tipos de investigación**

#### **Exploratorio**

Se optó por una investigación exploratoria debido a que permite hallar datos con el objetivo de determinar de mejor manera los problemas y formular hipótesis, logrando un estudio

más amplio de índole explicativo (Esteban Nieto, 2018). Mientras que de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2017) señalan que se aplica este tipo de investigación para profundizar en un tema poco estudiado y a la vez, entender mejor en contexto del fenómeno elegido. Al existir varias categorías, usuarios y streamers en la plataforma seleccionada, este tipo de investigación permite obtener información específica acerca de cómo se van construyendo las comunidades virtuales desde la interacción y desde otras dinámicas propias del fenómeno streaming.

### **Descripción visual**

La descripción visual es aquella que tiene como fin especificar las características de la colectividad a la que se estudiará, además conllevan el análisis, registro e interpretación de la composición del problema (Guevara, et al, 2020). Para el actual estudio, el enfoque se lo hará sobre los dos streamers que tienen presencia en Twitch, y así poder conocer cómo ellos actúan en aquel espacio digital.

Se decidió emplear una investigación descriptiva visual para ampliar los resultados que se esperan obtener, al recurrir por ejemplo a la observación participativa. Además se desea contribuir a dejar asentadas precedencias en orden de importancia, destinadas a futuros estudios, para que encuentren aseveraciones y premisas que resultarían de utilidad.

#### **5.10.4. Categorías de análisis y definición de términos operativos**

La categorización de acuerdo a Bardín (2002) citado por Díaz (2018) “es una operación de clasificación de elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación, tras la agrupación por género (analogía), a partir de criterios previamente definidos” pag. 127. Por lo que el concepto de categorías indica que son partes que pertenecen a un conjunto de elementos que serán útiles para llevar un registro en los análisis de contenidos.

Los datos que se obtendrán surgirán de diversos integrantes, como participantes para el grupo focal y dos streamers, uno nacional y otro internacional, elegidos para que se les apliquen las técnicas cualitativas para el posterior análisis, debido a eso, se requiere de hacer una categorización con los principales elementos para que sea posible una triangulación de resultados eficaz, que incluya con las comparaciones correspondientes de acuerdo a las categorías y subcategorías que se nombrarán a continuación.

#### **Categoría: Interacción**

Tiene por objetivo identificar la manera en la que los streamers y usuarios se relacionan mientras se encuentran en las transmisiones en vivo

### **Categoría: Performance**

Detallar todos los elementos que engloban la imagen, además de lo vinculado a la forma en la que actúan los streamers durante las transmisiones.

### **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**

<b>CATEGORIA</b>	<b>DEFINICION</b>	<b>SUBCATEGORIA</b>
Interacción	Reconocer la forma en que los streamers y usuarios se relacionan durante las transmisiones en vivo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bienvenida</li><li>• Tipo de transmisión</li><li>• Chat</li><li>• Tipo de Juego</li><li>• Temática de la transmisión en vivo</li></ul>
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"><li>• Escenografía</li><li>• Vestuario</li><li>• Vocabulario</li><li>• Recursos gráficos</li><li>• Personalidad</li><li>• Recursos técnicos</li><li>• Imagen del streamer</li></ul>

**Fuente: María Fernanda Martínez y Paola Plúa**

#### **5.10.5. Unidad de Análisis**

Unidad de análisis “se trata de individuos, organizaciones, periodos, comunidades, situaciones, piezas producidas, eventos, etc” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017, pág. 173).

Para esta investigación se seleccionó como sujetos de estudio a dos streamers que tienen presencia en la categoría “Just Chatting” que traducido al español, significa “simplemente charlando” y subcategoría contenido de videojuegos, una nacional y otro internacional de habla

hispana. Poseen una cantidad considerable de seguidores, Arianna Macías, quien en Twitch se encuentra como Arianna Banana, tiene seguidores 4k, mientras que el segundo streamer, del ámbito internacional, Flexz, como se encuentra en Twitch, cuenta con 325.7 k seguidores.

Quienes se encuentran activos en esta categoría, coinciden en el interés que tienen por comunicarse de manera directa y en tiempo real con la comunidad, así mismo, la forma de exponerlo y permitirse el tiempo de simplemente charlar en cuanto al contenido de videojuegos con los otros usuarios.

#### 5.10.6. Cuadro de streamers

*Tabla 2.- Perfil de los streamers seleccionados*

Nombre del streamer	Usuario	Origen	Seguidores
Arianna Macías	Arianna Banana	Ecuador	4 k
Iván Arizpe	Flexz	España	325.7 k

Elaboración propia

#### 5.10.7. Transmisiones de los streamers

Para el presente estudio, se van a tomar en cuenta 4 transmisiones por cada streamer elegido, una nacional y otro internacional de habla hispana, optando por la primera hora de la transmisión, en las fechas comprendidas del 1 de agosto al 30 de octubre 2021.

Se tomarán en cuenta para el desarrollo del plan de trabajo propuesto en la investigación, los comentarios que se emitan en la plataforma y en las cuentas de los streamers seleccionados, cómo funciona la interacción que tienen con sus audiencias, los aspectos más tratados en la categoría Just Chatting Contenido Videojuegos, debido a que desde ese enfoque se podrán obtener respuestas a las preguntas planteadas desde el inicio.

#### 5.10.8. Muestra

La muestra es considerada como una representación de un total o de un universo debido a que desde sus resultados, se logrará poseer información importante que permita la elaboración de conclusiones pertinentes para que se cumplan los propósitos de la investigación. Es posible obtener la muestra adecuada desde distintos métodos, considerando si se trata de poblaciones infinitas o finitas, es decir, si se tienen los datos de su totalidad (Silerio, et al, 2020).

Para este trabajo de investigación se decidió aplicar un muestreo no probabilístico, que le permite al investigador, seleccionar a las personas que mejor se ajusten a las características que se necesitan para conseguir el tipo de información deseada. Es así, como fueron elegidos dos

streamers de categoría Just Chatting Contenido Videojuegos, una nacional y otro internacional, para ser analizados en el periodo comprendido, del 1 de agosto al 30 de octubre de 2021, y con la ayuda de una técnica cualitativa, se podrá profundizar en el fenómeno, por lo tanto, se visualiza el cumplimiento de objetivos.

### 5.10.9. Técnicas y herramientas de investigación

#### La observación

“Observación es la médula espinal del conocimiento científico y también se convierte en el eje que articula la metodología de la investigación cualitativa” (Herrera, 2017, pág. 14). Se considera fundamental para esta investigación aplicar esta técnica debido a que permitirá un acercamiento más certero y significativo con quienes se encuentran inmersos en el fenómeno a estudiar, es decir, las streamers seleccionados, permitiendo apreciar su comportamiento desde un entorno digital. Gracias a que la conducta humana es fácilmente perceptible, mediante la observación se podrán percibir la mayor cantidad de detalles para lograr resultados veraces.

Para poder aplicar esta técnica cualitativa, se completaron en total ocho fichas de observación, enfocadas en las transmisiones de Just Chatting de los dos streamers seleccionados, 4 fichas para la streamer nacional y las 4 fichas restantes para el streamer internacional.

Dichas fichas incluyeron 27 elementos relacionados en comprender la interacción y el performance que manejan los streamers y así poder analizar y dar respuesta a las preguntas de investigación formuladas al inicio y a los objetivos.

**Tabla 3.-** Diario de campo

DIARIO DE CAMPO : Observación de transmisión xxxxxxxx en la plataforma Twitch		
Nombre:		
Fecha:		
Lugar:		
Tema:		
Objetivo:		
Elementos: Performáticos 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.

### **Grupo focal**

El grupo focal es una técnica cualitativa que recoge lo mejor de las dos técnicas cualitativas más empleadas para la recopilación de información: la observación participativa y las entrevistas en profundidad. Presenta muchos beneficios al reunir componentes importantes de las dos, logra captar lo más relevante al escuchar a las personas parte de la muestra, sus opiniones, su desenvolvimiento y emociones en un entorno cómodo para ellas (Yepes Zuluaga, Montes Granada, Álvarez Salazar, & Ardila M, 2018, pág. 173).

Para la presente investigación se decidió recurrir a un grupo focal porque de esa forma, se considerará una reducida cantidad de personas en una discusión grupal: dos streamers que estarán bajo la dirección de un moderador, es decir, el autor de este estudio, que manejará temas puntuales. Además, se espera sea un aporte importante para la investigación, ya que se podría obtener de fuente primaria, las necesidades, realidades, posturas, pensamientos, aspiraciones, emociones y motivaciones de los participantes, lo que otorga una dimensión múltiple y eficaz sobre el tema central. No será necesario llegar a acuerdos, ya que ese no es el objetivo de esta investigación.

Para el desarrollo del grupo focal, se prevé que las participantes se encuentren cómodos para que sea posible una interacción real, tranquila e informal, sin perder el nivel de veracidad sobre el tema central. Se deben compartir puntos de vista, criterios, comentarios, etc de manera fluida, ya que de esa manera el investigador podrá obtener la información pertinente que busca. Es necesario recordar que la técnica será aplicada de forma virtual, mediante videollamada grupal debido a que una de las streamers pertenece al ámbito internacional de habla hispana.

El grupo focal contó con la participación de 11 personas, entre hombres y mujeres moderados por dos personas, divididos en dos salas con la intención de facilitar la obtención de respuestas. Se decidió optar por personas entre 20 y 30 años, unos estudiantes universitarios y otros ya trabajadores pero que tenían en común el ser usuarios de Twitch, o incluso creadores de contenidos. Todos pertenecen a un nivel socioeconómico de clase media, con acceso a internet y equipos tecnológicos que les permiten tener cuentas y participar activamente en la plataforma mencionada.

Se elaboraron 15 preguntas destinadas a profundizar en los beneficios que Twitch les ofrece, sobre todo en cuestiones de interacción y también en cómo perciben su participación en la plataforma y si es posible o no que se formen comunidades virtuales.

El grupo focal contó con un cuestionario compuesto por 15 preguntas abiertas. Se definieron diversas variables que ayuden a recopilar información referente a la información sociodemográfica, aplicación a la plataforma Twitch, comunidades virtuales e interacción dentro de plataforma Twitch por parte de los entrevistados (Ver en anexos).

#### **Cronograma de recolección de datos**

**Tabla 4.-** Cronograma de recolección de datos

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

Implementación de periodo de observación	x	X	x
Implementación de grupo focal		X	

Fuente: María Fernanda Martínez y Paola Plúa.

**5.10.10. Consideraciones éticas**

La información que obtuvo del grupo focal fue previamente socializada mediante un consentimiento informado, en la que conste que los participantes conocen los fines académicos de la técnica. Aquellas cartas firmadas constan en los Anexos del informe de investigación.

Es necesario recalcar que esta investigación se rige por las directrices de las Normas APA, por lo tanto, los streamers elegidos, tienen cuentas públicas en la plataforma Twitch, es decir, que ellos tienen total libertad de decidir qué información comparten a su comunidad virtual, así como el grado de privacidad con la que manejan sus vidas. Es imprescindible recalcar que tanto para los participantes del grupo focal, como para los streamers observados, los datos recolectados, así como sus identidades, serán cuidadosamente tratados, con el fin de no exponer su integridad y reputación. Así mismo, se ratifica que los streamers seleccionados para este estudio son mayores de edad, tomando en cuenta el artículo 104 de la Ley de Comunicación que prohíbe la exposición de identidad de menores, para prevenir situaciones de ciberbullying y que se encuentra acorde al artículo 13, numeral 4, de la Convención Americana de Derechos Humanos y la Convención sobre el derecho de los niños.

Mientras que los resultados obtenidos del grupo focal no tendrán más fines que no sean de tipo académico o científico. Las citas se encuentran en formato APA, séptima edición, logrando prevenir el plagio con la respectiva consulta bibliográfica. Se descartan los conflictos de interés por ser una investigación que procurará explorar y describir una situación, analizando los resultados sin darles una valoración que afecte a los individuos.

El grupo focal se manejó tomando en cuenta valores como el respeto ante las opiniones que pueden ser distintas, el consentimiento informado, ya que además de firmar la carta de aceptación, los participantes tenían la libertad de abandonar la reunión en caso de necesitarlo. Se avala así mismo el anonimato, debido a que no se exponen nombres y se garantiza la seguridad y la privacidad en todo momento.

## **Resultados**

Los resultados obtenidos de las técnicas cualitativas aplicadas, responden a los objetivos planteados al inicio de la presente investigación, los cuales estuvieron enfocados en la interacción, el performance y los usuarios de la plataforma Twitch.

### **Observación - Interacción**

Respecto a la interacción, gracias a la observación y recolección de información mediante las fichas, se pudo obtener datos que reflejan la elevada interacción que tanto los seguidores de Arianna, streamer nacional y Flexz, streamer internacional, mantienen.

### **Pantalla de chat**

La forma como se encuentra distribuida la pantalla varió notablemente entre ambos streamers. En el caso de Arianna Macías, la pantalla de chat ocupaba la mitad del espacio, lo que permitía leer los comentarios, mientras que en el caso de Flexz, streamer internacional, la pantalla ocupaba menos de la mitad, lo que hacía visible la publicidad y la lista de bits en gran parte ésta.

### **Contenido del chat**

Se observa que los seguidores de ambos streamers generan variedad de contenido en el chat. Por ejemplo, en el caso de Flexz, streamer internacional, se evidencian temas relacionados a videojuegos o adquisición de equipos tecnológicos. Además, emplea lo que se denomina “malas palabras” pero todo en un contexto de los temas ya mencionados, hablando de precios y características con sus seguidores.

Respecto a Arianna, El chat también muestra temas diversos, ejemplo, se habla de chismear y lo vinculan en torno al retorno al colegio. Se observa que ella mira en reiteradas ocasiones al chat y comenta a sus seguidores, Asimismo, al igual que el streamer internacional, escribe sobre temas de videojuegos, tips y opiniones acerca de juegos como Rocket League, Words on stream, Minecraft, Call of Duty, entre otros.

Al ser mujer, en la pantalla de chat, se observan comentarios sobre su aspecto físico y vestimenta, y se ve que ella responde.

Los seguidores de Flexz se muestran activos, interactuando en respuesta a lo que él les comparte, lo cual se refleja en el chat y así mismo, los seguidores de Arianna están atentos en interactuar con ella, ya sea de “chismecitos” o de tips cuando de videojuegos se trata.

### **Gifs**

En relación a los Gifs se encontraron diferencias en el empleo de gifs y de emoticones.

Se observó que Flexz, streamer internacional, daba poco uso tanto a gifs y emoticones en el chat, más bien, hablada de videojuegos y dispositivos tecnológicos. Mientras que Arianna, streamer nacional, si los usabas en sus acciones durante las transmisiones que aparecen en pantalla.

Por otro lado, los seguidores de ambos evidencian el uso de estos recursos.

### Donativos

Los dos streamers tienen pestañas habilitadas para recibir donaciones o “bits”. La lista que Flexz presenta, es más amplia que la de Arianna, debido a que la coloca del lado izquierdo de la pantalla de mayor a menor con los nombres de los usuarios donantes. Por el contrario, Arianna, muestra activa la alarma de donativos y personalizada.

Imagen 1.- Pantalla con alerta de donación, streamer nacional, Arianna Macías.



Fuente: Twitch.

En la imagen se observa a la streamer nacional, Arianna Macías, sonriendo previo a realizar el reto por la alerta de donación que le llegó, mientras que en los comentarios se puede apreciar a un seguidor recordándole en qué consiste el reto que tiene que cumplir, al cual lo denominó como: “Vamo’ a sudar”.

### Observación - Performance

En este apartado se expondrán los resultados relacionados a todo lo que transmiten a través de su imagen y detalles en torno a la línea gráfica que manejan.

### Línea gráfica

Ambos manejan líneas gráficas completamente diferentes. En el caso de Flexz, guarda coherencia los colores característicos de su línea gráfica (negro, gama de azules, rojos, amarillos y naranja) con su vestimenta. El azul y el negro son los que más predominan aunque también los combina en menor medida con tonos morados, así como los amarillos y naranjas que están en su logo.

**Imagen 2.-** Pantalla con línea gráfica de streamer internacional, Flexz.



**Fuente:** Twitch.

Arianna, opta por colores rosados, lilas, blancos y celestes, en algunos casos, se va por las tonalidades pasteles mientras que en otras ocasiones se inclina por esta gama de colores pero en versiones mucho más intensas, como el azul y el morado.

### **Elementos tecnológicos**

En este apartado, coinciden ambos streamers en que la mayoría de ocasiones aparecen solo con audífonos y micrófonos, herramientas indispensables para la conversación con sus seguidores. Las diferencias radican en los colores y diseños, pues Arianna usa colores como celeste y rosado y Flexz colores como azul y negro. También Flexz casi siempre le da un recuadro aparte en el que se enfocan sus manos y teclado.

### **Vestimenta**

Ambos no cuentan con estilos de vestimenta muy particulares o excéntricos sino que se dan la oportunidad de usar prendas que guarden coherencia con algunos otros parámetros, como los colores de sus líneas gráficas. Flexz casi siempre luce camisetas blancas, negras o combinadas, mientras que Arianna usa colores pasteles o a veces más intensos como azul, rojo o negro, ella incluso optó por usar un disfraz.

### **Escenografía**

Los dos streamers graban usualmente desde sus habitaciones pero sí varían el orden de los objetos o los planos o forma como colocan la cámara. Arianna usa más un plano medio mientras que Flexz la suele colocar de forma más diagonal, de tal manera que, aunque aparezca en pantalla su torso, también se visualice su cama, en especial cuando tiene de fondo su logo colgado en la pared encima de la misma.

### **Diseño de pantalla**

En este apartado sí se presentan diferencias más notables, debido a que Flexz, streamer internacional, tiene más tiempo como streamer en Twitch y tiene varios auspiciantes, por lo que le destina varias partes de la pantalla en la aparición de la publicidad, ya sea en formato video en pequeños recuadros en la parte inferior o a los lados, con apariciones de los nombres de las marcas, por lo tanto, el espacio para la pantalla de chat queda más reducida en comparación a la de Arianna. También le da un recuadro pequeño al enfoque de sus manos y teclado, así como una lista extensa del lado izquierdo para mencionar a sus donantes de bits.

En el caso de Arianna, al no tener auspiciantes fijos, divide en dos su pantalla: para chat y la otra parte en la que aparece ella.

### **Comando de chat personalizado**

Ambos cuentan con comandos de chats personalizados, ya sea para emitir alarmas de donaciones o en el caso de Arianna, para utilizar un comando en particular para solicitar canciones que sus seguidores quieran escuchar mientras conversan.

### **Características sociodemográficas**

Flexz es un streamer internacional, de Madrid-España, tiene 27 años y habla sobre todo del juego Call of Duty que es de uso internacional, en su biografía de Twitch no menciona su nombre real, sin embargo, en su cuenta de Instagram, sí tiene su nombre completo: Iván Arizpe Rivero. Arianna Macías tiene 24 años y es de Ecuador, ella habla acerca de más juegos como Rocket League, Words on stream, Minecraft, Call of Duty, entre otros, que también son hablados y jugados a nivel internacional.

Por un lado, Flexz no hace referencia a su nivel académico ni estudios en su biografía de Twitch, mientras que Arianna sí mostró que es Ingeniera geóloga y divide su tiempo para hacer transmisiones en la plataforma.

### **Representación de su imagen**

Flexz mantiene un diálogo constante e interactivo con sus seguidores, lo que se evidenció, en los comentarios que destacan en sus chats como por ejemplo al recibir preguntas e intercambiar conversaciones. De acuerdo con lo que emite, se aprecia que tiene conocimientos acerca de tecnología y videojuegos. Por su parte, Arianna también mantiene un diálogo interactivo y en comparación a Flexz, recibe muchos más comentarios personalizados, sin embargo, se muestra atenta en responder todo, sus seguidores le hacen comentarios como si se tratara de una amiga para ellos.

### **Personalización de la transmisión**

Flexz maneja un estilo bastante personalizado pero rara vez varía la forma en la que proyecta su pantalla, mientras que Arianna también personaliza muchos detalles de su transmisión pero sí hace variaciones entre una transmisión y otra, añade y quita detalles sin alejarse de la línea gráfica.

### **Elementos de la Bio**

Flexz tiene enfocada su bio en Twitch, en las alternativas que tienen en la plataforma, ya sea como seguidores o como suscriptores (tienen que pagar cierta cantidad de dinero) y los beneficios que tendrían al elegir esta segunda opción. Arianna presenta otros detalles de su vida, como la edad desde que le empezaron a llamar la atención los videojuegos, su profesión y la razón que la llevó a dedicarle más tiempo a su canal en Twitch.

### **Auspicios**

Flexz cuenta con varios auspiciantes fijos, como: Legion, FirstBlood, Scufgaming, Solana, Eneba y Cerveza San Miguel, mientras que Arianna no tiene auspiciantes fijos sino que de vez en cuando, comenta que colabora con alguna marca o trabajan mediante canje.

### **Reloj**

Ninguno de los dos streamers colocó relojes en sus pantallas.

### **Lenguaje utilizado**

Ninguno de los dos streamers utiliza un lenguaje formal, sino que, al contrario, se permiten usar términos populares de acuerdo a sus lugares de origen. En el caso de Flexz, emplea “malas palabras” en un contexto de explicación de precios y la coherencia con las características de aparatos tecnológicos y Arianna, maneja términos comunes en la costa ecuatoriana.

### **Tienda**



Ninguno de los streamers estudiados cuenta con tienda, ni ofertan productos propios.

### **Efectos especiales**

Ambos le dedican especial importancia a los efectos especiales que presentan en sus pantallas. Flexz por su parte, tiene formas y logos en movimiento, ya sea en el recuadro en el que se transmite él, o en los lados inferiores o laterales de la pantalla, usa rayos de tonalidades azules, amarillos y naranjas.

Arianna, tiene su propia animación y un gatito blanco animado que baila o muestra comentarios de quienes escriben en el chat, así mismo aparecen y desaparecen dibujos que hacen relación a partes de la conversación en la pantalla.

### **Distribución de objetos**

Flexz, en ciertas ocasiones da más relevancia a objetos que no están asociados a publicidad, sino que se trata de figuras de animes u objetos como su placa de YouTube o logo en la pared. Arianna también hace transmisiones desde espacios con objetos no tan relevantes, ella no incluye logos, ni placas.

### **Intención del espacio**

Ninguno de los dos streamers ha colocado objetos o productos asociados a publicidad que se encuentren realizando, sin embargo, Flexz en ocasiones ha intentado mostrar objetos personales, como su logo en la pared, placa de YouTube o figuras de anime.

### **Tipo de habitación**

Las habitaciones de ambos streamers evidencian una cantidad reducida de objetos y, no contienen productos de marcas que se encuentren publicitando. En el caso de Flexz, muchas veces está en la habitación con poca luz, por lo que no se puede apreciar bien lo que hay en el fondo, y Arianna utiliza luces de tonalidades rosadas y moradas, sin que se aprecien objetos de relevancia para efectos de este estudio.

### **Performance por género**

Ninguno de los dos streamers ha mencionado abiertamente detalles sobre su sexualidad o su identidad de género. Ambos presentan similitudes entre sus formas de hablar, lenguaje empleado, vestimenta, colores elegidos, estilos de cabello, entre otros aspectos físicos, es decir, que existe uniformidad entre cómo se perciben en su performance de género.

### **Música**

Flexz no recurre a música de fondo, mientras que Arianna sí lo hace con mucha frecuencia, incluso canta, conversa y baila simultáneamente, destacando género tropicales y Reggaetón.

### **Resultados del Grupo Focal**

En este apartado se incluyen los resultados de las 15 preguntas que se formularon durante el grupo focal.

#### **1. Llegada de los participantes a Twitch como usuarios o streamers**

De las doce personas participantes del Grupo focal, once personas respondieron que llegaron a Twitch gracias a YouTube, debido a que eran consumidores de los contenidos que en dicha plataforma se generaban, y que a partir de lo compartido por sus streamers favoritos, pasaron a seguirlos también en Twitch. Cabe recalcar lo señalado por el participante #6 (24 años, usuario de Twitch): “Y no, yo no veo televisión. Creo que los demás también estarán de acuerdo conmigo, en que gente de nuestra edad, ya cambiamos del método clásico tradicional de televisión a contenido por internet”. Mientras que el participante #1 (21 años, usuario de Twitch), indicó que si bien es cierto, él no es streamer, consume contenidos transmitidos en esta plataforma porque además trabaja para varios medios digitales en los que tiene que difundir las transmisiones desde diferentes plataformas.

Dos personas, afirmaron que llegaron a Twitch gracias a otros amigos que se los recomendaron. La participante #5 (24 años, usuaria de Twitch) dijo que se unió a la plataforma, debido al tiempo libre que tuvo durante el inicio de la pandemia por el Covid 19, e indicó que el auge de estas plataformas streaming lo convenció. Y las tres personas restantes no especificaron el origen de su acercamiento a Twitch, solo afirmaron que fue hace un par de años que sucedió su unión a la plataforma e incluso uno de ellos, ya no sigue las transmisiones desde Twitch sino que en sus tiempos libres la mira cuando los streamers las comparten en sus otras plataformas como Facebook o YouTube.

#### **2. Beneficios que la plataforma Twitch ofrece, por los cuáles es considerada por muchos, como una plataforma amigable, por encima de otras.**

Los doce participantes coincidieron en que la interacción es el beneficio más importante para ellos. Entre lo que mencionaron con respecto a ese punto, se recalca lo mencionado por el participante #3 (27 años, usuario de Twitch): “Tiene herramientas bacanes para la configuración del chat, por ejemplo, tú puedes poner como creador de contenidos, algo que llama los puntos de

canal, que hace que mientras más gente vea tu stream, vayas acumulando más puntos y así puedas poner, por ejemplo, si mil personas te vieron, tú puedes configurar un saludo personalizado” hizo énfasis en que todo eso va a depender de la creatividad del streamer y de lo que quiera personalizar, como implementar retos de bailes por ejemplo tras recaudar 3000 puntos, etc. La interacción también se da en el convencimiento del streamer a su comunidad para que realicen donativos y a cambio brindarles beneficios, entre otras estrategias.

Otros de los beneficios que el participante #2 (23 años, usuario de Twitch) mencionó, fue el poder tener emoticones propios que les son dados a los generadores de contenidos por suscriptores, así mismo es posible descargar más de ellos y contar con moderadores que filtren mensajes no deseados en el chat. Así mismo, el participante #11 (22 años, streamer) comentó que brinda muchas facilidades como poder hacer una transmisión de una Play Station 4 y la personalización que permite. La participante #5 (24 años, usuaria de Twitch) indicó que su interfaz es muy sencilla, por lo que es fácil de usar y ofrece comodidades como que las notificaciones lleguen al correo. Otros participantes afirmaron que Twitch no tiene límite de tiempo cuando se llega a adquirir el afiliado o asociado, en comparación a Facebook gaming que si se deja de transmitir 15 días se lo pierde. Así mismo, tiene más beneficios al momento de retirar dinero ganado como creador de contenido. También le gustan las categorías disponibles en Twitch.

El tema de las notificaciones es recurrente, pues afirmaron que prefieren Twitch porque en el caso de Facebook tenían que estar pendientes de los horarios para ver las transmisiones, sin embargo, Twitch les ayuda alertándoles cuáles serán las próximas y los temas que abordarán, mientras que YouTube lo usaba para ver retransmisiones. Hicieron énfasis también en la interacción que no es posible en las otras dos plataformas. Finalmente, se obtuvo datos que indicaron que los 12 participantes prefieren Twitch porque da más oportunidades interacción por encima de otras.

### **3. Percepción sobre la plataforma Twitch**

Ocho participantes consideraron a la plataforma como múltiple y que permite transmitir diversos contenidos, no solo de videojuegos. La participante #9 (Lic. En Diseño y Producción Audiovisual, usuaria de Twitch) afirmó: “Y me parece chévere porque uno puede coger, preguntarle cosas sobre, por ejemplo, qué tipo de programas utiliza y cosas así, que qué tipo de computador, etc”. Tres personas coincidieron que aunque su principal motivación eran los videojuegos, llegaron a observar más contenidos interesantes. Otras personas indicaron que la perciben como una plataforma que les permite relajarse con contenidos que seguramente les interesarán, y

recalcando que la interacción es clave para que logren ese efecto relajante, y una opción perfecta para disfrutar del tiempo libre.

Dos participantes más afirmaron que la perciben como una plataforma ideal para compartir con personas con las que se identifiquen con algún aspecto, como personalidad, intereses, hobbies, etc. y que la perciben más permisiva en comparación a otras que limitan mucho a los creadores de contenido, en cuestiones de Copyright, por ejemplo.

#### **4. Percepción de la interacción desde una comunidad en Twitch**

Once de los doce participantes coincidieron en que se sienten parte de una comunidad cuando siguen, se suscriben e interactúan con sus streamers favoritos. El participante #8 (23 años, usuario y streamer), recalcó que le emocionan muchos los beneficios que obtienen con Twitch, como el aprender y crecer en conjunto, citó una experiencia que tuvo en Twitch referente al apoyo que puede existir en el chat con alguien que se quedó “atascado” en el videojuego, expresó “como éramos pocas personas las que estábamos ahí, en esa transmisión, viéndolo entre todos, estábamos como que le dábamos consejos sobre qué hacer y al final lo terminó resolviendo”.

Sin embargo, varios de los participantes opinaron sobre factores puntuales que los hacen sentir como parte de una comunidad. Entre ellos, está el compartir gustos e intereses, lo que hace que todos se sientan cómodos y vayan invitando a otras personas con características similares a que también se unan. Así mismo, la participante #5 (24 años, usuaria de Twitch) que aunque no sea del tipo de personas que le gusta comentar mucho, sí se siente a gusto escuchando y leyendo a las otras personas que forman parte de la comunidad y que eso es lo más importante, sentirse cómodos e interesarse por conocer cómo están los demás. Mientras que el participante #12 (Abogado, usuario de Twitch) afirmó no sentirse parte de la comunidad debido a que no comenta, escribe en el chat o siente interés por conocer más a fondo lo que los otros usuarios tienen que decir.

#### **5. Lo que implica mantener una comunidad en Twitch**

El participante #11 (22 años, usuario y streamer), afirmó que su comunidad no es muy grande y que la puede calificar como “unida” y a la vez “diversificada” porque tienen varios gustos e intereses, por lo que si transmite algún juego en particular tendrá a una parte de ellos muy pendientes, mientras que la otra parte esperará a que transmita sobre otro juego, sin embargo, reafirmó que son “fieles” porque siempre están apoyándolo. Por lo tanto, consideró que eso se

debe a que él hace cosas variadas, de acuerdo a lo que él sienta ganas de hacer, y así otras personas puedan identificarse con eso, sin caer en la creación de contenidos solo por modas. Mientras que el participante #4 (28 años, usuario y streamer), indicó que “mi comunidad es súper rara, rara como hijo, o sea, se habla de todo siempre los extremos se tocan temas de todo esto, siempre y cuando siempre hablamos, o sea, temas raros y a veces en doble sentido, pero siempre dejamos claro de que es broma, o sea para que nadie se lo toma literal o cosas así por el estilo”. Por lo que afirmó que mantener la interacción y optar por estrategias como sorteos, o mantener la comunicación por discord.

Mientras que los participantes restantes mencionaron que como usuarios, consideran que entre las claves para mantener una comunidad en Twitch, están el asegurar que los seguidores y suscriptores sientan como gratificante la constante interacción que mantengan, debido a que están ahí por elección y por la simpatía que sienten por los demás miembros. Además, se mencionó nuevamente el tema de los puntos que se pueden acumular por vistas, y de los beneficios que hacer donaciones les puede significar a los suscriptores.

#### **6. Probabilidades de cambiar la forma de relacionarse tras consumo de streamings. Ej.: utilizar términos de la plataforma con otras personas, tu vestimenta o tu actitud.**

La mitad de los participantes consideraron que su vestimenta o léxico no ha variado significativamente, si bien es cierto, reconocieron que es inevitable que aprendan nuevos términos que les resulten “pegajosos” o “interesantes” pero más que nada se encuentran en dicha comunidad virtual porque son similares en sus formas de expresarse. También indicaron que sus tipos de comentarios dependen de con quien se encuentren hablando, pues si son amigos con los que fuera de la plataforma interactúan, sí habrán diferencias con aquellos que son considerados amigos en Twitch, además eso también depende si aparte de los comentarios grupales, han surgido amistades por medio de la plataforma pero más directa entre solo dos personas, por ejemplo.

Así mismo, se mostraron muy conscientes de que al interactuar con personas de otras nacionalidades, resulte muy común el que aprendan palabras y modismos de esas culturas pero aseguran que no es nada malo, sino que al contrario es algo normal.

#### **7. Posibilidades de establecer amistades dentro de las comunidades virtuales en Twitch.**

La mayoría de participantes reconocieron que sí es posible pues al existir gustos e intereses en común es muy probable que sean bases suficientes para que una amistad surja, que lo más importante es que las personas involucradas se sientan cómodas. Además contaron experiencias que han conocido de otras personas, como el testimonio del participante #8 (24 años, usuario de Twitch): “Pero también creo que sí, no me pasó tanto a mí, pero sí he visto a un amigo que está metido en Twitch, es moderador como de 5 canales diferentes. Tiene bastantes amigos y ha construido bastantes relaciones fuertes, más con sus amigos de Twitch que con sus amigos en la vida real”.

## **Discusión de resultados**

### **Resultados de las fichas de observación**

De acuerdo con Celi (2020) señaló que la interacción streaming permite disfrutar de contenidos comprimidos en tiempo real, gracias a que los usuarios podrán experimentar fácilmente situaciones novedosas, en las que además podrán compartir e intercambiar percepciones, opiniones, preferencias e intereses. En ese sentido, los resultados revelaron que la streamer nacional, Arianna Macías y el streamer internacional, Flexz, generaron altos nivel de interacción logrando la aceptación por parte de otros usuarios de Twitch quienes decidieron ser seguidores de estos streamers, sin embargo, la forma de manejarla es distinta. Por un lado, Flexz trató de hablar casi siempre sobre cuestiones relacionadas a los videojuegos, como dispositivos tecnológicos, sus precios y características, mientras que Arianna, sí se permitió hablar, leer y escuchar comentarios que tocaron temas más personales por parte de sus seguidores. Si sobre uno de los temas ella no estaba al tanto, preguntaba por contexto.

Dicho lo anterior, los contenidos que los streamers deciden generar y la forma cómo los transmiten es determinante en el alcance de interacción. A pesar de las características distintas respecto a las personalidades y la imagen que ambos streamers transmiten, lo que tiene mucho peso es el contenido de valor que ofrecen y la simpatía con la cual lo comunican. Por lo tanto, la naturalidad y espontaneidad que muestran los streamers, son los factores que influyen en la aceptación e interacción con miles de usuarios en Twitch.

En cuanto a las comunidades virtuales, catalogadas según Martínez, Sádaba y Serrano (2019), como “ecosistemas que fomentan el intercambio de experiencias, información, conocimiento y el aprendizaje colaborativo a través de sus interacciones, tienen el potencial para empoderar a sus miembros haciendo de Internet un medio de progreso personal y social”. (pág.

130). Los resultados indicaron que de acuerdo a lo observado mediante las fichas; elementos como el chat, los donativos y el uso de gifs y emoticones, constituyeron factores claves en la comprensión del nivel de interacción y de formación de comunidades virtuales. Además, se evidenció que los comentarios, cifras de seguidores y suscriptores, son un reflejo directo del apoyo y sentimiento de identidad y pertenencia a un espacio denominado como comunidad virtual, en la que además quienes la conforman presentan características e intereses en común, es decir, que quienes se identifican más con Flexz y sus contenidos van a formar parte de su comunidad virtual y así mismo se evidenció con Arianna Macías.

Ciertamente, el uso de los gifs y emoticones es muy frecuente en este tipo de interacciones virtuales, sobre todo por parte de los seguidores de los streamers, que no dejaron de usarlos en ningún momento en el chat de alguna transmisión. Las diferencias radicarían en que Flexz no las usó con la misma intensidad que Arianna, debido a que la streamer nacional, incluye sus gifs personalizados en la pantalla y recurre a ellos para todo tipo de mensajes, y leía los comentarios con la emoción que los emoticones y gifs aportan al texto.

En referencia al performance, los resultados indicaron que la forma cómo se presentó ambos streamers, sus líneas gráficas y todo aquello que englobaron sus imágenes, evidenciaron características muy distintas pese a que los dos fueron analizados desde la categoría Just Chatting, Subcategoría videojuegos. Dicho lo anterior, Ayerbe (2017) habló acerca de la complejidad de su conceptualización pero que se resume en el arte de presentarse en vivo y cómo se manifiestan de forma física con sus seguidores mediante el uso del lenguaje al momento de transmitir sus contenidos. Por ello, se discuten los resultados que comprenden aspectos que van desde la nueva vida digital y cómo los streamers estudiados manejan sus imágenes, desde sus formas de vestir, los colores que usan, no solo en sus pantallas, sino también en sus habitaciones o sitios desde los cuales transmiten. Se observó coherencia en ellos, debido a que Flexz, streamer internacional, viste con colores negros y azules, vinculados a su línea gráfica, mientras que Arianna Macías, streamer nacional, usa prendas en tonos pasteles o más vivos, como rosados, rojos, celestes, azules, entre otros, que están acordes a su línea gráfica, incluso en su habitación tiene una tenue luz lila.

De acuerdo a los autores Ornellas y Arrazola (2018) la vida digital se refiere a los cambios que los individuos han tenido que vivir en todos los ámbitos, desde los más indispensables, como los laborales, política, salud, hasta los que incluyen entretenimiento, relaciones amorosas, etc, gracias a las innovaciones tecnológicas. En la industria del entretenimiento, Twitch ha sido una plataforma con gran éxito hasta el presente, entre otros factores, gracias a la interacción streaming que permite, por lo que tras obtener resultados de las fichas de observación a dos streamers: una

nacional y otro internacional, se logró identificar que la ecuatoriana Arianna Macías, maneja una línea gráfica compuesta por efectos especiales novedosos, con colores característicos que van desde tonalidades más pasteles, como el rosado, celeste y lila, hasta más vibrantes como rojo, azul y morado, sin embargo, no se apreciaron transmisiones en las que haya alejado de estos parámetros. Ella usa con frecuencia animaciones, que la presentan como una caricatura o recurre a un gatito animado color blanco que presenta mensajes cortos escritos de bienvenida, alertando de que están próximos a comenzar o cuando llegan donativos, pedidos de canciones, etc.

Por su parte, Flexz, de origen español y situado en Madrid, también posee una línea gráfica que casi nunca varió, pues los colores azul, negro, amarillo y naranja, siempre estuvieron y se presentaron en formas de rayos, como efectos especiales, o en los colores de recuadros y animaciones de letras y dibujos que aparecían en su pantalla de transmisiones.

La vestimenta de ambos streamers se vio muy asociada a los colores que sus líneas gráficas poseen, así mismo el lenguaje que manejaron y la forma en la que transmitían sus imágenes guardaron coherencia entre todos estos elementos que cada uno se cree que intentaron reflejar.

Se considera que Flexz, se presenta como un hombre simpático y que inspira confianza, sin extravagancias en su forma de vestir o hablar, ya que empleó términos considerados como “malas palabras” en un contexto en el que hablaban sobre videojuegos, aparatos tecnológicos, precios y características, por lo que no se observaron comentarios de personas que se hayan visto afectados por los mismo, sino más bien, seguían el ritmo de la conversación.

Mientras que Arianna, lució todo el tiempo como una joven agradable y amigable, a la que se lo podía preguntar temas relacionados a los videojuegos pero también le contaban acerca de temas personales, como la preocupación ante el regreso a clases, opiniones sobre alguna situación en particular, etc. Se evidenció que su estilo en cuanto a ropa se refiere, tampoco era extravagante pero se permitía alternar entre colores pasteles u otros más vibrantes, sin alejarse por completo de los colores de su línea gráfica.

La imagen y el performance, tal como lo indicaron Álvarez y Yllera (2017) también requieren de la actuación y de mantenerse activos para poder transmitir la esencia, a pesar de que en cuestiones del arte, no todo es exacto sino que también aquello que permanece estático, sin moverse, se considera artístico, eso es lo que se pudo observar con los dos streamers analizados, por un lado, Arianna Macías actuaba de manera distinta a Flexz, sin embargo, ambos cuentan con comunidades virtuales con una elevada interacción, por lo que se confirma que entre lo más importante para un streamer o generador de contenido, está el comunicar la esencia.



Todo esto indicaría que entre los factores para gozar de popularidad, tener buena interacción y formar comunidades virtuales, serían mantener coherencia en lo que abarca la línea gráfica, debido a que esto podría ser una muestra de originalidad y autenticidad ante los demás usuarios de Twitch.

### **Discusión de resultados del grupo focal**

El tema principal sobre el que giró el grupo focal, fue acerca de la interacción que la plataforma de streaming Twitch permite, así que con ese enfoque se dirigieron las preguntas.

Unos de los temas abarcados, consistió en conocer cómo llegaron a ser usuarios, streamers o creadores de contenido en Twitch, a lo que la mayoría respondió que por YouTube y otros dijeron que a raíz de la pandemia, contaron con mayor tiempo libre lo que los motivó a crear sus cuentas en esta plataforma. Aquello se relaciona con parte de lo citado en el estado del arte, respecto a que la vida digital en pandemia cobró mucha más fuerza, debido a que supuso alternativas frente al aislamiento social impuesto como medida sanitaria ante la pandemia de covid-19, pues en una era en la que predomina la digitalización y las plataformas de interacción social lograron que los usuarios se multipliquen, de acuerdo a lo expuesto por Marín (2021).

Analizando las respuestas en las que se refleja que la mayoría supo de Twitch por YouTube, se puede ver que efectivamente, la realidad es que la mayoría de los adolescentes y jóvenes hasta cerca de los 30 años, prefieren consumir contenidos desde internet que por medios de comunicación tradicionales, siendo la razón más importante: la interacción que las plataformas digitales les permiten, entre otras razones que se irán exponiendo más adelante.

También se intentó descubrir cuáles son los beneficios que sienten que Twitch les ofrece y por qué las prefieren sobre otras plataformas, siendo la interacción la respuesta que tuvieron en común los participantes. Se pudo apreciar la emoción que tuvieron al contar las herramientas que les permiten estar interactuando constantemente, y al tomar en cuenta los comentarios que hicieron referente a los gifs y emoticones, no quedan dudas de que estos son recursos de comunicación infaltables en esta nueva era. También se mencionaron detalles como que se trata de una plataforma con una interfaz sencilla, fácil de usar, que les recuerda de transmisiones y temáticas próximas a tocar, por lo que se puede interpretar como que los consumidores de esta era digital, prefieren las plataformas que faciliten sus vidas, que les brinden beneficios y que fomenten la unión e interacción entre personas que se identifican unas con otras, formando comunidades.

Otro de los temas abordados elegidos para este análisis, fue la percepción que ellos como usuarios, generadores de contenidos o streamers tienen de Twitch, a lo que respondieron que pese a que ellos en particular, decidieron unirse a la plataforma por sus intereses en conocer más sobre videojuegos, también llegaron a sentir interés por otros contenidos, debido a que la perciben como una plataforma que engloba mucho más que videojuegos, eso podría deducirse en que como la interacción, el entretenimiento y relajación fue uno de los motivos que los llevaron a unirse a Twitch, también pueden encontrar todo esto en otro tipo de contenidos, ya que incluso afirmaron que lo más les gustaba era que podían preguntar sobre temas que desconocen sin sentir pena o inseguridad.

Además se buscó conocer cómo perciben ellos la interacción existente en la plataforma Twitch, a lo que la mayoría coincidió en que efectivamente se sienten como parte de una comunidad gracias a que sienten que existe mucho apoyo entre los miembros, así como se streamer a seguidores y suscriptores y viceversa. Para Marín (2021) las industrias actuales de entretenimiento, tienen que afrontar nuevos retos respecto a nuevas plataformas y las modernas maneras de promover la interacción, dando más facilidades a los creadores de contenido, por lo que se puede apreciar los esfuerzos que se realizan para cautivar audiencias. El hecho de que aquellos integrantes de lo que sería una comunidad virtual compartan intereses es fundamental en el sentido de pertenencia y de identificación que afirmaron sentir los participantes del grupo focal, sin embargo, dos de los 12 consultados, afirmaron no sentir que estén dentro de una comunidad ya que lo hacen sobre todo por distracción y no sienten gran interés por conocer lo que los demás tienen que decir, sobre todo si se sale de los tips y conocimientos de videojuegos, por ejemplo.

Esas respuestas resultan interesantes debido a que demuestran que aunque las evidencias demuestran que efectivamente existen sentimientos afianzados que sean capaces de formar comunidades, no todas las personas piensan o sienten con la misma intensidad y prefieren mantenerse más alejados, demostrando que para ellos no es indispensable o de sumo interés estar pendientes de las otras personas que siguen a un determinado streamer. Sobre este hallazgo, se puede confirmar lo planteado por López (2019) quien afirmó que en las comunidades virtuales existen roles que se fijan de acuerdo a la interacción de cada usuario, por ejemplo están los líderes, encargados de plantear normas y elaborar planes para la comunidad, otros son moderadores, es decir, los que controlan que las reglas se cumplan, así mismo, están los contribuyentes o personas activas, que siempre están presentes en las conversaciones, dejando reacciones y comentarios en todo momento, mientras que también se encuentran “los mirones” o aquellos que no prefieren no

ser tan participativos y que no son observados con facilidad, debido a que prefieren mantenerse con un perfil bajo.

Fue importante también, saber cómo creen ellos que se puede mantener unida a una comunidad en Twitch. Las respuestas, una vez más, señalaron que la interacción es clave para que quienes decidieron seguir o suscribirse a un canal, no se alejen y efectivamente se logre fidelidad por parte de ellos. Otro criterio que fue recurrente fue el la originalidad, autenticidad y simpatía que deben despertar los streamers en sus seguidores, ya que eso marcará la diferencia entre que los sigan por moda y sea algo efímero o se trate de una relación fuerte.

Se pudo notar que el carisma y la personalidad de los streamers resultan determinantes para lograr aceptación y sobre todo que se puedan mantener con una audiencia fiel, esto no quiere decir que todos aquellos que se rían, hagan bromas o luzcan divertidos sean los únicos que van a conseguir que sus comunidades se mantengan, sino más bien, el mostrarse auténticos y compartir contenidos interesantes, sin dejar de lado la interacción serán los factores que les permitan la unión entre los miembros de sus comunidades.

Por otro lado, se intentó descubrir si es que Twitch ha influido en algún cambio en ellos, respecto a sus actitudes, vestimenta, o léxico, a lo que la mayoría indicó que no han tenido cambios significativos pero que resulta normal que sí hayan pequeños cambios, sobre todo porque interactúan con personas de otros países y por lo tanto, con otras nacionalidades, razón por la cual calificaron como normal que adquieran el uso de nuevos términos. No consideran que hayan cambiado notablemente sus formas de vestir o sus actitudes. Este hallazgo, se encuentra relacionado con el aporte de Muros (2011) quien señaló que la identidad virtual se trata de una extensión de la identidad “real” de una persona, resultado del desarrollo tecnológico y la aparición de redes sociales, por lo que es posible comunicarse con mayor facilidad, teniendo lugar un intercambio de culturas, que abarcan lenguajes, costumbres, comportamientos, etc. Se considera que esto es veraz debido a que en un mundo globalizado, el compartir culturas es muy común y no significa una adopción falsa de una identidad, sino de la extensión a una identidad virtual.

Ante las respuestas obtenidas y de acuerdo con todo lo estudiado y los datos alcanzados, es notorio que la unión y formación de comunidades virtuales, surgen gracias a los aspectos en común que los usuarios tienen, por lo no se trataría de cambiar realidades sino más bien de que entre personas se identifiquen y compartan tiempo de acuerdo a eso. Aquello confirma lo expuesto por Cáceda y Bedoya (2019) cuando indicaron que las comunidades virtuales, son parte de la nueva realidad gracias a los medios digitales y son importantes debido a que sus integrantes llegan a sentir satisfacción por la comunicación en tiempo real que tienen vía internet, logrando

experiencias entretenidas y permitiendo que los usuarios sientan que efectivamente, son parte de un grupo.

Así mismo, la hibridación cultural que incluye aspectos como el léxico y lenguaje de las personas, ahora se vivirían no solo con la interacción física producto de la migración, sino que a través de plataformas streaming que permiten la interacción en tiempo real se puede intercambiar este tipo de información.

Finalmente, se intentó descubrir si han podido establecer amistades dentro de las comunidades virtuales en Twitch, obteniendo respuestas afirmativas por parte de la mayoría de consultados, debido a que al estar conscientes de que se encuentran unidos por los gustos e intereses en común, son bases importantes para que puedan surgir amistades duraderas desde la plataforma, así mismo, alguien compartió información acerca de un conocido en particular, que tiene más amigos en Twitch que en su círculo físico, siendo amistades duraderas.

Por lo tanto, se observó que es posible llegar a formar amistades dentro de estas comunidades, sin embargo, esto va a depender de cada persona y los parámetros que tome en cuenta al momento de elegir amistades, no obstante, se muestra de acuerdo en que al tener mucho en común, estas personas pueden sentirse cómodas en establecer conexiones de amistad y no solo relaciones efímeras en Twitch.

## **Conclusiones**

Ante el problema de investigación que se planteó en el presente trabajo, que consistió en determinar el aporte de la plataforma de streaming Twitch en la generación de contenidos desde la interacción entre streamers, seguidores y suscriptores, se pudo concluir principalmente que entre los beneficios que la plataforma ofrece, tanto a sus creadores de contenidos, como a sus usuarios en general, y el performance que los streamers manejan, logran la construcción de comunidades virtuales, así como el sentido de pertenencia y de identidad en quienes hacen uso de Twitch.

Primero se pudo comprobar que aunque la era tecnológica ha permitido la aparición y supervivencia de diversas plataformas virtuales de socialización, a raíz de la pandemia se evidenció un auge en otras plataformas de entretenimiento menos conocidas, sobre todo en Ecuador, como Twitch, debido a la necesidad de establecer conexiones entre personas, sin importar el lugar físico y en tiempo real, así como compartir el gusto por los videojuegos que fue la categoría inicial de esta plataforma streaming.

También se evidenció que la mayoría de la población de adolescentes, jóvenes adultos y adultos hasta aproximadamente los 30 años de edad, prefieren informarse y entretenerse por medio de plataformas y canales digitales, frente a los medios de comunicación tradicionales.

Aunque Twitch no es una de las plataformas de streaming más usada en Ecuador, cada vez más usuarios se unen a ella e incluso la prefieren sobre otras, gracias a los beneficios que brinda a sus usuarios en general, como a los creadores de contenido. Así mismo, garantiza una mayor interacción, personalización y configuración de pantalla y transmisiones, es considerada como más intuitiva y fácil de usar, entre muchas otras ventajas.

Sí es posible la formación de comunidades virtuales en Twitch, debido a que gracias a la interacción constante, al sentimiento de pertenencia e identidad que los usuarios llegan a sentir a partir de la información compartida por parte de los streamers, se mantienen fieles a sus transmisiones, participan en sus dinámicas, realizan donaciones e incluso comparten temas más allá de videojuegos, creando vínculos más personales. Eso se demuestra con las comunidades que han llegado a formar los streamers estudiados en esta investigación: la ecuatoriana Arianna Macías y el español, Flexz. A pesar de que tocan temas similares, es decir, videojuegos, tienen personalidades y elementos performáticos distintos, aun así, sus seguidores les demuestran su apoyo. Incluso, como se expuso en los resultados y discusión de resultados, muchos de los actuales usuarios de Twitch llegaron a la plataforma, gracias a otros gamers e influencers presentes en YouTube o Facebook gaming, les recomendaron seguirlos en Twitch y sumado a eso, los beneficios que esta plataforma ofrece los convencieron de continuar ahí.

En cuanto al performance por género, sí se observan diferencias en las formas de construir contenidos y las líneas gráficas para presentarlos, por un lado, el streamer Flexz, los colores que emplea, su lenguaje y los comentarios que recibe, guardan coherencia, siendo en su mayoría contenidos enfocados en videojuegos, uso, compra y recomendaciones acerca de dispositivos tecnológicos aptos para jugar y transmitir en vivo, mientras que en el caso de la streamer Arianna Macías, sus colores y vestimenta se encuentran más direccionados a gamas que usualmente se les designa a las mujeres, incluso su lenguaje y forma de comunicarse con sus seguidores es más abierta a otros temas que no estén solo direccionados a videojuegos y tecnología, recibiendo e intercambiando comentarios acerca de temas más personales.

En conclusión, la presente investigación confirma la existencia de vida digital en torno a la plataforma Twitch, en donde la interacción es la que prima y ocasiona que se formen comunidades virtuales capaces de perdurar, gracias a una audiencia caracterizada por la fidelidad hacia sus

creadores de contenidos preferidos y a una plataforma que brinda numerosos beneficios, tanto para streamers como para usuarios.

### **Recomendaciones**

Se recomienda elaborar futuras investigaciones con diseños metodológicos mixtos, para que permitan obtener datos puntuales y a la vez profundizar en otros aspectos que amplíen la visión de los fenómenos que abarcan las plataformas streaming. Se lo considera importante porque podría ayudar a la comprensión de nuevos patrones de comportamiento y hábitos de consumo en áreas como marketing y desde las ciencias sociales para analizar las nuevas construcciones sociales que nacen en torno a los nuevos productores de las industrias culturales.

De la misma manera, se podría indagar en el análisis de otros elementos como los factores que inciden en la aceptación de streamers por parte de seguidores y suscriptores, así como los motivos que llevan a los usuarios a dedicar más tiempo en el consumo de estos contenidos presentados en Twitch, lo cual sería de utilidad para la línea de investigación en comunicación digital, destinada a explorar los factores que inciden en los gustos y preferencias en la industria del entretenimiento.



## Bibliografía

- Almeida Guerrero, A. (2019). La Comunicación Estratégica en Plataformas Streaming para el Desarrollo de la Marca Personal de Comunicadores Sociales del Colegio de Periodistas del Guayas, Guayaquil 2018. *Tesis de tercer nivel*. Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/38637/1/TESSSSSS.pdf>
- Álvarez Ramos, E., & Yllera Ramos, C. (2017). *La performance como recurso comunicativo-expresivo en el aula de primaria*. El Guiniguada. Obtenido de [https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/22157/1/0235347\\_00026\\_0006.pdf](https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/22157/1/0235347_00026_0006.pdf)
- Álvarez, J. (27 de enero de 2021). *Digital report 2021: el informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y mobile*. Obtenido de We are social: <https://wearesocial.com/es/blog/2021/01/digital-report-2021-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile>
- Apablaza Campos, A., & Codina, L. (2018). Social Media Live Streaming: Estudio de caso y diseño de matriz de análisis. *Cuadernos*, 161-180. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cinfo/n43/0719-367X-cinfo-43-161.pdf>
- Ayerbe, N. (2017). Documentando lo Efímero: reconsideración de la idea de presencia en los debates sobre la performance. *Revista Brasileira de Estudos da Presença*, 551-572. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/rbep/a/GxK4GBs6vLCPsQJbj3N9cLr/?format=pdf&lang=es>
- Azcona, M., Manzini, F., & Dorati, J. (2013). *Precisiones Metodológicas sobre la Unidad de Análisis y la Unidad de Observación. Aplicación a la Investigación en Psicología*. Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de La Plata. Obtenido de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45512/Documento\\_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45512/Documento_completo.pdf?sequence=1)
- Cáceda Quispe, M., & Bedoya Granda, M. (2019). Gestión de las cuentas oficiales de Uber en redes sociales para mejorar la percepción de seguridad de la marca en la comunidad digital en el 2018. *Tesis de tercer nivel*. Universidad de San Ignacio de Loyola. Obtenido de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9305/1/2019\\_Bedoya-Granda.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9305/1/2019_Bedoya-Granda.pdf)
- Cáceres Zapatero, M., Brändle Señán, G., & Ruiz San Román, J. (2017). Sociabilidad virtual: la interacción social en el ecosistema digital. *Historia y comunicación social*, 233-247. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/43558/1/HCSocial.D.C%C3%A1ceres.pdf>
- Cárdenas, A. (2016). La performance: el cuerpo como confluencia de los lenguajes artísticos. *XXVIII*. Obtenido de [http://www.kaleidoscopio.com.ar/fs\\_files/user\\_img/esteticas\\_contemporaneas/XX\\_CARDENAS\\_%20Andrea%20la%20performance-pag%20108.pdf#page=108](http://www.kaleidoscopio.com.ar/fs_files/user_img/esteticas_contemporaneas/XX_CARDENAS_%20Andrea%20la%20performance-pag%20108.pdf#page=108)
- Casells, C. (2021). Twitch. tv, un nuevo paradigma en la comunicación y el entretenimiento en Internet. *Tesis doctoral*. UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA. Obtenido de <https://riUNET.upv.es/bitstream/handle/10251/172742/Casells%20-%20Twitchtv%20un%20nuevo%20paradigma%20en%20la%20comunicacion%20y%20el%20entretenimiento%20en%20Internet.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Cebrian, J. (2 de enero de 2021). *El contenido más visto en Twitch a lo largo de 2020*. Obtenido de Dot Esports: <https://dotesports.com/es/news/el-contenido-mas-visto-en-twitch-a-lo-largo-de-2020>



- Celis Banegas, P. (2020). Nuevos espectadores: revolución en la lucha libre mexicana a partir de la aparición del streaming. *Revista SOMEPSO*, 96-109. Obtenido de <https://revistasomepso.org/index.php/revistasomepso/article/view/13/6>
- Cerón Hernández, J., & Rodríguez Barrientos, A. (2020). Trabajo para jugar y juego para trabajar: apropiaciones de la práctica de videojugar como actividad laboral y transformación identitaria. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5886/588663787007/588663787007.pdf>
- Cotán Fernández, A. (2020). *El método etnográfico como construcción de conocimiento: un análisis descriptivo sobre su uso y conceptualización en ciencias sociales*. Obtenido de <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/19608/MARGENES-1-1-5%20pp%2083-103.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cueto Urbina, E. (2020). *Investigación cualitativa*. Applied Sciences in Dentistry.
- Del Alcazar, J. (2019). *Ecuador Estado Digital Ene/21*. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65494042/Ecuador\\_Estado\\_Digital\\_enero\\_2021\\_Full-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1623606005&Signature=U~HIF3AFzQO1-2jUECea4BY5ftKZodipkwVZklarwz0Mo8oeoDz5~VA5ff61R~H7R~5pTmMgutvg6EielfkDbBEH07IL9mHPu~zWQBSs9BkWZpK6pxDQ3](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65494042/Ecuador_Estado_Digital_enero_2021_Full-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1623606005&Signature=U~HIF3AFzQO1-2jUECea4BY5ftKZodipkwVZklarwz0Mo8oeoDz5~VA5ff61R~H7R~5pTmMgutvg6EielfkDbBEH07IL9mHPu~zWQBSs9BkWZpK6pxDQ3)
- (2021). Determinación de escenarios futuros y estrategias vinculadas para una empresa de la Industria Cultural y Creativa. Caso: Linaje Peruano. *Tesis de tercer nivel*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/20882/CHAVARRI\\_MONTES\\_SANDOVAL\\_ESPINOZA\\_MENDOZA\\_SUAREZ1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/20882/CHAVARRI_MONTES_SANDOVAL_ESPINOZA_MENDOZA_SUAREZ1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Díaz, C. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum. *Revista general de información y documentación*.
- El Universo. (10 de julio de 2020). Twitch, una plataforma de comunidad y nueva forma laboral. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2020/07/07/nota/7897860/twitch-plataforma-que-ayuda-descubrir-habilidades/>
- El Universo. (25 de febrero de 2021). Plataformas de streaming como Netflix y Amazon Prime Video han obtenido el 25% del mercado televisivo mundial durante la pandemia. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/internacional/plataformas-de-streaming-como-netflix-y-amazon-prime-video-han-obtenido-el-25-del-mercado-televisivo-mundial-durante-la-pandemia-nota/>
- eSports. (16 de julio de 2019). *Grabarse hablando, la nueva moda millonaria del streaming*. Obtenido de eSports: <https://www.marca.com/esports/2019/07/16/5d2d7c9d46163f29298b4591.html>
- Esteban Nieto, N. (2018). *Tipos de investigación*. Obtenido de <http://resultados.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- Gallardo Angeles, M., & Sandoval Ochoa, H. (2020). Factores que influyen en el Modelo UTAUT en relación a la Intención de Uso de Plataformas de Streaming en Millenials. *Proyecto para recibir título de bachiller en Comunicación y Marketing*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima. Obtenido de

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654529/GallardoA\\_M.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654529/GallardoA_M.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

- Gonzales Flores, Y. (2019). *Influencia del uso del Streaming en las preferencias radiales de los adolescentes*. Obtenido de <http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/139/Gonzales-Flores-Yuriko%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guevara Alban, G., Verdesoto Arguello, A., & Castro Molina, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*. Obtenido de <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/860/1363>
- Gutiérrez, J., & Cuartero, A. (2020). El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*. Obtenido de <https://idus.us.es/handle/11441/102221>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Selección de la muestra*. Obtenido de [http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506\\_6.pdf](http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2017). *Selección de la muestra*. Obtenido de [http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506\\_6.pdf](http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf)
- Herrera, J. (2017). *La investigación cualitativa*. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/1167/1/La%20investigaci%3b3n%20cualitativa.pdf>
- Iñesta, N., & Sixto, S. (2020). Redes sociales, convergencia y narrativas transmedia en la promoción de las Islas Canarias. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 148-170.
- Juárez, B. (2020). Análisis de la cultura virtual en las redes sociales como organización digital. *Prisma Social: revista de investigación social*, 295-321. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7524829>
- Juárez, B. (2020). Análisis de la cultura virtual en las redes sociales como organización digital. *Prisma Social: revista de investigación social*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7524829>
- Lago, S., & Rivoir, A. (2021). Tecnologías digitales y pandemia. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 11-15. Obtenido de <https://ojs.sociologia-alas.org/index.php/CyC/article/view/242/244>
- López Martín, E. (2019). Arte de Internet 2.0: estrategias participativas orientadas a la comunidad virtual. *Proyecto de investigación*. Universidad de Murcia. Obtenido de <https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/75283>
- Marín Pérez, B. (2021). Streaming: ventajas, desafíos y oportunidades de las radiotelevisión para captar audiencias. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 1-21. Obtenido de <http://www.revistaccinformacion.net/index.php/rcci/article/view/85>
- Martínez Bravo, M., Sádaba Chalezquer, C., & Serrano Puche, J. (2019). Desarrollo de competencias digitales en comunidades virtuales. *Prisma Social: revista de investigación social*, 129-159. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6360024>

- Medina, L. (2018). *El papel de las tic en la transformación de la sociedad*. Editorial Los Libertadores. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=uRdWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=Las+Tecnolog%C3%ADas+de+la+Informaci%C3%B3n+y+la+Comunicaci%C3%B3n+\(TIC\)+ofrecen+abundantes+oportunidades+a+las+personas,+que+pueden+ser+aprovechadas+desde+distintos+niveles+y+ri](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=uRdWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=Las+Tecnolog%C3%ADas+de+la+Informaci%C3%B3n+y+la+Comunicaci%C3%B3n+(TIC)+ofrecen+abundantes+oportunidades+a+las+personas,+que+pueden+ser+aprovechadas+desde+distintos+niveles+y+ri)
- Muros, B. (2011). El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2170/217019031004.pdf>
- Pérez Zúñiga, R., Mercado Lozano, P., Martínez García, M., Mena Hernández, E., & Partida Ibarra, J. (2018). La sociedad del conocimiento y la sociedad de la información como la piedra angular en la innovación tecnológica educativa. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v8n16/2007-7467-ride-8-16-00847.pdf>
- Pérez, R., Mercado, P., Martínez, M., Mena, E., & Partida, J. (2018). La sociedad del conocimiento y la sociedad de la información como la piedra angular en la innovación tecnológica educativa. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 847-870. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672018000100847&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672018000100847&script=sci_arttext)
- Renau Ruiz, V., Oberst, Ú., & Carbonell Sánchez, X. (2013). Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social. *Anuario de Psicología*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97029454002>
- Renau, V., Oberst, Ú., & Carbonell, X. (2013). Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social. *nuario de psicología*, 159-170. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/970/97029454002.pdf>
- Rivera, P., & Miño, R. (2018). Los jóvenes y las comunidades virtuales. *Páginas de Educación*, 67-82. Obtenido de [http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S1688-74682018000100067&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S1688-74682018000100067&script=sci_arttext&tlng=en)
- Sáenz Rubia, R. (2020). Análisis de sentimiento en tiempo real de mensajes de Twitch con algoritmos de clasificación. *Tesis de Ingeniería*. Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido de <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/124106/6/rsaenzTFG0120memoria.pdf>
- Sánchez Mariño, J. (26 de mayo de 2019). Qué son los streamers, la nueva tendencia en redes que conquista a los centennials y mueve millones. *INFOBAE*. Obtenido de <https://www.infobae.com/sociedad/2019/05/26/que-son-los-streamers-la-nueva-tendencia-en-redes-que-conquista-a-los-centennials-y-mueve-millones/>
- Sancho, J., Ornellas, A., & Arrazola, J. (2018). La situación cambiante de la universidad en la era digital. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/146646/1/681273.pdf>
- Santos Díaz, E. (2018). Construcción de la identidad digital a través de la auto-objetivación: Creación del yo-objeto y su relación con la cosificación del cuerpo de las mujeres. *Teknokultura*, 301-309. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6703979>

- Silerio Hernández, L., Lechuga Nevárez, M., & Reyes Sierra, M. (2020). Determinación del tamaño de muestra: un caso práctico. *PRAXIS EDUCATIVA REDIE*. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63661907/REVISTA\\_ELECTRONICA\\_PRAXIS\\_EDUCATIVA\\_RED20200617-118553-14iib2g.pdf?1592447816=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DInfraestructura\\_escolar\\_y\\_autonomia\\_de\\_g.pdf&Expires=1619276611&Signature=dYFC](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63661907/REVISTA_ELECTRONICA_PRAXIS_EDUCATIVA_RED20200617-118553-14iib2g.pdf?1592447816=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DInfraestructura_escolar_y_autonomia_de_g.pdf&Expires=1619276611&Signature=dYFC)
- Trejo Delarbre, R. (2020). *Viviendo el Aleph: La sociedad de la información y sus laberintos*. Editorial Gedisa. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=k0MBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=que+es+sociedad+de+la+informaci%C3%B3n&ots=v7AUn90dv5&sig=xD-ErR2KrrGCgqq4p8BZ22e231s&redir\\_esc=y#v=onepage&q=que%20es%20sociedad%20de%20la%20informaci%C3%B3n&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=k0MBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=que+es+sociedad+de+la+informaci%C3%B3n&ots=v7AUn90dv5&sig=xD-ErR2KrrGCgqq4p8BZ22e231s&redir_esc=y#v=onepage&q=que%20es%20sociedad%20de%20la%20informaci%C3%B3n&f=false)
- Ure, M. (2017). De la alteridad a la hiperalteridad: la relación con el otro en la Sociedad Red. *Sophia, colección de Filosofía de la Educación*, 193-212. Obtenido de [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1390-86262017000100193](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86262017000100193)
- Vasco González, M., & Pérez Serrano, M. (2017). Ocio digital en los jóvenes en dificultad social. *Bordón. Revista de pedagogía*, 147-160. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5901380>
- Velásquez, A., Maldonado, J., Beltrán, A., Renó, D., & Ortiz, C. (2018). De los mass media a los medios sociales: reflexiones sobre la nueva ecología de los medios. *Revista Latina de Comunicación Social*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6341442>
- Vélez Escobar, G. (2020). Plataformas streaming ante la construcción de notas tendencias de índole nacional. *Tesis de tercer nivel*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3925>
- Yepes Zuluaga, S., Montes Granada, W., Álvarez Salazar, J., & Ardila M, J. (2018). Grupo focal: una estrategia de diagnóstico de competencias interculturales. *Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad*. Obtenido de [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3527636](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3527636)
- Zhou Chan, D. (2021). *Reputación del streamer peruano de Dota 2: la perspectiva del jugador de Dota 2 peruano*. Obtenido de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654794/ZhouC\\_D.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654794/ZhouC_D.pdf?sequence=3&isAllowed=y)