UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

STREAMERS: NUEVAS FORMAS DE INTERACCIÓN EN LA PLATAFORMA TWITCH-CATEGORÍA VIDEOJUEGOS

Elaborado por:

MARCOS JOSUÉ RODRÍGUEZ SÁNCHEZ

GRADO

Trabajo de Investigación Formativo previo a la obtención de título de:

Comunicación Social con Mención en Marketing y Gestión Empresarial.

Guayaquil- Ecuador

Noviembre de 2021

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

“STREAMERS: NUEVAS FORMAS DE INTERACCIÓN EN LA PLATAFORMA TWITCH-CATEGORÍA VIDEOJUEGOS”

Elaborado por:

MARCOS JOSUÉ RODRÍGUEZ SÁNCHEZ

GRADO

Trabajo de Investigación Formativo previo a la obtención de título de:

Comunicación Social con Mención en Marketing y Gestión Empresarial.

DOCENTE INVESTIGADOR
María Fernanda Martínez

CO-INVESTIGADOR
Gabriela Giler – Paola Plúa

Guayaquil-Ecuador

Noviembre de 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 la Docentes Investigadora María Fernanda Martínez, acompañada de las Co-investigadoras Gabriela Giler y Paola Plúas, docentes de la Universidad Casa Grande.

El objetivo del Proyecto de Investigación Semillero es explorar cómo se desarrollan las interacciones entre los streamers y sus comunidades al interior de la plataforma Twitch. El enfoque del Proyecto es cualitativo. La investigación se realizó de agosto a septiembre del 2021 en la plataforma Twitch. Las técnicas de investigación que usaron para recoger la investigación fueron la observación participante y el grupo focal.

Resumen

La investigación gira en torno a las nuevas formas de interacción que son creadas gracias a las plataformas digitales y redes sociales de streaming. El objetivo principal de la investigación es la exploración del desarrollo de interacciones entre los streamers y las comunidades de usuarios dentro de la plataforma Twitch. Se utilizaron técnicas de observación participante en las transmisiones en vivo de dos streamers, uno nacional y otro internacional. Además, como complemento de la investigación se realizó un grupo focal con el fin de profundizar en las percepciones de los usuarios sobre la plataforma.

Los elementos analizados en esta técnica fueron imagen, vestimenta, escenografía, rol de su género, entre otros. Uno de los resultados a destacar es la diferencia entre streamers al exponer su vida privada. Por otra parte, el grupo focal permitió conocer la gratificación de los usuarios al ser tomados en cuenta por los streamers. Adicional, la prioridad que tiene la personalidad sobre el contenido. En conclusión, las nuevas plataformas digitales cómo Twitch crean nuevas formas de interacción entre usuarios y crean comunidades propias.

Palabras claves: performance, identidad digital, Twitch, Interacción, Plataforma Streaming

Abstract

The research revolves around the new forms of interaction that are created thanks to digital platforms and streaming social networks. The main objective of the research is the exploration of the development of interactions between streamers and user communities within the Twitch platform. Participant observation techniques were used in the live broadcasts of two streamers, one national and one international. In addition, as a complement to the research, a focus group was carried out in order to deepen the perceptions of users about the platform.

The elements analyzed in this technique were image, clothing, scenery, gender role, among others. One of the results to highlight is the difference between streamers when exposing their private lives. On the other hand, the focus group allowed to know the gratification of the users when being taken into account by the streamers. Additionally, the priority that the personality has over the content. In conclusion, new digital platforms such as Twitch create new forms of interaction between users and create their own communities.

Keywords: performance, digital identity, Twitch, Interaction, Streaming Platform

Tabla de contenido

Resumen 3
Abstract 4
Introducción 7
Problema de investigación: 9
Justificación 9
Antecedentes 10
Vida digital en Pandemia 11
Industrias culturales 12
Plataformas Streaming 13
Nuevas formas de interacción 13
Twitch 15
Streamer 16
Categoría videojuego: Fortnite 17
Marco teórico 18
Sociedad de la información 20
La Cibercultura 20
Vida Digital 21
Identidad virtual 22
Comunidades virtuales 23
Performance 24
Interacción Streaming 26
Estado del arte 27
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN 29
Objetivos General de la investigación 29
Objetivos de la investigación: 29
Metodología 29
Método 30
Tipo de estudio 31
Unidades de análisis 33
Transmisiones de los streamers 34
Muestra. 34
Técnica y herramientas de investigación 35
Consideraciones éticas 38
RESULTADOS 39

Discusión de los resultados 51
Bibliografía. 58

Índice de tablas

Tabla 1 Definición de categoría 32
Tabla 2 Unidades de análisis 34
Tabla 3 Diario de campo 36
Tabla 4 Cronograma de recolección de datos 37
Tabla 5 Fichas de observación 40
Tabla 6 Usuario e Identidad 41
Tabla 7 Vestimenta de Streamers 42
Tabla 8 Escenario Streamers 43
Tabla 9 Emoticones utilizando durante transmisiones 44
Tabla 10 Salas de grupo focal 47

Introducción

La evolución de las tecnologías en torno a los avances tecnológicos, contribuyen a la construcción de identidades digitales de los individuos, además de generar nuevas interacciones con su entorno. La revolución tecnológica junto con la transformación en las formas de producir, empacar, distribuir, compartir, modificar y consumir mensajes nos ha llevado a protagonizar una dimensión comunicativa diferente que nos obliga a trascender los paradigmas clásicos e integrar nuevas formas de análisis que nos permitan pensar más y mejor la comunicación digital del siglo XXI (Barnett Pearce, 1998).

Adicionalmente, las tecnologías de la información han impulsado de manera acelerada el desarrollo de plataformas digitales que permiten la interacción entre personas conocidas y desconocidas en un mismo diálogo con el fin de compartir gustos, preferencias y contenido. Esto concuerda con el concepto de Srnicek (2016) en donde define a las plataformas digitales como infraestructuras digitales que permiten que dos o más grupos interactúen. Por otra parte, la IAB en España (2009) define a las plataformas digitales de comunicación como plataformas que dan el poder al usuario para generar contenidos y compartir información a través de perfiles privados o públicos.

Las plataformas digitales permiten la creación de nuevos términos y profesiones como lo es el concepto de *streamer*. Según Pino (2012) lo define como una persona que transmite en línea a través de una transmisión en vivo o video pregrabado. En distintas plataformas ha crecido este término sobre todo relacionado al ámbito de los videojuegos, los jugadores *amateurs*, profesionales, semiprofesionales o especializados en algún juego, transmiten en vivo mientras comentan y generan contenido en torno a un tema específico.

Uno de los espacios digitales donde se desarrolla esta profesión es *Twitch*. Una plataforma que tiene como función principal la retransmisión de videojuegos en directo, ofreciéndole al usuario contenidos inmediatos según su preferencia del momento. Dentro de *Twitch* existen los perfiles de suscriptor y seguidor, el primero refiriéndose al usuario que cancela un valor monetario mensual por beneficios exclusivos dentro de la plataforma tales como: foros, premios, emblemas y conversaciones privadas con *streamers* reconocidos. Por otro lado, el seguidor solo puede acceder a las transmisiones y a contenido publicado para los usuarios en general.

La pandemia del COVID-19 aceleró el crecimiento de esta plataforma, recibiendo más de 30 millones de visitantes diarios según el Diario La Expansión (2020). En los últimos meses la plataforma ha mutado rápidamente y ha aumentado la cantidad de creadores de contenido con canales de toda índole: influencers, cocineros, viajeros, periodistas o artistas.

Se destaca también que los Streamers en la actualidad han evolucionado notoriamente; logrando que gran cantidad de usuarios se vean atraídos por sus preferencias de consumo, permitiendo que los contenidos que se ofrecen sean observados de manera directa o diferido, creando cada día más usuarios adeptos comprometidos con los servicios que ofrece, desarrollando y creando a su vez las identidades virtuales con sus comunidades especializadas que han migrado hacia otro nivel las cuales son las plataformas de Streaming y sus interacciones con las comunidades online. Sin dejar a lado la subjetividad en la cual está inmersa la identidad virtual. Turkle (1997), en el capítulo Identidad en la era del internet afirma: “El yo está constituido por el lenguaje y el intercambio de significantes de cada uno de nosotros, es una multiplicidad de fragmentos y conexiones deseantes”.

Problema de investigación:

Las plataformas de streaming se han convertido en espacios de comunicación en donde sus usuarios y las audiencias desarrollan nuevas formas de visualización de contenidos sin necesidad de descargar y eso requiere de un ancho de banda amplio. La interacción de los usuarios permite que resurjan comunidades virtuales, y que, al interior de estas, sus miembros se manejen sin importar tiempo ni espacio. De allí nace la inquietud: ¿Es posible que estas nuevas plataformas de streaming generen nuevos procesos de socialización en términos de interacción y comunidad online?.

En la actualidad, no existen investigaciones que traten este tipo de fenómenos, por lo cual es trascendental fijar la mirada en ellos, interpretar por qué se está dejando el control a un lado para ser un espectador y qué suponen estos cambios para la industria del entretenimiento en un futuro. Teniendo en cuenta lo anterior, es importante hacer una revisión sobre lo que los académicos han fundamentado hasta el día de hoy respecto al análisis y evolución de este medio, considerando su vertiginoso desarrollo en el mercado actual y en las repercusiones de esta plataforma en los nuevos modelos de negocio.

Justificación

Hoy en día la sociedad es cada vez más globalizada, en donde las TICS han influido en la comunicación y sus formas de visualización y análisis. Por otro lado, la pandemia del COVID19 sometió al mundo a un confinamiento que aceleró y limitó las formas de comunicación a medios digitales. Las personas empezaron a buscar información relevante sobre lo que sucedía en otros países o cómo proceder ante esta eventualidad letal a través de portales de internet o páginas web. La resiliencia nos ayuda aceptar esta nueva forma de vida

y como sobrellevar esta nueva realidad, pero surge ante esta emergencia de quedarnos en casa la transmisión de películas, videos, proyecciones en vivo, animaciones para niños y distracciones de programación infantil que permitieron que la comunidad en general se vea atraída e involucrada ante esta nueva modalidad digital como una alternativa positiva que ayuda a superar en parte situaciones emocionales y relajar nuestra mente de una manera saludable.

El internet ha generado cambios en todos los ámbitos, si nos referimos a la comunicación se ha visto afectada por este, lo que ha provocado que las posibilidades comunicativas se expandan. Asimismo, la estructura clásica uno-todos que se había afirmado con los medios de comunicación tradicionales ya no es la única alternativa. Ahora, los usuarios de la red tienen la potestad de elegir qué contenido consumir y cuándo hacerlo. En este trabajo, se pretende explicar cómo esta nueva opción comunicativa digital ha recalado en los usuarios de Internet, y tratar de demostrar por qué está teniendo tanto éxito. Para ello, se ha estudiado a dos cuentas de contenido audiovisual más relevantes de Twitch. Actualmente no existen investigaciones que traten este tipo de fenómenos, por lo cual es trascendental fijar la mirada en ellos, descifrar por qué se está dejando el control a un lado para ser un espectador y qué suponen estos cambios para la industria del entretenimiento en un futuro. Teniendo en cuenta esto, es importante hacer un repaso sobre lo que los académicos han fundamentado hasta el día de hoy respecto al análisis y evolución de este medio, considerando su rápido crecimiento en el mercado actual y en las repercusiones de esta plataforma en los nuevos modelos de negocio.

Antecedentes

Ante la necesidad de lograr mayor información y distribución digital de contenidos multimedia a través de una plataforma cuyo objetivo sea que los usuarios interactúen con el

streamer y comprender la construcción de las comunidades online y por ello se presentan datos de la plataforma Twitch, el ámbito digital y la situación mundial.

Vida digital en Pandemia

El COVID-19 fue una crisis de salud que desencadenó un fenómeno social que impactó y atacó drásticamente a todos los países del mundo. Un virus proveniente de China, que, debido a su alta tasa de contagio y alta tasa de mortalidad, provocó que apenas después de un mes de su aparición la Organización Mundial de la Salud (OMS) anunciara a que este representaba una emergencia de salud pública a nivel internacional y tan solo tres meses después, la categoriza como pandemia mundial. Provocó que muchos países entraran en periodos de confinamiento, donde las interacciones sociales se vieron disminuidas casi en su totalidad para prevenir los contagios. Esto generó muchos cambios en las dinámicas de los individuos y en su forma de socializar con el mundo. La vinculación con los medios digitales no fue un problema para los más jóvenes que ya tenían una alta familiaridad con ellos, tanto para cumplir su trabajo, como para sus momentos de ocio. Sin embargo, la pandemia forzó a que un gran fragmento de la población adoptara estas mismas tendencias digitales y que los jóvenes las incorporaran aún más en sus rutinas diarias.

Según el estudio realizado por Moreira, Candela y Montse (2020) en España, a raíz de la pandemia y el confinamiento se produjo un incremento considerable en el consumo de medios en general, donde el protagonismo de los medios digitales gana una mayor relevancia por varios factores. Los medios tradicionales pierden toda la credibilidad en los grupos jóvenes, pero los medios digitales tienen un aspecto de inmediatez y actualización constante que no tienen los medios tradicionales, lo cual les permite tanto a los jóvenes, como a las personas mayores estar informadas constantemente. Que dentro de la pandemia fue una prioridad constante. Y finalmente, los medios digitales les dan la oportunidad de tener una interacción

en tiempo real con diferentes integrantes de su comunidad compartiendo gusto y preferencias. lo cual es idóneo para el pensar de esta nueva generación que busca la autorrealización.

Industrias culturales

Para Max Horkheimer (1981), “Las industrias culturales son los procedimientos o técnicas de reproducción industrial que estandarizan obras y bienes culturales”. Según el autor, el estándar surge de las necesidades del consumidor y que, a través de la manipulación, estos bienes son aceptados sin resistencia alguna.

Por lo que, algunos de los sectores que constituyen la industria cultural son el arte, el entretenimiento, la publicidad, el cine y la televisión (Horkheimer, 1981). Es necesario recalcar que en la actualidad las nuevas tecnologías, entre ellas el internet y el streaming, figuran como un nuevo sector en las industrias culturales y consumo de masa. Principalmente, porque el internet “altera de manera radical el modelo económico de producción y distribución de la cultura” y también ha quitado a los intermediarios en muchas actividades. (DiMaggio, 2014)

Actualmente, el streaming ha transformado drásticamente grandes industrias como lo son la musical o la del cine por la creación de plataformas como Spotify o Netflix, respectivamente. En ese sentido, Twitch tiene un papel fundamental en el cambio, principalmente, de la industria de los videojuegos, entre otras, por la libertad que tiene el usuario de elegir cómo se quiere presentar, el tipo de interacción que desea tener y el contenido de su mayor preferencia.

Plataformas Streaming

La aparición del streaming hizo viable la llegada de servicios que han afectado sutilmente la cultura y los hábitos de consumo en las personas. Twitch y YouTube, son las principales plataformas dentro de las cuales se genera mayor contenido relacionado a los videojuegos. Con más de 100 millones de visitantes mensuales, son las principales plataformas de streaming de juegos de video en internet. Las audiencias de estos contenidos están dejando de lado el control, para convertirse en espectadores, ya sea por ver la preparación de quien juega, una personalidad o simplemente porque se disfruta del tipo de juego que está siendo transmitido. Estas son posibles hipótesis para entender el porqué de este fenómeno.

Teniendo en cuenta la primordial diferencia entre lo que se podría denominar como plataformas dedicadas (Twitch) y plataformas de entretenimiento de contenido vía streaming (YouTube), consiste en que, a diferencia de Twitch, el usuario de YouTube, aunque sea en pocas producciones, tiene la capacidad de ser espectador y usuario/jugador al mismo tiempo, lo cual deja una cantidad amplia de posibilidades para la industria de los videojuegos a futuro.

Nuevas formas de interacción

El proceso de comunicación genera formas de interacción que determina las formas y el comportamiento de los seres humanos, han inventado diferentes tecnologías para socializar con su entorno. Además, para Marta Rizo García (2008) esa interacción acopla conductas y genera cultura.

Actualmente el nuevo contexto tecnológico nos dice que “vivimos una suerte de revolución sociocultural que permite la creación y consolidación de nuevas modalidades de comunicación y, por tanto, de interacción.” (Rizo García, 2008) No obstante, también existe

un proceso de lo que busca como interacción. Es decir, la inmediatez con la que convivimos actualmente y la que nos permite tener resultados instantáneos a nuestros gustos.

Por lo que la innovación en las nuevas formas de interacción busca eficiencia, facilidad y comodidad para simplificar las tareas de los usuarios. En el caso de la relación que existe con las plataformas *streaming*, como Twitch, la sencilla aclimatación del sitio a diferentes formatos, el fácil uso de las herramientas de interacción dentro de Twitch como lo son los emojis especiales que solo los puedes conseguir mediante alguna transmisión de del streamer de preferencia, también tenemos las donaciones las cuales funcionan como aportación al canal y ello poder lograr que el streamer te salude o comparta el mensaje que quieras decir o expresar con la comunidad. Esto permite que la interacción entre audiencia y streamer sea más placentera para su uso y para el consumidor general. Adicionalmente los streamers pueden escoger tres fuentes de ingresos. La primera son los patrocinadores. Cuando un streamer es seguido por mucha cantidad de usuarios, alguna empresa suele invertir en él para lograr hacer publicidad en su canal. Este tipo de campaña de publicidad es muy precisa, ya que la empresa sabe con exactitud a qué tipo de perfil está remitiendo sus anuncios.

La segunda opción de monetización son las suscripciones. Usualmente se suelen conceder mejoras a los usuarios que aportan una cuota mensual. Las mejoras consisten, generalmente, en eliminar los anuncios de la pantalla, en la adición de emoticonos extras o en la posibilidad de que sus comentarios aparezcan destacados.

Y finalmente, los streamers pueden conseguir dinero mediante donaciones puntuales. Estas pueden variar desde 1$ hasta la cifra que desee el usuario.

En el caso de la interacción en las plataformas *streaming*, como Twitch, la adaptabilidad del sitio a diferentes formatos, el fácil uso de las herramientas para interactuar dentro de la plataforma y la usabilidad de la misma la hacen parte de las nuevas formas de interacción.

Twitch

Twitch es una plataforma de streaming y entretenimiento, el cual cuenta con transmisiones en vivo de usuarios que juegan videojuegos para el entretenimiento de una audiencia y una posible retribución económica. Inicialmente Twitch se enfocó en la industria del videojuego, con el tiempo fue creciendo y a su vez expandido su contenido y actualmente contiene otras alternativas en términos de contenido, sin dejar de lado los juegos son los protagonistas.

Adicionalmente, la categoría de los videojuegos no es la única protagonista de la plataforma, las audiencias no solo disfrutan de su contenido, sino que también desean apoyarlos monetariamente. (Stephenson, 2018) La plataforma es más que sólo videojuegos, cada canal o cuenta que transmite/comunica, es igual a una cara distinta, una personalidad y un tono de comunicación diferente para cada uno de los streamers que transmiten y se relacionan con sus audiencias.

Hay casos donde los videojuegos son nulos dentro de estas transmisiones y lo que realmente importa es la interacción entre el streamer y su audiencia, esta relación que puede ser denominada como IRL (In Real Life), donde quien transmite se limita simplemente a tener conversaciones, discusiones o demostraciones de algún tipo frente a su audiencia. De esta forma se crea dentro de la plataforma popularidad que es posible llegar a reconocerlo como una figura pública o posible líder de opinión dependiendo de sus propios intereses, puesto que,

además de ser usuarios activos dentro de la plataforma, tiene presencia en la mayoría de las redes sociales más populares de ahora.

Habiendo mencionado esto, la plataforma ha introducido dinámicas sociales que permiten la interacción activa y en tiempo real por parte de los usuarios, cada uno puede subir contenido a su propia página, ya sean estados u opiniones. Además de que otros usuarios tienen la capacidad de comentar sobre estos y compartir cualquier tipo de contenido encontrado en la plataforma, dentro de otra red social. La intención de esta investigación no es específicamente resaltar las capacidades sociales de la plataforma, sin embargo, es importante tener entendimiento de sus similitudes a otras redes sociales y principalmente, que la diferencia de ellas. Esto no solo demuestra cómo una persona con habilidades puede alcanzar el mercado de los videojuegos, sino, como jugar videojuegos será una profesión que está cada vez más cerca de nuestra realidad como sociedad. (Webb & Fagan, 2019)

Streamer

Los streamers, se encargan de realizar transmisiones en vivo creando diferentes tipos de contenidos. Además, esto incluye diversos géneros en los cuales se encuentran, los videojuegos, conversaciones, tutoriales y entre otros. En la actualidad se están convirtiendo en las nuevas celebridades para muchos jóvenes, ya que comparten contenido de interés y poco a poco han ido creciendo sus comunidades hasta el punto de ser influyentes sociales. (Galán, 2021).

El apogeo comenzó cuando se popularizó el streaming netamente en los gamers, personas que se dedican a jugar videojuegos. Los gamers comparten su pantalla, ponen una cámara fija o no para compartir sus expresiones y juegan distintos videojuegos, pueden ser juegos en línea. Pero con el tiempo los gamers no eran los únicos streamers. Se comenzaron a

sumar las categorías de streamers, que pueden ir desde videojuegos hasta música, arte, just chatting y más. De ahí la conformación de las audiencias que consumen el contenido de su preferencia. Los que se dividen en seguidores y suscriptores, ellos consumen el contenido que transmite el streamer, pero la gran diferencia es que uno tiene más beneficios que el otro. Ya que el suscriptor como tal paga mensualmente un valor para poder obtener contenido exclusivo del canal, estos pueden ser Stickers, Drops y dependiendo del canal tener exclusividad en el lobby del chat.

Categoría videojuego: Fortnite

En la plataforma de Twitch nos enfocaremos en la categoría de Fortnite, probablemente sea el juego con mayor alcance en cuanto al género del Battle Royale, fue desarrollado por la compañía Epic Games y lanzado en el año 2017. Se trata de un título valioso para la investigación ya que la gran parte de sus usuarios tienen entre los 12 y 24 años de edad. El juego se basa en un mundo postapocalíptico en donde los zombies han tomado el control de la mayor parte del territorio, su trama está más dirigida hacia un género de supervivencia cooperativo, en donde el jugador tendrá que trabajar en equipo junto a otros usuarios con el fin de sobrevivir a las oleadas de muertos vivientes en su intento de exterminar la raza humana. Por otro lado, tenemos en donde más se destaca el juego y donde la mayoría de jugadores lo usan, es en su modo Battle Royale. En donde el jugador debe enfrentarse a otros noventa y nueve jugadores, con el fin de sobrevivir y ser el último que quede en pie en la isla.

Uno de los diferenciales más claros en el caso de Fortnite está en la manera en la cual el jugador se relaciona con su entorno o como mencionaba anteriormente, a las reglas de

manipulación, puesto que, el usuario tiene la opción de obtener recursos de su entorno, donde casi todo elemento ‘físico’ con el que se tope puede ser de utilidad y ofrecer recursos importantes, estos son utilizados principalmente para construir estructuras, las cuales cumplen diferentes funciones dependiendo de la forma en la que el usuario se relacione con su entorno. En este aspecto, el juego le da una mayor profundidad en cuanto a las mecánicas y las posibilidades que le otorga al jugador, ya sea alcanzar un espacio elevado, a modo defensa o cumplir con otro tipo de funciones estratégicamente hablando, lo cual lo diferencia del resto de títulos de su categoría. Por último, cabe resaltar que este título divide su contenido multijugador por temporadas, al igual que otros juegos de tipo competitivo, en donde cada temporada, se hacen cambios estéticos y demográficos al mapa principal en donde se desarrollan todas las partidas, además de ofrecer nuevos contenidos

Marco teórico

El siguiente marco tiene como finalidad resaltar los puntos claves que se presentarán en la investigación. La definición de los siguientes conceptos, serán fundamentales para el desarrollo de este estudio.

Para Castells (1999). El progreso tecnológico en las últimas décadas ha traído consigo cambios para la humanidad, en el que nosotros nos hemos nutrido de este nuevo mundo digital. En el cual ahora algunos forman su vida alrededor de medios digitales y otros naturalmente lo consumen. Y es eso mismo, son esas dos personas las que han ganado protagonismo en esta nueva vida digital, los creadores y los consumidores de contenido. Pero sea cual sea de los dos, como sociedad, se ha creado un vínculo tan fuerte con la tecnología, que desconocemos hasta

dónde podemos llegar. Pero no es la tecnología la que nos atrae por medio de la pantalla, es la multitud de personas que se encuentra detrás de ella, quienes inventan, producen, crean contenido de forma inmediata para poder compartir y disfrutar con su comunidad.

Por otra parte, destacó la importancia de que la información deje de ser centralizada para pasar a un "círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos" (Castells, 1999). En ese sentido, Castells explica:

> Tan pronto como se difundieron las nuevas tecnologías de la información y se las apropiaron diferentes países, distintas culturas, diversas organizaciones y metas heterogéneas, explotaron en toda clase de aplicaciones y usos, que retroalimentaron la innovación tecnológica, acelerando la velocidad y ampliando el alcance del cambio tecnológico, y diversificando sus fuentes (p. 32).

Si bien es cierto las actividades están mediadas por la evolución de las nuevas tecnologías, entre ellas la autorrealización. El conocimiento empezó a estar al alcance de muchas personas y la generación del mismo se puede crecer globalmente. Por lo que, se modificaron las relaciones sociales y otros procesos de interacción.

En ese sentido, Kruguer (2006, citado por Tobón et al., 2015) plantea que la sociedad de la información es distinta a la del conocimiento. Plantea que la sociedad red "son las comunidades que se dedican a interconectar y relacionar información por medios tecnológicos, la cual se procesará, almacenará y transmitirá sin inconvenientes de tiempo, distancia, volumen" (p. 23). Así mismo, la sociedad de la información realiza procesos tecnológicos y difunden mayoritariamente información (Martín, 2007; citado por Tobón et al., 2015).

Sociedad de la información

El término sociedad de la información en el mundo occidental fue introducido oficialmente por el sociólogo estadounidense Daniel Bell. “Una sociedad post-industrial es básicamente una sociedad de la información. El intercambio de información en términos de varios tipos de procesamiento y almacenamiento de datos, investigación de mercado, etc.… es la base de la mayoría de cambios económicos” (Bell, 1973).

Según Manuel Castells (1999), al surgimiento de una nueva estructura social, una era que facilita el comercio y la organización de la producción a escala global. Lo que propicia de forma acelerada nuevas formas de interacción, interconexión y comunicación.

Como casi en todos los modelos de elaboración y modos de desarrollo, Castells, mediante el modelo informacional, propone que en esta era la productividad está estrechamente muy asociada a la tecnología de la generación de conocimiento, el procesamiento de la información y la comunicación de símbolos. (Castells, 1999, p. 43).

La Cibercultura

El avance tecnológico en las últimas décadas ha traído consigo cambios para la humanidad, donde se ha desarrollado una afición al nuevo mundo digital. En la actualidad la humanidad puede dividirse entre los que forman su vida alrededor de medios digitales y los que simplemente lo consumen. El contraste de estos dos perfiles son los que han ganado protagonismo en esta nueva “era digital”: los creadores y los consumidores de contenido.

Pero no es la tecnología la que atrae a las masas por medio de la pantalla, es la multitud de personas que se encuentra detrás de ella, quienes inventan, producen, crean contenido de forma inmediata para compartir.

Vida Digital

Castells (1997) propone en el levantamiento de la tecnología de la información, la idea de que las culturas serán intensamente transformadas por el nuevo sistema tecnológico en el que vivimos lo que es cierto con el surgimiento por ejemplo de nuevas plataformas streaming. Afirma que "el internet es el medio tecnológico más revolucionario de la era de la información, que derivó de la colaboración de grandes proyectos científicos, espíritu empresarial tecnológico e innovación contra cultural (p.77). Según este autor se asegura que con el internet se ha dado paso a nuevos actores que van a la par de esta revolución tecnológica de la información en una nueva cultura de la virtualidad real. Simplificando, en su línea argumental habría la existencia de comunidades especializadas, con formas de sociabilidad construidas alrededor de intereses específicos lo que es claramente una característica de plataformas streaming como Twitch.

En las comunidades online, están presentes la generación de conexión y apoyo lo que se evidencia en la dinámica de interacción entre los participantes de Twitch cuando retransmiten en directo. Aunque es una comunidad real no es física; sin embargo, funciona en la realidad virtual dentro de la sociedad de la información. Por lo tanto, en relación al tema de investigación se reafirma la idea que la existencia de nuevas plataformas streaming como Twitch han construido comunidades virtuales distintas del mundo físico, que asimismo unen y movilizan individuos con nuevas formas de organización, nuevas formas de pensar lo social; las "comunidades especializadas" del Internet de Castells son importantes porque entregan

pistas a las nuevas formas de interacción desde nuevos espacios virtuales donde se dan diferentes vínculos comunitarios que se orientan en el sentido de vida digital.

Otros autores plantean que la digitalización de la vida, o ciertos aspectos de ella, logran estimular servicios y erradica limitaciones físicas (Pallete, 2016; citado por Sánchez, 2019). Además, considera que interrelaciona aspectos complejos del ser humano con la tecnología y lleva a pensar en el impacto psicosocial de internet y las redes sociales en la vida cotidiana (Sánchez, 2016, p. 82).

Identidad virtual

La identidad virtual, para Turkle (1997), se construye en una interrelación entre lo tecnológico-social dando marcha a la identidad cibercultura con apropiación de espacios virtuales. Expone además la noción de yo-múltiple como espacio de liberación que permite pensar la identidad contemporánea, los mundos virtuales y juegos de roles como sueños en los que se puede entender la naturaleza misma.

Turkle (1997), en el capítulo Identidad en la era del internet asegura: “El yo está constituido por el lenguaje, a través de lenguaje el congreso sexual, es el intercambio de significantes y cada uno de nosotros, es una multiplicidad de fragmentos y conexiones deseantes”. Por lo que, en la cultura emergente de la simulación, el ordenador es todavía una herramienta que se parece menos a un martillo y más a un clavicémbalo” (p. 79). Por lo que al final, Turkle hace advertencias en relación a la virtualidad e indica que su capacidad de seducción es muy alta, que podemos llegar al punto de perdernos en ella.

Desde esta perspectiva, se puede aseverar que la formación de la identidad se ve afectada por las interacciones que se tienen en el mundo online y en ese argumento no existe un solo tipo de identidad consecuencia de la interacción en las RSO, sino distintos tipos de

“yo” sujetos a la plataforma y las relaciones que en ésta se mantengan. En otras palabras, el “hombre puede presentar tantas personalidades como medios al que pertenece” (Renau, et al., 2013, p. 163).

Por lo que el usuario configura y construye su identidad online como desee, mostrando un argumento en relación a sí mismo, lo que se verá afectado por la aprobación social de los demás participantes del entorno digital; lo que se señala como una posible “despersonalización del sí mismo cuando la persona se deja llevar por el grupo” (p. 165). Por otra parte, García (2006) comenta que dentro del hiperespacio se da paso al eros ciborg y las identidades se reconstruyen, el individuo puede conservar distintas identidades que dependen del contexto en el que se encuentra.

Comunidades virtuales

La comunidad virtual solo es factible en la medida en que sus miembros, independientemente de sus zonas geográficas de residencia, de su nacionalidad y su cultura o edad, comparten un espacio o área creado con recursos electrónicos que, si bien carece de un espacio físico, hace posible la experiencia (asincrónica o sincrónica) de comunicación entre las personas con las que se interactúa.

A partir de la lógica de Castells (1997), existe una inminencia con la llegada de los procesos de globalización por lo que es preciso hacer un examen de los efectos e implicaciones que los cambios tecnológicos traerán en la cultura de los medios de la comunicación, el espacio, la vida urbana, el escenario de la política global. El autor menciona que las comunidades virtuales se entienden “como una red electrónica autodefinida de comunidad interactiva, organizada en torno a interés o propósito compartido” (p.433). En estos entornos la comunicación puede convertirse en la meta.

¿Las comunidades virtuales son reales? Sí y no. Son comunidades reales, pero no físicas, y siguen las mismas pautas de comunicación e interacción que las comunidades físicas. Pero no son irreales, funcionan en un diferente nivel de realidad. Son redes sociales interpersonales, la mayoría de ellas basadas en vínculos débiles, muy diversificados y especializados, pero aun así son capaces de crear relación y apoyo por la dinámica de interacción sostenida. (Castells, 1997, p. 434).

En el tema de lo virtual, Siles (2005) explica que su definición ha cambiado a partir de los nuevos desarrollos tecnológicos y su aplicación en diferentes ámbitos. Por lo que, plantea la discusión de la óptica real y actual de la virtualidad. En el punto de vista de lo real, no se considera a lo virtual como algo primordial, sino como una copia o espejismo de la realidad. Por otro lado, en el segundo enfoque lo virtual es un complemento de lo real a través de una falsa proximidad. Es decir, que la virtualidad trata de corregir las imperfecciones de lo real y así potenciarla hasta el punto de cuasi perfeccionarla (p. 61)

Performance

Para Goldberg (2006). El performance es un recurso utilizado por los artistas en momentos de impasse, con el propósito de debatir categorías y lenguajes. Describe las formas en que se ha usado el performance en el siglo XX, a partir de las vanguardias artísticas como el futurismo incluso hasta llegar a las manifestaciones de los setentas, momento en que el performance pasa a existir como género artístico. En la medida en que se trata de una forma artística sin límites, para la autora, cada artista tiene su propia definición de performance, así como su proceso de realización.

Una de las diferencias que la autora encuentra entre que el performance es practicado en las artes visuales, es la de que en el teatro el autor del performance es el protagonista, mientras que en las artes se trata de que es el propio artista quien actúa como performer. Lo que Goldberg nos intenta mostrar es que no se trata de una ficción, por definición, en el caso del performance en las artes visuales. Es la misma persona. Inclusive, Goldberg llega a explicar que, para ella, es preferente utilizar la categoría de live art, en lugar de performance ya que es un arte en vivo, cuya práctica sólo tiene sentido en su percepción directa, en el lugar y en el tiempo donde se ejecuta la acción.

Asimismo, Franco (2014) aborda el *performance* desde una óptica académica por ser un estudio interdisciplinario que abarca las ciencias sociales, las artes y las humanidades. Además, se apoya en Goffman (2001, citado por Franco, 2014) al definirlo como “la actividad total de un participante dado en una ocasión dada que sirve para influir de algún modo sobre los otros participantes” (p. 6).

Para la investigación, el conocimiento de performance se utiliza para explorar y analizar la construcción de la imagen del streamer que se utiliza en las transmisiones online. Basadas en estas teorías y pensamientos llegan a la conclusión de que el performance en un enfoque digital artístico, es la exhibición o expresión máxima de una persona, su forma de hablar, pensamientos y acciones, que se verán reflejados en el espectáculo online, con el fin de generar una reacción.

Interacción Streaming

A lo largo de los tiempos el Internet ha facilitado la creación de espacios de interacción virtual innumerables, constituyéndose en un medio de interacción social cada vez más común y utilizado por diversos tipos de usuarios en el mundo. El mundo del streaming no se queda atrás en este ámbito.

Según Tarullo (2013). “Las redes sociales, el constante intercambio de información es de forma inmediata, viral y horizontal”. Siendo las redes sociales canales de comunicación directa e inmediata durante los procesos de desarrollo en las nuevas formas de interacción.

Por su parte, Taylor (2006) sostiene que la socialización entre las audiencias es un proceso fundamental para mantenerse en el juego que éste realiza. En dicho proceso, se aprende a jugar e interactuar mucho más allá de lo que las reglas estrictas indican. Los espectadores crean vínculos, obtienen cierta reputación dentro de la comunidad por su constante permanencia en el stream, por lo que establecen jerarquías en base a ello.

La interacción es parte del concepto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que, en el ámbito digital se desarrolla y evoluciona de forma diferente debido a que se genera en plataformas digitales, permitiendo conseguir viralidad, proporcionar una verdadera experiencia ya sea de confort o de comodidad y así convertirse en un fenómeno social. La plataforma Twitch es un ejemplo de una interacción digital bien lograda, en donde entrega a sus usuarios la fácil usabilidad, comodidad, contenido, sentido de pertenencia, además de tener streamers que logran a través de sus espontaneas transmisiones en vivo una cercanía con su audiencia.

Estado del arte

Los siguientes estudios muestran con diferentes métodos como son las interacciones en los medios digitales como las redes sociales o las plataformas de streaming. Se revelan los componentes que las conforman y de qué modo afectan en las dinámicas entre los usuarios.

En el artículo académico “El auge de Twitch: Nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil” publicado en el año 2020 por Gutiérrez, J y Cuartero, A en la Revista Ámbitos: Revista internacional de comunicación de España, se examina las razones por las cuales la plataforma Twitch tiene una gran acogida en la actualidad versus otros medios de comunicación tradicionales como la televisión, especialmente en el segmento de los jóvenes

Se pretende entender tanto el alcance de esta plataforma como las razones por las cuales tiene una gran acogida analizando los diferentes componentes de funcionamiento de la plataforma, las razones por las que se utiliza la plataforma y los otros medios con los que compite. La investigación se centra en jóvenes de entre 18 y 24 años, específicamente a los jóvenes universitarios de España (Lugar donde se realiza la investigación) que han migrado de las plataformas tradicionales de consumo audiovisual como la televisión a las plataformas digitales como Twitch. Y de la misma manera explicar por qué los creadores de contenidos encuentran más atractivas esta plataforma digital para generar su contenido.

Uno de los principales motivos por los que los usuarios migran a este tipo de plataformas es la interacción que se puede formar tanto con la comunidad que se genera entre los espectadores, como con los propios generadores de contenido. En conclusión, el auge de las plataformas de Twitch se ve avalado por la comodidad que le genera al beneficiario para consumir el contenido y la dinámica de consumo ya que transforma la manera en la que el público se relaciona con el contenido que están viendo.

Por otra parte, se encuentra el artículo “Comportamiento de las plataformas de streaming a raíz de la pandemia covid-19”, publicado en el 2020, Este trabajo realizado por varios autores como lo son: Acosta, Arroyave, Carrillo y Corredor. Esta investigación se llevó a cabo en Bogotá, Colombia. El contexto gira en torno de la pandemia del COVID-19 y el cómo las medidas planteadas del gobierno, gracias a la misma pandemia, empujó a los usuarios a consumir mucho más de las plataformas de streaming. Se estudiaron alrededor de 9.300 personas, aplicando el método cuantitativo, realizando análisis descriptivos y encuestas. En los resultados, se dio a conocer que, más del 50% de los encuestados mostraron interés en formar parte de este estudio, en el cual, aprendemos sobre las edades de los mismos, sus oficios y los ingresos que obtienen. Esto es significativo para el tema, porque se puede conocer y aprender a como realizar las preguntas para el focus group, pero tomando un enfoque cualitativo, a cómo interpretar los resultados y desarrollarlos de manera correcta en la investigación.

Por último, tenemos “El streaming y nuevas formas de consumo en videojuegos”, elaborada en el año 2019 por Mateo Rodríguez Uzcátegui para la Pontificia Universidad Javeriana. Lo que se analiza es el rol que existe en la actualidad con las plataformas de transmisión de videojuegos en tiempo real, así como lo es Twitch. Este trabajo es de corte cualitativo y cuantitativo.

Por el lado cuantitativo, tenemos que se realizó una encuesta a 100 estudiantes de un colegio sobre sus conocimientos y hábitos de consumo dentro del mundo de los videojuegos. Como parte de su conclusión, detalló punto por punto que en su mayoría los sujetos tienen una percepción de las plataformas de streaming como un lugar donde se puede interactuar con otros usuarios que tengan intereses parecidos y donde pueden llegar a sentir totalmente augustos, lo ven como su zona de “confort virtual”.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Es posible que en la plataforma streaming Twitch se generen nuevos procesos de socialización en términos de interacción y comunidad online?

¿Qué tipo de interacciones se desarrollan entre el streamer y la comunidad online?

Objetivos General de la investigación

Explorar la relación que existe entre las comunidades digitales de la plataforma Twitch con los streamer y cómo estos influyen en sus procesos de socialización.

Objetivos de la investigación:

- Analizar los procesos de socialización que existen entre usuarios y streamer de la plataforma durante las transmisiones en vivo a partir de agosto a septiembre del 2021 la plataforma Twitch en la categoría Fornite.
- Identificar los elementos performáticos del streamer durante las transmisiones en vivo a partir de agosto a septiembre del 2021 en la plataforma Twitch en la categoría Fortnite Battle Royal.
- Conocer las percepciones de los usuarios en la plataforma Twitch en relación a las interacciones y performance del streamer/creador en la categoría Fortnite Battle Royal.

Metodología

El enfoque del presente estudio es cualitativo, de tipo exploratorio y descriptiva visual. la misma se caracteriza por explorar fenómenos y obtener significados de datos; permitiendo interpretar, contextualizar y lograr profundidad en los significados (Hernández, Sampieri,

Fernández, & Baptista, 2014). Este enfoque utiliza la recopilación de datos textos, narraciones, significados, fuera de medición numérica para descubrir o perfeccionar preguntas de investigación en el contexto de un proceso en el que el objetivo primordial es la interpretación. En conclusión, la investigación cualitativa busca expandir datos e información (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Se recolectó información que explique las costumbres, conductas y forma de comunicar de los usuarios en las plataformas de streaming como Twitch. Conocer cómo ha estado surgiendo esta nueva ola de 'estilo de vida', los prejuicios que han cambiado en él tras los años y si ha habido algún tipo de cambio en estas plataformas durante esta pandemia.

Método

El método implementado fue una etnografía digital mediante observación participativa (Sautu,2005). Para ello, el investigador se convertirá en consumidor de la plataforma Twitch para unirse a esta comunidad de streamers, se explorará las transmisiones y los chats de las cuentas seleccionadas. Esto es preciso para crear una relación con el objeto de estudio. La etnografía digital tiene como fin, estudiar las prácticas sociales de los usuarios de la red, en este tema, las interacciones de los streamers y sus comunidades.

La etnografía virtual permite un estudio a mayor profundidad de las relaciones en línea, de modo que Internet no es solo un medio de comunicación, sino también un artefacto ordinario en la vida de las personas y un lugar de encuentro que permite la formación de comunidades, la eventualidad de una nueva forma de sociabilidad e interacción. (Ardévol, Bertrán, Callén y Pérez, 2003).

Para efectuar un estudio apoyado en la etnografía virtual, no sólo se requiere observar el escenario virtual, además es recomendable emplear varias técnicas que incluyan indagar en

los escenarios “reales” o bien físicos. Por ejemplo, en el estudio de Martínez, B. (2006). Sobre el uso del chat, se recolectó información adicional con otras técnicas y métodos, para lo cual realizó: entrevistas a profundidad; construcción de historias de vida; restauración de la memoria oral; biografías y estudios de caso; observación del hábitat y recogida de la experiencia a través de observación directa de la práctica del chateo

Tipo de estudio

El estudio será de tipo exploratorio y descriptivo visual, ya que detalla eventos de un determinado fenómeno anómalo. Sobre el alcance del estudio, cabe indicar que lo exploratorio indaga temas escasos estudiados, investiga desde una perspectiva innovadora y prepara el terreno para nuevos estudios. Por su parte lo descriptivo, considera al fenómeno estudiado y sus componentes, miden conceptos y definen variables; en otras palabras: puntualizar cómo es un fenómeno y cómo se manifiesta (Hernández, Sampieri, Fernández, Baptista, 2014).

Por otro lado, este estudio tendrá un enfoque etnográfico digital, ya que se centrará en prácticas sociales que se dan en ecosistemas o comunidades virtuales. Cabe destacar que la etnografía es un método de estudio cualitativo empleado por los antropólogos para detallar o delinear costumbres y tradiciones de un grupo humano. Es considerada como una metodología interpretativa/cualitativa, propia de la investigación en las ciencias sociales. Hammersley, M. & Atkinson, P. (1994).

Categoría: Interacción

Con el objetivo de reconocer la forma en que los streamer y usuarios se relacionan durante las transmisiones en vivo, la interacción juega un rol indispensable durante las fichas de observación ya que con ellas podremos descubrir más a fondo como se originan este tipo de interacción y como se forman los procesos de socialización

Categoría: Performance

Precisar todos aquellos elementos de imagen, así como también lo relacionado a su actuación que el streamer utiliza en las transmisiones que realiza. El performance despierta más interés en el mundo contemporáneo y este permitirá conocer como estos elementos que usan los streamer han servido para crear conexiones y vínculos con sus comunidades

Definición de Categorías

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

Tabla 1 Definición de categoría

CATEGORIA	DEFINICION	SUBCATEGORIA
Interacción	Reconocer la forma en que los streamers y usuarios se relacionan durante las transmisiones en vivo	• Bienvenida • Tipo de transmisión • Chat • Tipo de Juego • Temática de la transmisión en vivo

Elementos Performaticos	Precisar todos aquellos elementos de imagen, así como también lo relacionado a su actuación que el streamer utiliza en las transmisiones que realiza	• Escenografía • Vestuario • Vocabulario • Recursos gráficos • Personalidad • Recursos técnicos • Imagen del streamer

Fuente: Elaborado por María Fernanda Martínez, Paola Plúas y Gabriela Giler

Unidades de análisis

Para Balcells, J. (1994). La unidad de análisis es el fragmento del documento o comunicación que se toma como elemento que sirve de base para la investigación. Pueden clasificarse con arreglo a distintos criterios: según sea el contenido de base gramatical o no; según el significado.

Los sujetos de estudio seleccionados son dos streamers de la categoría Fortnite Battle Royal en Twitch, de los cuales uno es a nivel local, otro a nivel internacional. En el presente estudio se entiende como streamer de la categoría Fornite, a un usuario reconocido en la plataforma Twitch que cumpla con los siguientes atributos. Cada streamer establece sus propias reglas convirtiéndose en una subcultura propia por cada canal.

Tabla 2 Unidades de análisis

Alcance	Nombre y foto de perfil	Enlace de perfil	Seguidores
Internacional (México)		https://twitch.tv/jelty	2. millones
Nacional (Ecuador)		https://twitch.tv/jorgeisaac115	258. mil

Fuente: *Elaboración propia*

Transmisiones de los streamers

Se analizaron las 4 transmisiones de cada streamer escogido (local e internacional), seleccionando la primera hora de la transmisión, disponibles del 1 de agosto al 30 de septiembre del 2021

Muestra.

El tipo de muestreo aplicado en el estudio fue no probabilístico. Según (Cuesta, 2009). Es una técnica denominada muestreo en el que las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados. Asimismo, Manterola (2017) indica que la técnica de muestreo a beneficio "permite seleccionar

aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y cercanía de los sujetos para el investigador.

Técnica y herramientas de investigación

Se aplicaron dos técnicas de investigación. La primera fue la observación participante. La herramienta de observación consiste en la investigación sistemática, legítima y confiable del comportamiento o de la conducta manifiesta, la cual puede utilizarse en muy diversas circunstancias (Hernández et al, 2003). Con los métodos o técnicas de observación el investigador participa mirando, registrando y analizando los hechos de interés (Blaxter et al, 2000). Su objetivo primario es registrar la conducta sin interferir. Como observador se debe hacer todo lo posible para mantenerse al margen de la conducta que se está observando para no estorbar ni interferir (Salkind, 1999).

Según afirma Montero Maritza (2009), mediante una plática estructurada en tópicos, hace que se otorgue la calificación de ‘focal’ a las entrevistas participativas o entrevistas grupales que en un contexto difieren mucho de los focus group. Las entrevistas participativas se aplican a grupos de personas, que pueden que se conozcan entre sí, pertenecientes a una misma comunidad, grupo u organización para que se produzca una discusión abierta e informal sobre un tema determinado que los participantes conocen o es de su interés. En la técnica del focus group, sin embargo, los grupos y el tema de conversación son definidos por el investigador y está establecido, en general, entre los autores que los participantes no se conozcan al fin de impedir posibles influencias.

Tabla 3 Diario de campo

DIARIO DE CAMPO : Observación de transmisión xxxxxxx en la plataforma Twitch		
Nombre:		
Fecha:		
Lugar:		
Tema:		
Objetivo:		
Elementos: Performaticos 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		

Por otro lado, los grupos focales también son una forma de obtener información ya que permite “un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos,

provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos" (Hamui-Sutton, et al., 2012). El grupo focal fue realizado a un grupo de 7 hombres y 2 mujeres de entre 18-28 años de nivel socioeconómico medio – medio alto, que actualmente posean una cuenta o usuario en la plataforma de Twitch. El cuestionario contenia 10 preguntas abiertas. En donde se incluyen diversas variables que ayudaron a recopilar información de suma importancia tales como la sociodemográfica de la aplicación a la plataforma de Twitch, comunidades virtuales e interacción dentro de la plataforma de Twitch por parte de los entrevistados.

Tabla 4 Cronograma de recolección de datos

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

Consideraciones éticas

La información del *focus group* estará avalada por una carta de consentimiento informado firmado por los participantes, estas cartas firmadas se incluirán en Anexos del informe de investigación de Pregrado.

CONSIDERACIONES ÉTICAS	
Respeto	Tanto los participantes como el investigador reconocen ser distintos y que cumplen roles específicos para la investigación. Ninguno puede interferir en la labor del otro y se guían por las indicaciones generales delineadas por el investigador.
Seguridad	Se procura salvaguardar el bienestar físico y emocional de los participantes. No se corren riesgos ni se pedirá que se realicen acciones perjudiciales.
Privacidad	El desarrollo de la participación y la información obtenida se maneja bajo estricto cuidado para no exponer datos sensibles.
Consentimiento informado	Los participantes estarán informados de los pormenores de la investigación, además de firmar su aceptación. También tendrán la

	libertad de abandonar la investigación cuando lo consideren pertinente por alguna afectación que se perciba.
Anonimato	Las identidades de los participantes serán resguardadas para no revelar información sensible. Solo se trabaja con los datos obtenidos de su participación.

Fuente: Elaborado por María Fernanda Martínez, Paola Plúas y Gabriela Giler

Resultados

La recolección de información se la realizo mediante fichas de observación y por análisis del grupo focal que a su vez brindó los elementos indispensables para responder a los objetivos de esta investigación. En él que, se aborda la interacción de los streamers con su audiencia y el *performance* que hacen durante sus transmisiones; y por el otro, se conoce las percepciones que tienen los usuarios sobre la plataforma

Tabla 5 Fichas de observación

Foto de los streamers observados

Streamer Nacional	Streamer Internacional

Fuente: *Elaboración propia*

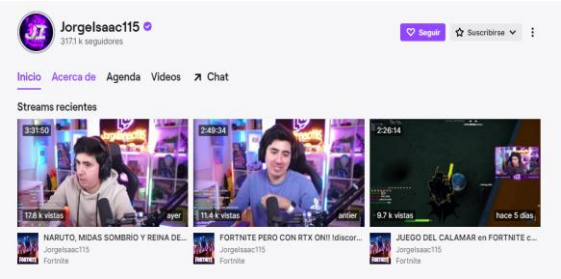
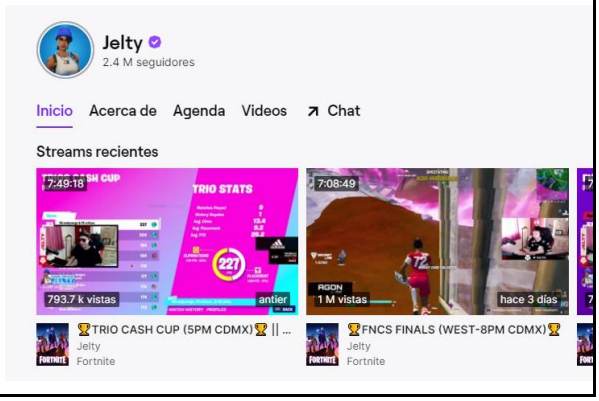
La interacción y el *performance* se dividieron en distintas subcategorías para elaborar y llenar las fichas. En la primera, se observó la pantalla del chat de ambos streamers. En el caso de la nacional (https://www.twitch.tv/jorgeisaac115) el chat siempre estuvo abierto a todos los usuarios y se visualizaban emojis como el "insignia" el cual es la cara de JorgeIsaac115, el Emoji del "logo del canal" estos emojis son de carácter exclusivo para los suscritores y los mensajes de sus espectadores.

Por otro lado, el internacional (https://www.twitch.tv/jelty) que durante sus transmisiones el chat era solo para sus suscritores, una de las sesiones de observación tuvo el chat sin restricciones. Además, tenían emojis exclusivo como el logo de "G2" el auspiciante del streamer y del canal. El streamer ha optado por agregar al paquete de suscriptores el icónico "F" o el "GG" con colores del canal. En donde la audiencia los utiliza con mucha frecuencia durante sus transmisiones por su comunidad.

Performance

Tabla 6 Usuario e Identidad

Foto de los streamers observados

Perfil Streamer Nacional	Perfil Streamer Internacional
	

Fuente: *Elaboración propia*

Durante la observación el streamer internacional se encuentra dentro de la plataforma bajo el pseudónimo de Jelty, su avatar o foto de perfil es la imagen de un personaje femenino de Fortnite denominado por la comunidad como la “JeltySkin” ya que de esa forma la comunidad lo reconocía de forma inmediata que era él. Por otro lado, en la pestaña en el perfil denominada *Acerca de* se observó que escoge identificarse como Jelty, un jugador mexicano que juega desde la temporada 1 en Playstation 4 y que luego cambió a PC, donde se hizo bueno. Anuncia además que hace streams casi todas las tardes en hora México. Presentando un perfil más de jugador que de creador de influenciador, casi como un deportista de los videojuegos

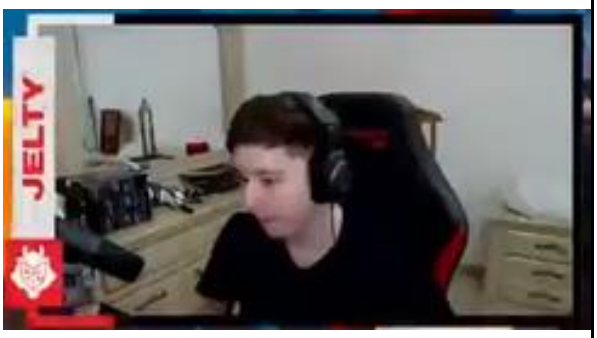
JorgeIssac115, fue el streamer nacional creador de contenido y jugador de Fortnite con el cual se realizó la segunda observación. Reconocido por gran parte de la comunidad por sus

videos de teorías acerca de qué va a suceder y cómo inició la historia de Fortnite. Dentro de la plataforma se lo puede encontrar bajo el usuario de JorgeIsaac115, su avatar es su logo personal el cual posee es sus iniciales y el logo de la plataforma de Twitch con colores fluorescentes que permiten crear armonía con la habitación y que va acorde a los colores de su canal los cuales son rojo, azul y morado. En la pestaña de *Acerca de* tiene *escrito lo siguiente: "Hola qué tal Zhabelardos! Código: jorgeisaac115 en la Tienda de Fortnite :D" (Jorge Isaac, 2021)* Es decir, tiene un perfil más de gamer influencer/ geek de los videojuegos por el tipo de contenido brindado, por lo que comunica con las luces led, sus funkos y decoración que le permite crear una identidad de gamers y poder realizar reviews de cualquier índole siendo Fortnite su tema primordial. Además, en tu pestaña de información podemos ver que ha denominado a su comunidad como Zhaberlardos.

Vestuario

Tabla 7 **Vestimenta de Streamers**

Foto de los streamers observados

Vestuario Streamer Internacional	Vestuario Streamer Nacional
	

Fuente: *Elaboración propia*

En relación al vestuario observado durante las transmisiones de Jelty, se pudo apreciar que, ante todo, prefiere la comodidad. Una camiseta sencilla y un jogger. Pero con un dato

particular, el atuendo es netamente de su sponsor de equipo G2. Lo que refuerza la percepción de su identidad como “deportista” de los videojuegos que tiene una marca como sponsor. Durante sus streams “Jelty” debe por lo menos tener 1-2 prendas de ropa de dicha marca y que además deben lucir el logo ampliamente para que se pueda apreciar durante el streaming.

Por otro lado, se puede observar a Jorge Isaac con una vestimenta variada dependiendo de su estado de ánimo, usualmente una pasamontañas, chompas o camisetas sin una vestimenta definida para el stream, además de que no cuenta con algún sponsor que lo obligue a utilizar algún tipo de vestimenta.

Escenario

Tabla 8 Escenario Streamers

Foto de los streamers observados

Escenario Streamer Internacional	Escenario Streamer Nacional

Fuente: *Elaboración propia*

En relación al escenario visto durante las transmisiones del streamer extranjero (JELTY) se pudo identificar variaciones de la misma, ya que durante la recolección de campo estuvo en 2 set ups que no eran habituales de él. Por lo que podemos identificar algo que siempre cuenta así no sea su set habitual. Lo cual es su silla gamer auspiciada por su sponsor e

igualmente su vestimenta G2. La poca iluminación con una luz led roja que permite que la transmisión se sienta de una forma cálida y sutil para el espectador.

Asimismo tenemos al streamer nacional (JorgeIsaac115) el cual de igual forma trata de crear un ambiente muy colorido y con luces de neón que inducen a el espectador a asociarlo con video juegos o el mundo gamer y con un espacio apropiado para sus funkos y juguetes variados. Con el logo de Twitch con su username de fondo que permite que las personas que ingresan a su stream lo reconozcan de forma inmediata y sepan que tipo de contenido están visualizando. Además, en el fondo se pueden apreciar los reconocimientos que la plataforma Youtube le ha entregado. Esto crea una especie de intertexto a sus canales dentro de esta plataforma, donde su comunidad de seguidores quiere aparecer también.

Interacción

Emoticones

Tabla 9 Emoticones utilizando durante transmisiones

Foto de los streamers observados

Emojis Streamer Nacional	Emojis Streamer Internacional
1:36:34 eletroplayz: Jorge nos puedes avisar cuando vayas a grabar para que salgamos en youtube? xd 1:36:35 marckelgamer2011: 1:36:37 jhonprroo: 1:36:44 aparentboxfither7: hola mama SOY FAMOSO 1:36:47 josuguz17: hola yutu 1:36:50 spokhe_etc: entonces ahora va con el de parque 1:36:51 elcheemsdeyoutube: hola jorge soy nuevo en twich y seguidor un saludo 1:36:52 StreamElements: Reglas del Chat: No insultes ni faltes el respeto a nadie. No Spamees la misma pregunta todo el rato. No compartas links de cosas	3:44:22 jmbxd5: quien? 3:44:22 xokevinv: 3:44:22 z0mbi3ftw: g2 ciego 3:44:22 feltswing_: jelty clasicc 3:44:23 diegx_olv: ESTAS CIEGOOOOOOOOOOOOO JAJSJSJJDS 3:44:23 natsukitoo: saben cuántos pavos cuesta el pico de kinggg? 3:44:24 on_kevs: G2 ciego KAKAKAAJJAJS 3:44:24 ccompean_07: G2 CIEGO 3:44:24 tr_ennder: g2 ciego hahahah 3:44:24 Daxbek_: 3:44:24 DragoKGYT: mate 3:44:24 ismagod__: Viejooo 3:44:24 AnDrYxX: pense que si lo había visto xd

Fuente: *Elaboración propia*

En el tema de los emojis utilizados durante sus transmisiones podemos percatarnos de que tienen muchas similitudes por no decir todas los streamers nacional e internacional. El chat general de cada streamer usa emojis de sus caras cuando pierden, esto se realiza de forma instantánea durante sus transmisiones.

Este tipo de emojis solo los tienen los suscriptores de canal los cuales tienen otros emojis de sus streamers y los usan de forma divertida durante sus transmisiones. Ahora, si bien es cierto que también utilizan los emojis genéricos del chat general pero los predilectos son los que tienen relación directa con ellos.

Pero si bien es cierto que algo que los diferencia es el tipo de contenido que existe en sus chats generales. En el chat de “Jelty” se enfoca netamente en el juego competitivo del streamer para de esta forma mediante donaciones el usuario puede ser más participativo en el stream del creador con bits y demás.

Por otro lado, tenemos a Jorge Isaac, que se enfoca en creación de contenido de Fortnite, como puede ser hablar de skins próximas a salir en la tienda, de las modificaciones que existen en el mapa y probables teorías acerca que seguirá sucediendo en la isla de Fortnite y de que se avecina próximamente en la historia de Fortnite, lo que su comunidad y chat espera con ansia.

En los 2 streamer encontramos que en cada uno de sus chats generales existen moderadores, los cuales se encargan de que exista la confraternidad entre el chat y el streamer. Este permite filtrar palabras claves, tipos de contenidos y encuestas durante la transmisión, en

pocas palabras es el veedor del chat y que lleva un equilibro para que no exista un ambiente acorde a la transmisión que están viendo. Estas estructuras de reglas deberán ser respetadas durante el stream y si alguno cometa alguna falta relacionada a las reglas preestablecidas será sacado del stream de forma inmediata y ya no formará parte del chat.

Lenguaje

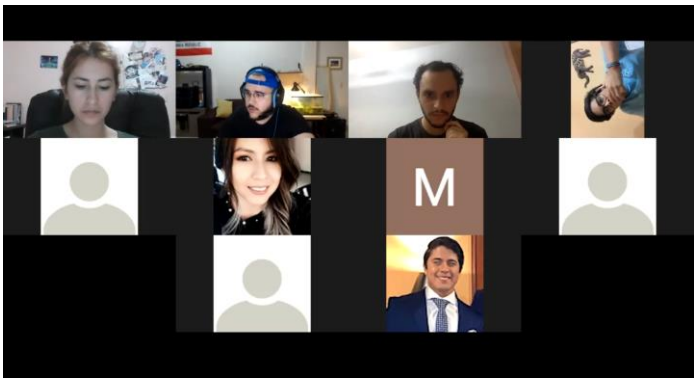
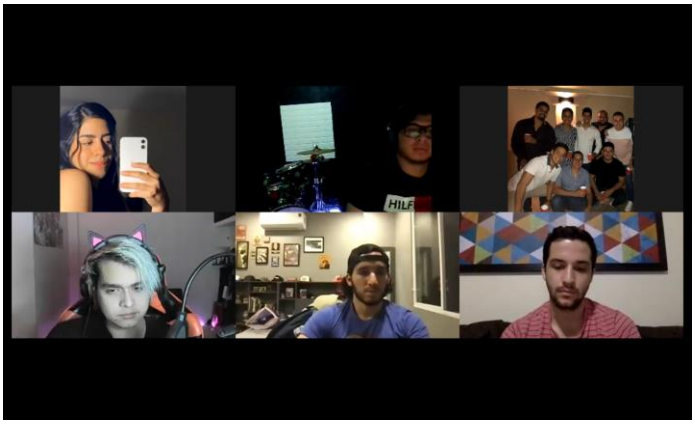
En el tema del lenguaje del streamer internacional, tiene un comunicación muy divertida y fluida, utilizando jerga dentro de su comunidad con palabra claves como ellos lo identifican a él tales como “Humilde”, “Viejo”, “a la vencha” Son terminologías muy habituales por parte del streamer como de la comunidad. Algo que se puede identificar rápidamente con su chat cuando sucede algún acontecimiento durante sus partidas. Al referirse de comunidad les dice chat de forma general y ahí es cuando su comunidad reacciona. Algo con lo que la comunidad se siente muy conectada es su “acento” lo cual en muchas ocasiones genera una empatía con el streamer donde su chat general lo disfruta de gran manera, su forma de expresarse mediante jergas mexicanas que las hace de forma muy repetida hasta el punto de que su comunidad comienza a implementarlas en el chat.

En cambio, con el streamer nacional tenemos que su comunidad se hace llamar los “Zhabelardos” quienes son miembros activos durante sus streams. Cuando JorgeIsaac quiere comunicarles algo les dice “Zhabos” para que reaccionen y opinen durante cualquier tema influyente acerca de la partida. Un léxico más normal y habitual es el que se efectúa durante sus transmisiones a menos que alguna donación lo obligue a hablar de una manera. Pero

siempre pidiendo una referencia de que palabras sutiles usar para sus videos acerca de la historia de fortnite.

Grupo Focal

Tabla 10 Salas de grupo focal

Fuente: *Elaboración propia*

Para indagar más a fondo la comprensión y la relación entre los streamers y la audiencia de Twitch, se realizó un grupo focal. Ante la gran cantidad de asistentes, se decidió separar a los invitados en dos salas de seis participantes cada una. Las preguntas elaboradas estaban enfocadas a conocer las percepciones de los usuarios acerca de la plataforma Twitch en relación a las interacciones y performance del streamer

Luego de informales que la sesión iba a ser grabadas por motivos académicos se procedió a informales sobre el consentimiento informado, se consultó a los participantes sobre cómo llegaron a la plataforma Twitch y cuáles son sus motivaciones para quedarse. El "Participante # 1" (24 años, espectador) mencionó que llegó a Twitch a través de los creadores de contenido que seguía en YouTube. Asimismo, el "Participante # 2" (21 años, streamer) añadió que "sigo a los streamer o creadores de contenido que consumo y voy a cada plataforma donde puedo seguirlos". Por otro lado, el "Participante # 4" (23 años, streamer) comentó que "solo jugaba y de la nada empecé con Fornite y me di cuenta que más de mis amigos estaban también jugándolo. Este amigo me habló de Twitch y me gustó de manera inmediata". El "Participante # 10" (28 años espectador) y "Participante # 9" (20-27 años, streamer) también coincidieron en que llegaron a Twitch por recomendación de sus amigos.

Percepción y uso:

- ¿Qué es lo que más les atrae de Twitch como plataforma, teniendo en cuenta las cosas que otras plataformas de streaming no poseen?

- ¿Qué percepción tienen de la plataforma? ¿Qué es Twitch para ustedes?

Dentro del grupo focal, se les consultó sobre los elementos que diferencian a Twitch del resto de plataformas. El "Participante # 3" (27 años, streamer) destaco que migraron de una plataforma a otra, en este caso de YouTube a Twitch por sus similitudes de contenido. El consumo habitual de esta generación ha venido a menos ya que la TV tradicional ya está muriendo por no decir está muerta. El "Participante # 8" (23 años, espectador) concordó con el "Participante # 2" que los consumidores desean ver el contenido que ellos desean cuando ellos desean y no que exista un cronograma establecido, es por ello que Twitch ha cumplido un rol fundamental en sus vidas. Adicional el "Participante # 5" (24 años, espectador) indicó que

consideraba lo amigable que es la plataforma para cualquier persona que conozca o no la misma, esto hasta el punto de ser una aplicación de fácil adaptación para cualquier equipo inteligente, ya sea celular, computadoras, televisores y más. Todos estos dispositivos son de adaptabilidad sencilla para la plataforma de Twitch lo crea una mayor apertura para ellos, esto que parece tan sencillo en realidad es el éxito de la plataforma supo comunicar uno de los entrevistados

Otro "Participante como el # 7" y # 10" (28 años, espectador), menciona que aparte de que la plataforma es muy interactiva entre uno y su comunidad, es muy sencillo entablar conversaciones alguien acerca de algún tema puntual de lo que está sucediendo durante la transmisión, lo que permite entablar conversaciones con cualquier persona que este consumiendo el mismo contenido, esto brinda un poco más de comodidad el estar rodeado de personas que tienen un mismo pensar y el mismo afán por disfrutar con el contenido visto, acotó uno de los entrevistados.

Interacción y Comunidad:

- ¿Se consideran parte de una comunidad? ¿Por qué? ¿Qué consideraron para unirse a la comunidad?
- ¿Te sientes parte de la comunidad cuando interactúas por medio de la plataforma Twitch con otros seguidores? ¿Por qué?
- ¿Cómo definirías las comunidades virtuales que se forman en la plataforma? ¿En qué se diferencias del resto de plataformas (YouTube, Facebook)?

El "Participante # 9" (19 años, streamer) mencionó que no importa si el streamer es un mal jugador o no es tan bueno en el juego que esta stremeando, "pero si sabe conectar y en ese momento te saca sonrisas y disfrutar el momento, lo seguiré sin dudas" Por otro lado el "Participante # 6" (28 años, streamer), añadió de que en realidad su nueva televisión es Twitch,

su inmediatez con el contenido que desea consumir y disfrutar con millones de personas de lo que está sucediendo es una experiencia que se disfruta en su totalidad.

Otro punto de vista lo dio el “Participante #11” (22 años, streamer) al mencionar que en ciertos momentos “toca pagar para poder interactuar, pero me refería a los streamers grandes porque es la única forma de que él vea tu mensaje”. Además, comparó con los streamers más pequeños que tienen el chat abierto sin ninguna restricción y eso en ciertos casos le pare muy divertido.

Adicional, también surgió un tema de que en los chats de Twitch suele haber los conflictos que puede generar un nuevo integrante a la comunidad. Por ejemplo, el “Participante # 8” (28 años, streamer) comentó que también hay toxicidad “por esa persona nueva o por las personas que ya están ahí y no quieren a alguien nuevo en la comunidad” Mencionaron que estos casos suelen existir, pero son muy mínimos ya que en cada comunidad su moderador del chat esta pendiente de este posible escenario y lo corta a raíz.

Acotó el “Participante # 1” (24 años, espectador) que el abanico de posibilidades que te brinda la plataforma es grande no solo por la variedad de contenido, sino por la apertura para cualquier actividad que quiera ser compartida. Además, el “Participante # 10” (28 años, espectador) añadió que es un espacio para compartir contacto directo con los streamers.

Por otro lado, al abordar las percepciones de los usuarios se puede observar la importancia del sentido de pertenencia a una comunidad. Es decir, en este intento de interacción constante, la reciprocidad es gratificante y, en el caso de Twitch, rentable. Por lo que no se toma en cuenta factores externos dentro de esta virtualidad, sino el compromiso en la mismas, anexada a su fidelidad con el streamer como lo plantea Robert Nisbet (1984; citado por Siles

González, 2005) al explicar que las comunidades online obedecen a otro rol distinto al de la sociedad.

Discusión de los resultados

En este apartado se contrasta los resultados con el marco teórico y estado del arte que rodea esta investigación.

Se pudo determinar que, dentro de la plataforma Twitch existen comunidades virtuales que generan interacciones a través de herramientas de comunicación como el chat, en donde se utilizan textos y elementos gráficos para transmitir un mensaje especifico a los streamers que transmiten en vivo. Según Castells (1999) este constante intercambio de información se denomina como sociedad informacional, por lo que herramientas como emojis, gifs o las emociones que se intentar expresar ayudan a conceptualizar un perfil, personalidad o un avatar que, según Fernández (2016) se denomina como una identidad electrónica.

Se pone en manifiesto la sociedad red y la vida digital de Manuel Castells (1997), cuando se habla de los nuevos procesos de socialización la cultura de la virtualidad en relación a la revolución y cambios tecnológicos que tienen efecto en los medios digitales “en el tiempo, el espacio, el escenario y el performatico”, como sucede en el funcionamiento de Twitch y en los streamers. Estos modos de expresarse e interactuar con la comunidad y con el streamer se enmarcan en un modelo a seguir de sus seguidores y de la emoción que esta produce compartir en mismo espacio digital.

Según Sibila (2013) menciona que cada individuo tiene un desenvolvimiento único que define a través de su forma de expresarse, comunicarse. El que puede establecerse por medio de su apariencia o imágenes que demuestran su forma de ser. Además, en la plataforma de

streaming Twitch cada streamer desarrolla su performance de manera totalmente distinta, por medio del uso de elementos tanto virtuales como físicos, que forman parte del show performatico que se muestra hacia sus comunidades durante cada transmisión que realizan. Lo que permite que su audiencia se sienta más atraída por el espectáculo que se está mostrando en ese momento, captando un nivel de espectadores que podría seguir llegar a tener es más alto, porque atraen a usuarios nuevos a que formen parte de su comunidad.

La vestimenta como elemento adicional de la decoración de la habitación, los elementos físicos y virtuales utilizados para la transmisión, son parte indispensable del performance mismo. Estos elementos performáticos pretenden, tener la esencia del streamer y captar la atención de los espectadores bajo lo que Sibilia (2013) definió como la interrupción de lo cotidiano para introducir un espectáculo. Como es una acción elaborada y ejecutada por el streamer para fortalecer su transmisión creando vínculos con su comunidad.

Se observa la importancia del sentido de pertenencia a una comunidad en específica. Es decir, en este intento de interacción constante, la reciprocidad recibida es gratificante para el espectador y streamer, lo que permite que Twitch sea una plataforma altamente rentable. En ese sentido, y juntando las herramientas que permiten la interacción con las comunidades online, se puede asociar lo que Guitierrez, J. (2020) propone las razones por las que Twitch tiene una gran acogida analizando los diferentes componentes de funcionamiento de la plataforma como lo son el lenguajes, protocolos y formas de interactuar que las comunidades tienen para comunicarse.

En Twitch, las comunidades tienen diferentes canales por los cuales interactuar como el chat, los emojis, los emotes y lo que algunas extensiones pueden ofrecer mayor comodidad al espectador. Cada una cumpliendo un rol de comunicación indispensable para el consumidor.

Para el espectador es altamente gratificante que su streamer la tome en cuenta, que lea sus mensajes, donaciones e incluso la invite a participar de la transmisión. Además, de sentirse parte de la comunidad del streamer. Esto muestra cómo las emociones del individuo pasan a necesitar una aprobación pública como sostiene Peyton (2014) sobre la sensación de agradar y su importancia como elemento social de aprobación.

Estas formas de expresarse e interactuar con la comunidad y con el streamer se enmarcan en la psicología de la emoción que para Lasén (2014) son el vehículo para que las emociones fluyan. Creando vínculos que los lleva a considerar al internet como un espacio de subjetividades.

Los usuarios que durante la integración en estos espacios ayudan a que puedan expresar sus sentimientos tanto como streamers y como a sus espectadores. Un ejemplo, durante las transmisiones del streamer internacional y nacional, muchas veces se conversaban sobre temas referentes a su sentir por el fin de temporada y el evento final de la misma. Este evento final causaba mucha tensión durante el cierre de la season. Según Sáenz (2020), establece que la plataforma de streaming Twitch es un espacio integración publica para cada individuo, ya que su objetivo primordial es el aprendizaje y la comunicación.

Se puede mencionar que el streamer internacional mantenía un vinculado con la empresa EPIC GAMES en el que existía un contrato que le brindaba contenido exclusivo para darle a conocer a su comunidad y en sus transmisiones pedía a su comunidad su apoyo introduciendo su código de creador, ya que esto generaba ingresos para él. Sin embargo, esto motivaba a su audiencia a ser mejores jugadores para tener la oportunidad de formar parte del pro gaming y continuar disfrutando de este contenido exclusivo. Según Guijarro (2018), mencionaba que las nuevas industrias buscan tener grandes representantes de sus marcas que

inviten a que el mercado de video juegos tenga un mayor crecimiento global, por medio de torneos competitivos, y auspicios a jugadores profesionales.

Por otro lado, al momento que se ambos streamers realizaban sus transmisiones daban a conocer los nuevos secretos de filtraciones del cierre de la temporada, además de skin exclusivas que se podían adquirir en la tienda del juego, ya que muchas veces se sentía identificados.

Por ejemplo, el streamer nacional utilizaba mucho la skin de GUCCI, porque se sentía identificado con esa marca de ropa, lo que hizo que muchos de su comunidad la hayan adquirido de igual forma. Además, que es un está skin es basada en una marca de ropa de alta gama. Por lo tanto, cuando lo comentaba con sus seguidores, se sentían identificado con él, e igualmente la utilizaban y disfrutaban verse bien durante las partidas.

Sibilia (2013), mencionaba que el aludir una apariencia forma parte del show de un individuo al momento de su presentación. Cada streamer se da a notar que en cada transmisión que realizan, teniendo un acto performático que le permita abarcar la mayor cantidad de espectador afines a su contenido, emplean materiales que permiten que en su espectáculo sea más vistoso. Por lo tanto, los espectadores con mayor antigüedad son muy influyentes en estas transmisiones, porque siempre es tan dispuestos a invitar a que otros usuarios se unan para que puedan formar parte de la comunidad a la que son afines.

Según lo mencionado por Martinez (2019) los espacios de virtuales se transformaron en la forma de comunicarse de las personas, en donde se establece el intercambio constante de información, y siendo este su fuente directa de indagación sobre un tema en específico. Además, por medio de la misma los individuos logran tener aprendizaje sobre lo que estaban observando.

El vínculo que se crea y que existe entre los creadores de contenidos y su audiencia cuenta con un rol fundamental, porque son influyentes en la vida cotidiana de cada individuo. Además, las terminologías utilizadas y implementadas durante cada emisión por cada uno de ellos, crea inconscientemente este sentir de comunicarse con su entorno social, ya que por medio del consumo de esta plataforma existe una transformación de la manera de comunicarse de cada uno de ellos y con su entorno habitual.

Con estos resultados, se permite apreciar con mayor claridad la importancia de explorar estas nuevas plataformas. Los resultados sugieren que, en efecto, hay nuevas formas de socialización en la internet y cómo estos van evolucionando. Además, de la indagación constante de los usuarios por sentirse aceptados e integrados a comunidades con intereses y gustos comunes.

Conclusión

El estudio demostró la relación directa que los streamers tienen con su comunidad durante las transmisiones, además de influir en gran medida en los procesos de socialización de sus consumidores. El principal motivo para consumir este tipo de contenido es la relajación y entretenimiento que la plataforma entrega a los usuarios, además del fácil acceso desde cualquier dispositivo y finalmente lo fácil e interactiva que es la plataforma.

El estudio dejo en evidencia que las interacciones dentro de la plataforma generan vínculos como la construcción de identidad en la plataforma de Twitch a través de acciones cotidianas como compartir comentarios o conversaciones a través del chat o discutir sobre transmisiones que se hayan visualizado en común. Es posible que, en un futuro, como lo mencionó Castells (1997), los procesos de socialización de estos streamers logren asimilarse a

las comunidades físicas de la actualidad, es decir, que las interacciones de estas comunidades dentro de la plataforma sean un reflejo de sus interacciones en la vida real o en sus redes sociales.

Además de conocer cómo se van creando estas múltiples identidades que se adaptan a la plataforma basados en el entorno o al medio en el que pertenecemos. Usando skins de mujer para representar la identidad que uno desea presentar en la plataforma y como el hecho de elegir esta skin denota un tipo de personalidad por parte del consumidor y cómo estás decisiones del uso de una skin en particular son basadas en los referentes que se tengan. Se puede definir esto como el sentido de pertenencia que se genera entre usuarios y streamers que utilizan la plataforma. El sentido de pertenencia supone que el ser humano desarrolle una actitud consciente respecto a otras personas, en quienes se ve reflejado por identificarse con sus valores y costumbres. Respecto a las percepciones que tienen los usuarios de la plataforma, la mayoría coincidió en que es gratificante que el streamer lea sus mensajes, interactúe y cree temas en común para crear un “foro abierto” sobre cualquier tema que suceda durante la transmisión, más aún cuando hay un intercambio o participación directa de ambas partes. También coincidieron en que el streamer es quien ancla a los usuarios y los mantiene conectados, así el contenido no sea de su gusto. Es decir, los usuarios valoran más la personalidad y performance del streamer que el contenido como tal, por lo que siente conformes de compartir de su tiempo para estar en un estado de relajación con su streamer.

Es evidente que dentro de la plataforma se desarrolla un constante intercambio de ideas, creencias, personalidades, gustos y demás que permite que los usuarios se sientan identificados con los streamers que usualmente ven o con usuarios parte de su comunidad. Ej:Existe un pro player que usa alguna skin y como consumidor deseo utilizarla para denotar y comunicar lo mismo que el pro player, el sentido de ser mejor y verse mejor, lo que aleja a algunos jugadores

en las partidas. Esto beneficia a sus consumidores ya que sienten y se identifican como mejores jugadores de lo que son por el simple hecho de ser como sus referentes.

El significado/ valor que le agregó “Jelty” a una simple skin del juego denotando una personalidad de pro player que hizo que toda su comunidad la adquiera y quiera identificarse como él. Se concluye que la plataforma de Twitch es sin duda alguna el espacio de aprendizaje de dinámicas propias del estilo de comunidad en relación a sus streamers y de cómo el conocimiento, convirtiéndose en una herramienta de información, de pertenencia y distinción de una comunidad virtual.

Recomendación

Para futuras investigaciones relacionadas a los procesos de socialización en un estilo de vida de los streamers, se sugiere profundizar las razones por las cuales las comunidades online manifiestan patrones de conducta determinados en las interacciones, lo que influye en términos de cultura y sentidos de pertenencia.

Adicionalmente, es necesario un software para recolectar datos rápidamente, y que, a su vez, aporte en la sistematización y análisis de los mismos, con la finalidad de no perder información relevante al momento de iniciar el análisis en la plataforma.

Bibliografía.

Barnett Pearce, W. (1998). Nuevos modelos y metáforas comunicacionales: el pasaje de la teoría a la praxis, del objetivismo al construccionismo social y de la representación a la reflexividad. Buenos Aires: Paidós.: En: Fried Schnitman, D. (ed.). Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad (pp.265-283).

Sánchez, J. (26 de mayo de 2019). *Qué son los streamers, la nueva tendencia en redes que conquista a los centennials y mueve millones*. Infobae. 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/

Castells, M. (1990). La sociedad red. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. (6a ed., Vol. I,). Editorial Siglo XXI. https://acortar.link/gLfR1

Lévy, P. (2007). *Cibercultura: La cultura de la sociedad digital.* Anthropos Editorial. https://cutt.ly/AnYrvT4

Rizo García, M. (2008). *Comunicología, tecnologías y nuevas formas de interacción. Nuevos sujetos, nuevos conceptos*. (Vol. 1, Nº 17). Universidad Nacional de La Plata. https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/490

Castells, M. (1990). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red. (Vol. Vol. I).

Turkle, S. (1997). “Identidad en la era del internet” en La vida en pantalla: La construcción de la identidad en la era del Internet. (E. Paidós, Ed.) Buenos Aires: Traducción de Laura Trafí. https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46694/TG-

Romero Mejías, A. (2016). Las plataformas de contenido y su repercusión en la audiencia digital: los casos de YouTube y Twitch. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.

Gutiérrez Lozano, J. F., Cuartero Naranjo, A. (2020). El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil. Ámbitos: Revista internacional de comunicación, 50, 159-175.

Lévy, P. (1997). *Cibercultura: Informe al Consejo de Europa.* Barcelona, España: Anthropos Editorial. https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/levy-p-1997-cibercultura.pdf

Qué es Y Cómo funciona Twitch, la plataforma de streaming de referencia. (2020, September 17). Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. https://marketing4ecommerce.net/que-es-y-como-funciona-twitch/

Srnicek, N. (2016). Capitalismo de plataformas. Buenos Aires: Caja Negra.

IAB. (2009). La Comunicación en Medios Sociales. Madrid: Libro Blanco de la IAB.

EDIPO.

Rodriguez, M. (2019). El streaming y nuevas formas de consumo en videojuegos. https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46694/TG-Rodriguez%2C%20Mateo.pdf?sequence=1

Hammersley, M. & Atkinson, P. (1994). Etnografía. Métodos de investigación. Barcelona: Paidós.

Martínez, B. (2006). Homo Digitalis: Etnografía de la Cibercultura, Colombia: Ediciones Uniandes.

Montero, Maritza (2009). Grupos Focales. Caracas: AVEPSO, Psicoprisma.

GOLDBERG, RoseLee. A arte da performance: Do futurismo ao presente. São Paulo, Martins Fontes, 2006.

Wilbert, M.. (1 de junio de 2021). *Las 20 principales plataformas de transmisión en vivo: todo lo que necesita saber [Actualización de 2021]*. Dacast. https://www.dacast.com/blog/10-best-live-streaming-platforms-for-pros/#anchor_0