



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

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

Elaborado por:

SHEYLA CRISTINA TORRES GONZÁLEZ

GRADO

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

Licenciada en Diseño Gráfico y Comunicación Visual

Guayaquil – Ecuador

Noviembre, 2021

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

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

Elaborado por:

SHEYLA CRISTINA TORRES GONZÁLEZ

GRADO

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

Licenciada en Diseño Gráfico y Comunicación Visual

DOCENTE INVESTIGADOR

María Fernanda Martínez Castillo

CO-INVESTIGADOR

Paola Plua

Gabriela Giler García

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 Gaming del videojuego League of Legend en la plataforma Twitch entre los streamers y su audiencia y como el performance contribuye en este proceso. El enfoque del Proyecto es cualitativo. Las técnicas de investigación que usaron para recoger la investigación fueron observación y grupos focales.

Resumen

La presente investigación gira en torno a la plataforma digital Twitch que ofrece un servicio de streaming que, además de generar un soporte audiovisual de contenido sobre el videojuego League of Legends, permite desarrollar nuevas formas de interacción entre un Streamer y la comunidad. El objetivo del estudio es explorar cómo es el desarrollo de las interacciones que realiza el streamer frente a su comunidad al interior de la plataforma Twitch. Para ello, se utilizaron dos técnicas. La primera fue la observación participativa, la misma que favoreció para poder comparar cómo eran las transmisiones de los dos streamers seleccionados, uno internacional y, otro, nacional. Y la segunda técnica que se empleó fue la del grupo focal que permitió analizar y profundizar las percepciones que tienen los usuarios acerca de la plataforma y la influencia que genera el streamer sobre su comunidad.

Además, se observaron y analizaron elementos como vestuario, imagen, escenografía física y digital, de tal manera que se pudo percibir diferencias, no solo por su género, sino también por la interacción que hubo, lo cual es motivo de este estudio y lo más destacable.

Definitivamente, la interacción que mantienen los streamers con su comunidad digital, mediante la plataforma Twitch, coadyuvan al desarrollo interpersonal de los usuarios.

Palabras Claves: Twitch, interacción, comunidades online, performance, League of Legends

Abstract

The present investigation is about the digital platform “Twitch” that offer a service of streaming and at the same time generate audiovisual support about videogames such as League of Legends. Also permit develop new ways of interaction between the streamer and his community

The principal object of this investigation is explored how is the develop of those interactions that the streamer realizes in front of his community within the platform. For this were use two techniques. The first one was participatory observation the same one that allowed to compare how were the transmissions of two different streamers that were selected before one national and the other international.

The second technique was the focus group that allowed analyzing and deepening the perceptions that the users have about the platform and the influence that the streamer generate over his community

In addition, were observed and analyzed elements such as costumes, image, physical and digital scenery in such a way that differences could be perceived, not only because of their gender, but also about of the interaction that there was, which is the reason for this investigation and the most remarkable thing.

Definitely, the interaction that streamers maintain with their digital community, through the Twitch platform, contribute to the interpersonal development of users.

Keywords: Twitch, interaction, online communities, performance, League of Legends

Índice

Introducción	7
Planteamiento del problema	8
Justificación	9
Antecedentes	10
Vida digital en pandemia	10
Industrias culturales: entretenimiento Streaming	11
Plataformas Streaming	12
Twitch	13
Streamers	15
Categoría Gaming- League of Legends	17
Marco teórico	18
Vida digital	19
Identidad Virtual	20
Performance	22
Comunidades Online	23
Interacción streaming	24
Estado del arte	25
Preguntas de investigación	28
Objetivo General	28
Objetivos Específicos	28
Diseño metodológico	29
Planteamiento de investigación	29
_Categorías de análisis y definición de términos operativos	30
Tabla 1: Categorías <i>y subcategorías</i>	31
_Unidad de análisis	32
Tabla 2: <i>Perfil de los streamer Seleccionados</i>	32
Muestra	33
Técnica y herramientas de investigación	33
_Tabla 3: Ficha de Observación	34
_Tabla 4: Cronograma de recolección de datos	35
Consideraciones éticas	36
Resultados	36

Ficha de Observación	37
Tabla 5: Escenografía	38
Tabla 6: Vestuario	39
Tabla 5: Video introductorio	43
Grupo focal	44
Discusión de resultados	47
Conclusión	50
Recomendaciones	51
Referencias bibliográficas	52

Introducción

La pandemia del Covid-19 hizo que el planeta se paralice en todos los aspectos. El confinamiento obligatorio trajo consigo muchos cambios, entre ellos el del contacto social, pues la interacción que se mantenía con otras personas ya no era la misma. Se ha producido un salto hacia lo digital.

La interactividad es la relación comunicativa entre un usuario y un sistema informático. De acuerdo a esto, Vygotski (1979) citado por Estebanell (2002) señalaba que “las personas desarrollan formas de interpretar y estrategias para relacionarse con su mundo que están estrechamente vinculadas con el tipo de interacciones que pueden establecer con las herramientas y sistemas de signos externos” (p.27). En otras palabras, si el usuario usa una herramienta interactiva se fija una comunicación entre el individuo y el ordenador.

Cabe destacar que, en la actualidad, la interacción es un proceso bilateral en el que el receptor- usuario-cliente tiene más posibilidades de intervenir y formar parte de diversas culturas como la de los videojuegos en las plataformas streaming. Estas voltearon la realidad de las personas: decidiendo qué se quiere comunicar y con quién se quiere conectar. Un claro ejemplo es Twitch que, desde sus inicios, ha estado especializada en la retransmisión de partidas de videojuegos y ahora se ha convertido en un portal interactivo en el que se pueden aplicar los conceptos clásicos del estudio de la audiencia relacionados por la gestión de la sociedad digital (Lapaz, González, Pérez, 2021).

Esta plataforma ha potenciado la comunicación incorporando un chat que no solo se queda en la interacción escrita, sino que da la posibilidad de incluir memes, íconos personalizados, en la que cada streamer establece sus propias reglas convirtiéndose en una subcultura propia por cada canal. (Gutiérrez, Cuartero, 2020).

Todo lo anterior parece confirmar que las plataformas como Twitch, a través de los videojuegos, están generando emociones compartidas entre los usuarios durante sus conversaciones sostenidas durante las partidas.

En este trabajo investigativo, se pretende mostrar el análisis y la descripción de las interacciones que mantienen los streamers de la categoría videojuego estratégico League of Legends con sus espectadores, a través de las preferencias de las partidas que ejecuten. Para ello, se le dará un enfoque cualitativo, el mismo que permitirá conocer qué busca o cómo interactúa la audiencia en este tipo de plataforma de contenido en directo.

Planteamiento del problema

La pandemia global hizo que las personas se comunicaran de manera diferente. Para ello, las herramientas digitales se volvieron imprescindibles al crear espacios de entretenimiento y nuevas formas de interacción social entre las personas. Para ilustrar mejor lo antes mencionado, podemos centrarnos en la plataforma Twitch que ha desarrollado nuevas comunidades online durante las transmisiones en vivo de una partida de videojuegos. Esta plataforma está disponible en más de 230 países; más del 90% de contenido gaming en streaming se consume a través de Twitch y se calcula que, a lo largo del 2021, la audiencia en esta plataforma se incrementará más de un 5,9%, según la empresa de investigación de mercado eMarketer (Borrás, 2021).

Esta plataforma fusiona dos factores considerables de acuerdo a sus usos: el mercado y las juventudes, lo cual permite abordar el análisis de Twitch como una herramienta de consumo masivo para interactuar con las agrupaciones online, con el fin de compartir experiencias y estrategias de juegos. A partir de esto surgen preguntas como: ¿Qué tipo de interacción se desarrolla entre el streamer y su comunidad online cuando transmite en vivo? ¿Cuál es su incidencia en las interacciones comunicativas?

Twitch surge como un espacio para los gamers, una alternativa que abrió espacios comunicacionales para exigir a los streamers que posean la habilidad para entretener, interactuar y comunicarse con sus espectadores, ya que de esto se alimenta la plataforma. De ahí que es necesario revisar, recopilar y analizar la información relacionada con el comportamiento de los gamers, y espectadores mediante la plataforma streaming en la práctica de una de las relaciones recíprocas un tanto complejas entre los seres humanos: la interacción comunicacional.

Justificación

La interacción social permite que el ser humano comparta sus saberes y lo hace desde variadas condiciones que la vida le presenta. Las comunidades online, que se comunican a través de diversas plataformas, han surgido gracias a la comunicación que se produce en contextos virtuales.

Las plataformas streaming están ligadas a nuevas formas de comunicación e interacción online porque ofrecen herramientas y conocimientos a los usuarios para que incrementen su participación en las redes sociales o intercambien opiniones que los ayuden a tomar sus propias decisiones en ciertas circunstancias. Acorde a esto, es necesario e importante realizar este estudio porque Twitch, como plataforma digital, ofrece espacios donde los usuarios participan de una comunicación dialógica con el streamer y lo apoyan económicamente suscribiéndose a su canal y, a cambio, reciben ciertos beneficios.

De acuerdo a lo planteado, durante el proceso de la investigación, se pretende analizar la forma de interacción de los streamer con su comunidad para que ambos compartan sus mismos intereses y la comunicación fluya casi de manera natural y espontánea, haciendo que los espectadores sean capaces de manifestar sus emociones, compartir algún gusto y dar a conocer sus formas de expresión individual. Indudablemente

que las plataformas virtuales han potenciado lo gratificante que es el interactuar con otras personas de otros puntos geográficos del mundo.

Antecedentes

Vida digital en pandemia

El confinamiento por la presencia del Covid-19 dio inicio a un cambio global, en el que las personas tuvieron que adaptarse y reformar la manera de comunicarse, estudiar, trabajar, socializar o tener un momento de distracción. Hubo la necesidad de adoptar la tecnología que, si bien es cierto en algún momento se la debía considerar por su crecimiento en la industria, prosperó aceleradamente y fue muy útil para la conexión con otras personas que buscaban relacionarse o participar de actividades que se llevan a cabo a través de plataformas digitales para evitar el contacto físico y no contagiarse (Reyes, 2021).

El término “distanciamiento social” se ha normalizado durante el periodo de la pandemia, este implica la separación de amistades y familiares del ser humano. Sin embargo, según la *Organización Mundial de la Salud* (OMS), se han realizado intentos para utilizar mejor el término “*distanciamiento físico*”, debido que “al utilizar la palabra social, estamos encerrando cualquier tipo de socialización que puedan tener las personas” (Díaz, 2020, párr.2). El ser humano por naturaleza es un ser sociable y en las herramientas digitales encontraron un pilar para fortalecer la sociabilidad, interacción con los demás.

Una de las alternativas para “disfrutar” del ocio o rutinas, dentro de casa, fue aprovechar las herramientas como Meet de Google, Skype y Zoom y las plataformas streaming como causantes de haber acercado a comunidades de amigos con juegos online (García, 2020).

Según la página de Ipsos (2021) sostiene que “el entretenimiento por streaming se posiciona como la actividad preferida en tiempos de pandemia (66%)” (párr.6). Sin duda

alguna, la modalidad virtual ha generado mayor demanda en el consumo de las plataformas digitales, lo cual permite que el ser humano se adapte a nuevas formas de vida.

Industrias culturales: entretenimiento Streaming

La industria cultural genera una connotación que involucra actividades y empresas, cuya finalidad es elaborar productos de entretenimiento e información, “estas actividades se dirigen, por un lado, a distraer y, al otro, a formar, ampliar los horizontes cognoscitivos de los propios individuos” (Primo, 2017, p.7).

Con la aparición de las TIC, el grupo humano que se vio favorecido fue el de los millennials, que Jack Myers (2012) citado por Medina (2016) los describe como “conectados” (p. 122). Esta generación encontró en la plataforma streaming la manera de consumir diversos contenidos culturales a través de internet.

Cabe destacar que, según el artículo del diario El Tiempo (2020), el auge del streaming permite a la industria cinematográfica trasladar sus estrenos a la web; las empresas del entretenimiento cultural en vivo también se acoplaron a las plataformas para realizar dichas actividades a través de las transmisiones.

Por otro lado, la empresa 4tickets (2021) en su sitio oficial menciona que el streaming también ha alcanzado a la industria del videojuego, sobre todo la plataforma Twitch que es considerada la principal responsable de realizar transmisiones de campeonatos de eSports.

Esta nueva forma de consumo cultural es valorada por los usuarios, debido a que ofrece la comodidad de entretenerse desde el hogar. De esta manera Montoya (2020) asegura que las plataformas y creación de contenido “se han dirigido completamente a conocer a sus usuarios, a medirlos, a saber, qué facilidades les pueden ofrecer, al mismo tiempo ellos pueden acceder a estas en cualquier tiempo o lugar” (párr. 9).

Plataformas Streaming

El streaming es cualquier contenido de medios, ya sean grabados o en directo que permiten disfrutar en aparatos móviles a través del Internet y, durante la pandemia, los internautas se suscribieron a un medio de información digital o una plataforma de contenido streaming. Según el artículo del diario El Comercio (2021) la pandemia ha incitado a los suscriptores a adquirir plataformas de streaming en el 2020, llegando a superar los 1000 millones de abonados en el mundo, mientras que los cines declinaron más del 70%.

Según diario El Universo (2021) la pandemia abrió oportunidad a las plataformas digitales de streaming para que haya incremento de audiencia, generando de esta manera nuevos patrones de consumo, como los videojuegos que se han visto forzados a reinventarse y lograr establecer una conexión con sus audiencias y entender los diversos fenómenos sociales que ocurren en el mundo virtual.

Sin embargo, la industria de los videojuegos se divide por mercados, el primero es el mercado de desarrollo de consolas y producción de juegos y el último es la industria del entretenimiento a través de las transmisiones de partidas. No obstante, la falta de consolas en el mercado se debió a las limitaciones de distribución que surgieron en el periodo de COVID-19, también pese a la situación, el entretenimiento seguirá siendo el motor que continuará moviendo la industria de los videojuegos mientras siga la contingencia global. El mercado seguirá creciendo por los streamers, jugadores que realizan transmisiones de partidas de juegos en directo a través de las plataformas como Youtube, Twitch y Facebook Gaming (Briseño, 2021).

Twitch, durante esta pandemia, ha provocado el incremento de consumo en línea de videojuegos retransmitidos en directo y, del mismo modo, ha ayudado en formar una comunidad sobre la que gira su éxito. (Gonzalez, Garro y Webb, 2019, citado por González y Cuartero, 2020)

Twitch

El entretenimiento digital aumentó y su audiencia también porque se han implementado ciertas novedades tecnológicas y comunicativas. Dentro de estas están las plataformas digitales como Twitch que son punto clave en el auge actual del consumo de streaming de videojuegos donde su interacción es dinámica, espontánea, natural, sin dejar de mencionar que es una competencia en forma de espectáculo. Según García (1997) citado por Murolo, Mangifesta, Chiarlini (2020) Streaming es la palabra que define a Twitch como producto digital y, sobre todo, como práctica cultural, es decir como un proceso social de producción, interacción, y consumo de significados y, como tal, se deben considerar las ganancias que obtienen los jóvenes cuando involucran a su comunidad para que su red de clientes se incremente por medio de la creación de contenidos.

De acuerdo al artículo del diario El Universo (2020) la creación de contenido como tal siempre ha existido, ésta ha llegado a tomar más fuerza en el internet por el incremento del uso de las redes sociales y el apogeo del mundo digital. Para que las personas puedan demostrar y compartir a los demás sus habilidades y destrezas buscan plataformas y Twitch, como una reconocida herramienta digital, cumple con dicha función.

Esta plataforma surge en 2011 bajo el nombre de Justin.tv, creada por Justin Kan y Emmet Shear. Actualmente el servicio está incluido como paquete en la suscripción de Amazon Prime. A pesar de que la plataforma es conocida principalmente por streaming de videojuegos, con el tiempo ha ido diversificando su contenido incluyendo música, deporte, etc. (Queiruga, 2020).

La plataforma funciona de la siguiente manera; de acuerdo a la página oficial, Twitch (2021) permite a los usuarios realizar transmisiones en tiempo real e interacción con la audiencia, la misma que se comunica a través del chat. También existen diversas categorías y

etiquetas, por lo que es recomendable que la persona, cuando realice una transmisión, clasifique correctamente sus streamings para llegar a su audiencia.

Según Adeva (2021), en esta plataforma, a más de seguir a otros usuarios u ofrecer algunas sugerencias de perfiles de gustos en común, también se brinda alertas y notificaciones importantes para un streamer. Las alertas se activan cuando el espectador realiza una reacción sobre un momento agradable. De acuerdo a la página oficial Twitch (2021) son elementos visuales que se muestran en pantalla y se pueden personalizar de muchas formas para que se adapte según la transmisión. Este canal también da al streamer la oportunidad de ser original a la hora de interactuar con sus espectadores y que los streaming fluyan de manera entretenida, también existen Bits, que son elementos virtuales cuya función es la de mostrar apoyo a los streamers. Según Ruiz (2021) “Los bits son, básicamente las monedas que se utilizan en Twitch para que los espectadores puedan dar dinero a los creadores de contenido” (párr. 2), incluso por cada envío de bits, el usuario recibirá una insignia especial, la misma que aparecerá junto a su nombre en el panel del chat del streamer.

Para fortalecer la comunidad y la interacción, los streamers establecen algunas opciones de temáticas de sus contenidos y lo realizan previo a votaciones en su canal de Twitch para que sus espectadores elijan el contenido que desean observar. La plataforma Twitch “es donde los streamers realizan diferentes estrategias para activar la interacción con el público” (Lapaz, González e Hidalgo 2021, párr.7), y no solo eso, sino que procuran que su audiencia potencie o fortalezca la interacción y socialización.

La página oficial de Twitch (2021) informa cómo hacer crecer la comunidad mediante herramientas como emojis personalizados propios de la plataforma. Además se emplean los Bits- monedas virtuales- como apoyo a los streamers para que realicen sus emisiones o, simplemente, para valorar el trabajo que estos realizan.

Según Thieblot (2019), en relación al crecimiento de la comunidad digital, aconseja que se agrupen hasta cuatro streamers en una sala para que realicen una transmisión grupal, de forma rápida y sencilla. Esta actividad se aconseja para que las diferentes comunidades observen las acciones que desarrollan los streamers desde diversas perspectivas y, a su vez, permite que estos atraigan a nuevos seguidores.

Sin embargo, uno de los mayores éxitos que posee Twitch es la transmisión de los campeonatos de videojuegos conocidos como eSport. Según la página oficial de Movistar eSports (2018) estos son videojuegos centrados en el campeonato online y presencial, donde los jugadores profesionales, auspiciados por marcas, compiten por el premio y prestigio. Así mismo, la Real Academia Española reconoce este término para referirse a deportes electrónicos.

Esta plataforma ha anunciado el lanzamiento de Pulse, que es una nueva forma de facilitar la interacción entre quienes publican y consumen contenido en el servidor. Según el artículo, Tiempos de Negocios (2017) Pulse, a más de ser introducido como un lugar donde los emisores publiquen e interactúen con sus espectadores desde la página inicial de Twitch, permite compartir clips, fotografías, cronogramas, fragmentos resultantes de los videos publicados y más información para que los seguidores estén más atentos y conectados.

Streamers

Twitch se ha convertido en la principal plataforma de streaming de videojuegos y su popularidad se debe a que gran parte de los creadores de contenido en español ya tienen más presencia en Twitch como: Rubius, Auronplay, Iba, etc. La lista de los youtubers que se han mudado a esta plataforma es cada vez más larga. (Lorenzana, 2021)

Según el artículo de Emprendedores (2018) menciona a SoyFelipe360, como un Youtuber que anunció su despedida en Youtube por la monetización baja y eliminación de un

video. A su vez afirmó que en Twitch ha logrado ganar alcances con sus videos mucho más rápido y a monetizar por los anuncios y nuevos suscriptores.

Otra razón de la acogida en Twitch es su formato de video, ya que el hecho de que sea en directo, permite menos trabajo para los streamers, “se ven liberados de las horas de edición, además, el formato en directo es más dinámico y colaborativo: los seguidores pueden interactuar con los gamers durante el streaming y recibir respuesta inmediata” (Huerga, 2020, párr. 16). Estas son algunas de las razones por las que muchos se han mudado a esta plataforma de streaming.

Los gamers, quienes se dedican a largas jornadas de juegos, no solo se concentran en realizar partidas para ellos mismos, sino que anticipadamente comienzan a filmar las partidas de videojuegos y las suben a la plataforma Youtube. De esta forma se hicieron acreedores de muchas vistas con sus videos y reconocimientos. Así es como surge el Streamer, quien al inicio era un gamer que compartía sus partidas de videojuegos. Pronto dejó de subir videos a Youtube para relacionarse más directamente con la comunidad vía Twitch y la funcionalidad de esta plataforma es que el usuario puede entrar directamente a la web y encontrar el nombre del streamer preferido y saber qué actividad está haciendo en ese momento o encontrar sus videos destacados. (Sánchez, 2019)

Sin embargo, para muchos usuarios anónimos, la plataforma es un espacio que permite ganarse la vida emitiendo sus partidas y convertirse en estrellas. “De esta manera, los conceptos de “*streaming*” (como producción de contenido) y “*Streamer*”, como la persona que lleva a cabo la producción, adquieren un significado propio si se los asocia específicamente con esta plataforma” (Pires & Simon 2015, citado por Gutierrez y Cuartero, 2020, P. 161).

Categoría Gaming- League of Legends

Los videojuegos “son instrumentos de entretenimiento que gozan de gran popularidad entre el público juvenil gracias a la capacidad de interacción que ofrecen y a su dinamismo” (García, Planells y Merayo, 2017 citado por Rodríguez y Moral, 2018, p.30). Es el caso de la categoría videojuego League of Legends, mejor conocido como LOL, que ha logrado captar la atención del público porque, a más de impulsar al juego grupal, contribuye a estimular la agilidad mental de los participantes para desarrollar las mejores estrategias y tomas de decisiones por medio del juego, esto se logra mediante una buena comunicación entre ellos, lo que conlleva a que salgan triunfadores del encuentro. Por otra parte, les ayuda a enfrentar la realidad cuando se encuentren con situaciones parecidas a las del juego. Esto lo sostiene Alarcón y Collazos (2017) citado por, Rodríguez y Moral (2018).

Para el presente estudio se eligió la categoría Gaming- videojuego estratégico League of Legends (LoL), es un juego del género MOBA (multijugador de arena de batalla online). La experiencia de jugar League of Legends es diferente, su escenario está enfocado, no solo en la competencia y trabajo estratégico en equipo, sino que motiva a los usuarios a estar en constante comunicación.

La compañía que hace posible los encuentros competitivos de LoL es Riot Games, creada en 2006 en California, EE.UU. por los fundadores Brandon Beck y Marc Merrill, ex trabajadores de la gran marca de videojuegos y rival Blizzard. Pero, Steve Mescon y Steve Feak fueron los artífices para crear League of Legends, puesto que con la ayuda de un mapa personalizado que habían diseñado para otro juego – Warcraft III: The frozen Throne- crean el mapa oficial de LoL. (Alcolea, 2017).

El exitoso juego de la empresa Riot Game se ha posesionado del primer puesto en Twitch. Durante el mes de mayo del 2021 tuvo un total de 40 mil millones de visualizaciones

de acuerdo a los datos de la página Safe Betting Sites. “League of legends se ha convertido así en el videojuego más visto de toda la historia de la plataforma” (Morán, 2021, párr. 6).

Marco teórico

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

Sociedad Red- Sociedad de la información

La forma en cómo se comunica o informa la sociedad actual, dio un giro abismal. Incluir las modernas tecnologías como internet- considerada como una plataforma de innovación tecnológica en el proceso de la comunicación- ha modificado los diversos elementos que conforman una sociedad, entre ellos las dinámicas sociales y el alcance individual de las personas. Así lo manifiesta Castells (2000) cuando dice que “lo que hace internet es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad en que vivimos” (p, 18).

La intervención de la tecnología, durante estas últimas décadas, ha causado la transformación social, convirtiéndola en una sociedad red que tienen una comunicación e interacción digitalizada. Así lo manifiesta Lago (2012) cuando dice que “internet y las tecnologías digitales generaron cambios en el desarrollo social del ser humano. Es una nueva realidad llamada también la sociedad de la información, la misma que repercute en distintos ámbitos como el social, político y económico”.

Esta sociedad de la información ha provocado cambios, no solo de producción y consumo, sino en las relaciones sociales entre las personas y la tecnología ha ayudado para permitir que la comunicación sea eficaz en las sociedades informacionales.

Respecto a lo mencionado, Barrios (2009) manifiesta lo siguiente:

“En la llamada sociedad de la información o de la comunicación, las formas de interacción social entre sujetos de diferentes generaciones son mediadas por el uso y consumo de la tecnología informática y por la validación reiterada de la incorporación de las tecnologías a la vida cotidiana. Esta nueva sociedad ha puesto gran parte de su confianza en el desarrollo tecnológico, ligado a la comunicación y la información” (p. 266).

La sociedad de la información le otorga mucha importancia a la comunicación, ya que están involucradas las relaciones sociales y culturales, por mencionar algunas.

En sí la sociedad red es un sistema que derrocha dinamismo y que se ha expandido por las circunstancias vividas, es abierto a todos y para todos. No es posible conformar una sociedad sin que la información no se sienta influenciada por esta. Así lo sostiene Saorín (2002) citado por Sánchez (2016), quien señala que “los procesos dominantes en la sociedad de la información se organizan en torno a redes, que forman la nueva morfología social. Las redes, las relaciones, conforman una sociedad-red” (p.237).

Para concluir, esta transformación digital ha logrado que, en la actualidad, las sociedades opten por adquirir información de manera rápida, espontánea e incluso ha generado nuevas formas de interacción en las diferentes vías virtuales que ofrece el internet. Este tipo de cambio digital forma parte del presente estudio, debido a que se ha generado una sociedad existente en las redes, conectados unos con otros, lo que permite el desarrollo de nuevas tendencias, conocimiento, destrezas y formas de comunicación.

Vida digital

Es notable que la capacidad para utilizar las herramientas tecnológicas de la información es cada vez más determinante debido a que la mayoría de los usuarios tienen

mayor acceso a la información y entretenimiento de manera rápida. Como lo plantean Thomas y Brown (2011) citado por Pérez (2013) “La tecnología de la información se ha convertido en un medio de participación, provocando la emergencia de un entorno que se modifica y se reconfigura constantemente como consecuencia de la propia participación en el mismo” (p. 54). La manera de trabajar, informarse, relacionarse con los demás – y todo lo que tenga que ver con el desarrollo de las personas-, ha tenido que adaptarse a este nuevo medio digital llamado internet.

Zaryn Dentzel (2014) citado por González (2014) sostiene que “Vivimos en una nueva sociedad en red y globalizada, unida a través de las nuevas tecnologías”, por esta razón es necesario recalcar que internet se ha convertido en una importante herramienta para la comunicación de los individuos.

De acuerdo a lo mencionado, la plataforma Twitch permite generar nuevas formas de interacción gracias al apoyo del internet. Para Castell (1999) “El internet es un mundo extraordinario, de libertad, de desarrollo, en el que todo el mundo se quiere, en el que todo el mundo está en comunidad” (p. 6). De esta manera, Twitch ha logrado complementar una interacción grupal sin límites que unen y movilizan, creando espacios virtuales. Por lo tanto, en la vida digital no solo el individuo se informa, sino que también abre campos a formas creativas de comunicación; la innovación tecnológica marcó la comunicación e interacción de la humanidad, contribuyendo a que las personas puedan relacionarse a través de redes comunitarias virtuales.

Identidad Virtual

Cuando se piensa en el significado de identidad se define como un conjunto de rasgos propios y determinados de un individuo y, si se considera al mundo digital, este impulsa a la creación de una tipología de personas virtuales. Se reconstruye una identidad virtual por medio de una pantalla con la que se adentra en las diferentes comunidades virtuales. “En la

red adoptamos la identidad que aparece en nuestra pantalla e incluso nos apropiamos de ella, identificándonos con ella” (Martínez, 2011, p. 52).

Por otro lado, Wood y Smith (2005) citado por Giones y Serrat (2010) definen la identidad como “una construcción compleja, personal y social, consistente en parte en quién creemos ser y cómo queremos que los demás nos perciban” (p. 4). Evidentemente, al adentrarse en las comunidades virtuales, se reconstruyen identidades que requieren de trabajo continuo para fortalecer la cultura y desarrollar un acercamiento social con diferentes personas.

Pero la reconstrucción de la identidad para incluirse en una comunidad virtual no queda allí. El comportamiento virtual no tiene correspondencia con lo que se hace en la vida diaria: “es así como las identidades virtuales, dan la posibilidad de construir un sujeto digital que cuente con todas las características personales y fenotípicas deseadas” (Ana Chávez, 2012, p. 162). Tal como se lo plantea, el sujeto que desee pertenecer a una comunidad virtual debe apoyarse en estilos, imágenes, gustos socialmente aceptados que no necesariamente deben coincidir con la realidad. Se podría comprender que la identidad virtual es un medio estratégico para alcanzar un fin u objetivo y este no se podría llevar a cabo sin la presencia de internet; este se ha convertido en “un significativo laboratorio social para la experimentación con las construcciones y reconstrucciones del yo que caracteriza la vida posmoderna. En su realidad, nos aut creamos” (Turkel, 1997, p. 228).

En definitiva, el poder que tiene internet en todos los ámbitos sociales es plausible, porque a más de brindar información ha innovado el mundo del entretenimiento a través de diferentes plataformas y Twitch, que es una de ellas, ofrece a las personas la oportunidad de reconstruir su identidad, personalizando diferentes elementos visuales para atraer más público que forme parte de su comunidad virtual.

Performance

En esta era tecnológica, las plataformas han ayudado a innovar o desarrollar el proceso de creatividad para producir ideas y propuestas en un formato de juegos. Algo semejante ocurre con la performance –anglicismo que puede traducirse como “actuar o interpretar”, tal como lo sostiene Paula Sibilia (2013) “en la performance se conjugan danza y teatro, poesía y música, artes visuales, *happenings* y experimentos con las nuevas tecnologías o con la fotografía y vídeo” (p. 6).

Cabe mencionar que se utiliza esta palabra para mencionar a cierta manifestación escénica que tiene por costumbre basarse en la improvisación y, ésta a su vez, considera como factor importante a la provocación o el asombro, jugando ambos un papel importante dentro de la performance. En cuanto a los elementos involucrados en esta acción artística, se encuentran: el tiempo, puede iniciarse en cualquier momento; el espacio, se desarrolla en cualquier lugar; el cuerpo del streamer y la relación que mantiene con su comunidad.

Referente a lo mencionado, Claudia Londoño y Sandra Varela (2020) sostienen lo siguiente:

El performance irrumpe en un espacio-tiempo “real”, y paradójicamente en “el no lugar”, entendiendo este último como un sitio o público específico, en el que la puesta en escena captura la mirada curiosa, interesada, crítica o apática de un posible espectador o transeúnte, que se sienta interesado e identificado o, por el contrario, le parezca absurda e incomprensible la representación escénica (p. 24).

Otro rasgo que se debe considerar de la performance es que deriva en innovadoras fórmulas de expresión dibujadas por los artistas. Estos, ayudados por la tecnología, establecen diálogos significativos con una comunidad. Lo mencionado es sustentado por Virgilio Valero (2017) cuando dice que la persona o performer “efectúa una renunciación que establece relaciones directas con objetos, espacio, tiempo y su propio cuerpo, que se erigen

como los vehículos para que los espectadores (determinados más como perceptores) se enlacen con su polisémico discurso” (p.2).

El vocablo performance, para el presente trabajo investigativo, tiene suma importancia al momento de analizar el perfil de un streamer en términos de una interacción natural, no solo de autopresentación, sino cuando emplea el recurso de la improvisación ante su comunidad de seguidores. De igual manera, las concentraciones, sesiones en directo y discursos que se dan a conocer en la plataforma Twitch, constantemente laboran en las diversas formas de interactuar que se desarrollan en el ambiente virtual que se puede corroborar la interacción comunicativa entre los usuarios y el streamer, provocando en ambos una charla informal en una sesión en directo.

Comunidades Online

En esta era de la modernidad los medios digitales se encuentran presentes en la vida cotidiana, en los momentos de ocio, en el trabajo y hasta en las comunicaciones personales. La interacción de herramientas como internet, telefonía móvil, videojuegos u otra clase de dispositivos brindan variadas formas de información y comunicación y, en este contexto, el rol de los videojuegos es sumamente importante en la formación de comunidades online.

¿Qué son las comunidades *online*?

Según los autores Lee, Vogel y Limayem (2003) citado por Maestro (2019), una comunidad Online es “un ciberespacio respaldado por un sistema informático basado en las Tecnologías de la Información y Comunicación, centrado en la comunicación e interacción de sus participantes que generan contenido y cuya red resulta en el fortalecimiento de la relación” (p. 22). Conforme a lo expuesto, se puede considerar que la comunidad virtual es la relación entre personas que difunden información e interactúan entre sí utilizando para ello el ciberespacio, en donde el concepto de tiempo, espacio y distancia les permiten conectarse con otras personas mediante un sistema informático.

Salinas (2003), citado por Cabero (2006) sostiene que “El hecho de que la interacción entre las personas se pueda realizar entre personas físicamente, pero enlazadas mediante redes telemáticas, es lo que lleva a hablar de comunidades virtuales” (p. 4).

Conviene resaltar que no basta con que un grupo de personas interactúe o se relacione a través de una plataforma virtual para que se los denomine o sean considerados como comunidad. Hace falta que entre ellos construyan relaciones basadas en el respeto, la confianza y el compromiso. Además, es necesario recalcar que hay otros componentes como las relaciones sociales, la unidad de equipo, así como las emociones de los participantes.

Las comunidades virtuales para Howard Rheingold (1994) citado por Sanz, Navarro y Planells (2018) “son agregados sociales que surgen de la Red cuando una cantidad significativa de gente lleva a cabo discusiones públicas durante bastante tiempo, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético” (p.40).

Para concluir, la interacción entre los participantes de la comunidad streamers en la plataforma Twitch, permite conocer la evolución de su comportamiento y su desenvolvimiento social, para que estas comunidades virtuales puedan construir sus identidades al ofrecer innovadoras formas de relacionarse.

Interacción streaming

La sociedad del siglo XXI caracterizada por el surgimiento de lo que se denomina cultura virtual, trae consigo las tecnologías digitales, las mismas que surgen como las formas que imperan en la comunicación o para divulgar información y conocimiento. Y dentro de estas tecnologías está el streaming, ya que “los medios de comunicación en las sociedades modernas son importantes, pues inciden en nuevas formas de acción e interacción, nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo” (Cabero y Llorente, 2007 citado por Armas y Barroso, 2018, p.42).

Uno de los aspectos interesantes que ofrece esta plataforma es causar cambios en las formas de creación y consumo de los contenidos. “Streaming ha permitido la expansión de sitios sociales a nivel global incorporando contenidos de video producidos por todo tipo de públicos. Han fungido como catalizadores de diversas formas de expresión individual que al hacerse públicas desatan reacciones colectivas significativas” (Ortiz, 2013, p. 3). A más de lo mencionado, es necesario resaltar la interacción que se realiza con cualquier persona, sin considerar el lugar donde se ubique; no hay limitaciones de tiempo o espacio, lo cual permite que los usuarios participen directamente o comenten el contenido con el resto de los conectados.

“Twitch desempeña un papel importante en la comunicación virtual porque es el servicio de streaming que se especializa en videojuegos más conocido en el mercado virtual, cuya audiencia desarrolla un sentido de comunidad que trasciende más allá del juego” (Stephenson, 2018 citado por Rodríguez, 2019, p. 34). La comunicación es más fluida, hace que el usuario se siente como parte activa durante la emisión.

Las tecnologías relacionadas a la plataforma streaming resultan importantes en la interacción de las personas. Este medio llegó para que las relaciones y comunicación entre los individuos no solo evolucionen, sino que favorezcan con nuevas formas de informarse o divertirse modificando la forma de interactuar entre ellos.

Estado del arte

En esta revisión sobre estudios de Streamers: nuevas formas de interacción en la plataforma Twitch existen limitaciones debido a la escasa literatura relacionada con el estudio, por lo tanto se incluyen investigaciones académicas anteriores.

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 la revista Ámbitos, Revista internacional de comunicación, sus autores Juan Francisco Gutiérrez

Lozano y Antonio Cuartero, se analizaron los resultados de encuestas realizadas a estudiantes universitarios para conocer las opiniones sobre el contenido televisivo y las nuevas plataformas de audiovisuales online. Los autores buscaban conocer por qué los jóvenes de entre 14 y 24 años se alejaban de la televisión tradicional. También analizaron cómo la plataforma Twitch, gracias al apogeo de creadores de contenidos como youtubers, influencers, atrae a una mayoritaria audiencia juvenil a esta plataforma.

Este estudio de enfoque cualitativo se llevó a cabo con una configuración de respuestas tanto abiertas como cerradas. La muestra final fue de 220 estudiantes universitarios de diferentes grados de la Universidad de Málaga España, agrupados en diferentes edades entre los 19 y 21 años. El 59% de los informantes fueron mujeres y el 40% hombres.

En sus conclusiones, los autores definieron que no es solo un cambio de tendencia del consumo audiovisual en los jóvenes, sino que es una evolución notable en la manera de cómo el público juvenil se relaciona con los productos audiovisuales. Es necesario señalar que, además de la observación que realizan, pueden interactuar y crear una comunidad dentro de la plataforma Twitch.

En un trabajo de titulación de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Universidad Javeriana del 2019, el autor Mateo Rodríguez Uscátegui realizó un estudio llamado *El streaming y nuevas formas de consumo en videojuegos*, esta investigación tuvo como objetivo explicar cómo la audiencia juvenil de edades entre 15 a 25 años han transformado sus hábitos de consumo con el surgimiento de plataformas, teniendo en cuenta los juegos Fortnite y League of Legends sobre los que se basó el estudio. Tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo de carácter interpretativo, mediante herramientas de observación, encuestas y entrevistas.

Los resultados que extrajo el investigador mediante el entorno cuantitativo fueron que en Twitch, el 81,5% del total de usuarios son hombres en términos globales y 55% tienen la edad de entre 18 a 34 años. En el consumo de juego Fortnite el 72% de los jugadores son hombres y el 68,7% son jugadores que se encuentran entre 18 a 24 años. En League of Legends tiene un total de 64% de usuarios masculinos.

Para el enfoque cualitativo se usaron técnicas como observación participativa y entrevistas semiestructuradas. En la primera técnica, el investigador observó a los streamings y formó parte de la audiencia para analizar los diferentes factores como: qué tipo de videojuego transmite, quién realiza el streaming, cómo interactúa con la comunidad.

Las entrevistas semiestructuradas fueron aplicadas a usuarios del videojuego League of Legends y a quienes tengan experiencia en la plataforma de streaming.

En sus conclusiones el autor señala que los hábitos de consumo del público están cambiando debido a las nuevas tecnologías. Así mismo, de acuerdo a las entrevistas realizadas, las personas- especialmente los jóvenes- prefieren las plataformas de streaming puesto que ellos mismos eligen qué tipo de contenido audiovisual prefieren ver. Por otro lado, los medios tradicionales están siendo rápidamente abandonados, porque las nuevas generaciones se han adaptado y acostumbrado a nuevas formas de consumo audiovisual.

La investigación académica *Juega y gana: El videojuego para ganarse la vida* realizado por Sergio Leonardo Sánchez Santamaría de la Universidad Javeriana publicada en el 2018, expone que su estudio tiene como objetivo conocer el posicionamiento del Streamer en la plataforma Twitch. El enfoque del estudio fue cualitativo, entrevistó a algunos streamers, para obtener como resultado la respuesta afirmativa respecto a la pregunta que se relacionaba con el streaming como una manera de ganar dinero. Explicó en todos los casos que las ganancias obtenidas permitían obtener recursos económicos para el mejoramiento de los equipos, pagar deudas y solventar los gastos diarios, y resaltó que, entre los

entrevistados, algunos hicieron hincapié que las ganancias de Twitch no hacen que sea su forma de vida, el hecho de formar parte de la comunidad Twitch es ya su estilo de vida.

En sus conclusiones se evidencia que lo más importante para un creador de contenido es su audiencia, a mayor número de espectadores, mayores serán las ganancias y reconocimientos, todo depende de la identidad que streamer construya poco a poco para atraer a más público.

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?

Objetivo General

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

Objetivos Específicos

- Analizar el tipo de interacción entre streamer y su comunidad durante las transmisiones en vivo a partir de agosto a septiembre del 2021 en la plataforma Twitch en la categoría Gaming League of Legends.
- 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 plataforma Gaming - League of Legends.
- Conocer las percepciones de los usuarios en la plataforma Twitch en relación a las interacciones y performance del streamer en la categoría Gaming.

Diseño metodológico

Planteamiento de investigación

La metodología de la presente investigación es de corte cualitativo, puesto que se caracteriza por observar eventos ordinarios y actividades cotidianas tal y como suceden en ambientes naturales, está directamente involucrado con las personas que se estudian y con sus experiencias personales. (Vega, Ávila, Camacho, Becerril, Amador, 2014), también para que exista validez y confiabilidad en la investigación cualitativa se deben procurar cambios notables en el ambiente estudiado y la credibilidad de la información que dan los informantes. (Borjas, 2020). De esta manera se busca analizar y comprender el desarrollo de relaciones sociales y el incremento de espectadores que se producen mediante las transmisiones en la plataforma Twitch que un streamer genera de manera continua.

El método a aplicar es etnografía digital mediante observación participativa, que se comprende como un nuevo enfoque de investigación de los espacios virtuales y constituye una participación en diversos ámbitos de experiencia para las personas, lo cual conlleva nuevas prácticas, interacciones y relaciones sociales en internet. (Ruiz, & Aguirre, 2014, pág.10).

El tiempo se vuelve un factor importante en este estudio, ya que, para lograr los objetivos planteados, hubo la necesidad de observar a dos streamers por un lapso de una hora diaria durante cuatro días, los mismos que variaban de acuerdo al horario de transmisión del streamer. En total, ambos streamers fueron observados durante ocho horas en los meses de agosto y septiembre. Durante este tiempo se observó la interacción que sostenía el streamer con su comunidad en la categoría gaming-League of Legends, y esto permitió analizar los diferentes cambios de comportamiento o actitud frente a sus espectadores.

La observación participativa es el resultado de la interacción y cooperación de un grupo de personas que actúan subjetivamente (Jociles, 2017). De esta manera, se espera que el investigador se una a la comunidad de los streamers seleccionados, en la plataforma Twitch,

se exploren las transmisiones, para analizar las relaciones e interacción con el objeto de estudio.

Adicionalmente, el estudio se lo ha considerado de tipo exploratorio y descriptivo visual. El primero, surge “cuando aparece un nuevo fenómeno que, precisamente por su novedad, no admite todavía una descripción sistemática o cuando los recursos que dispone el investigador resultan insuficientes para emprender un trabajo más profundo” (Sampieri 1985, citado por Galvis, 2006, p. 13). Este tipo de estudio es útil para permitir que otros investigadores realicen sus estudios de manera más avanzada.

Mientras que el segundo, es de tipo descriptivo porque “describe algunas características fundamentales de fenómenos homogéneos y utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes” (Guevara, Verdoso, Castro, 2020, p. 166).

Categorías de análisis y definición de términos operativos

En todo estudio es necesario conceptualizar o codificar las expresiones con suma claridad para evitar confusiones en los fines que persigue una investigación, es a esto a lo que se le denomina categorías.

Según Straus y Corbin citado por Romero, C (2005) “Las categorías tienen poder conceptual porque reúnen grupos de conceptos o subcategorías. En el momento en el que el investigador empieza a agrupar los conceptos, también inicia el proceso de establecer relaciones entre conceptos sobre el mismo fenómeno” (p. 1).

De la misma manera, Echeverría Genoveva (2005) considera a “las “categorías” como las grandes agrupaciones conceptuales que en su conjunto dan cuenta del problema a investigar, tal y como se lo define y acota en la investigación” (p. 10).

A causa de que la información que se obtendrá de la observación de los dos streamers, incluyendo la entrevista al grupo focal, se han seleccionado técnicas para ser analizadas, como son la categorización de las variables y, por tanto, la triangulación de resultados, con el propósito de hacer comparaciones según las categorías y subcategorías que a continuación se describen.

Categoría: Interacción

Con la finalidad de explorar cómo es el accionar entre los streamers y su comunidad, cuánta influencia ejercen los primeros sobre los segundos durante el tiempo de transmisiones en vivo.

Categoría: Performance

Aquí se precisan todas las acciones que realiza en vivo el streamer de forma espontánea hacia su comunidad, considerando elementos de imagen física y virtual.

Definición de Categoría

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

Tabla 1: *Categorías y subcategorías*

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN	SUBCATEGORÍA
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 Performáticos	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: *María Fernanda Martínez, Paola Plúa y Gabriela Giler.*

Unidad de análisis

Para Alba, Gallegos y Huamán (2012) considera que la unidad de análisis tiene como visión en entender el significado y observar “el proceso de construcción del sujeto de estudio”, es decir se conecta con el cómo se piensa y como se expresa. Se ha seleccionado a dos streamers de acuerdo a ciertos parámetros que se deben cumplir como: un y el segundo nacional, ambos de habla hispana, también ver la cantidad de seguidores y cumplir con el criterio de homogeneidad, es decir que ambos pertenecerán a una categoría, en este caso la seleccionada es Gaming- del juego estratégico League of Legends.

Tabla 2: *Perfil de los streamer seleccionados*

Nombre de los Streamer	Usuario y perfil en twitch	Origen	N° Seguidores
Pedro Campoverde	 <p>pedroggcosplay 554 seguidores</p>	Ecuador	554
Valentina Molendowski	 <p>Vkryp 58.827 seguidores</p>	Argentina	58.827

Fuente: *Elaboración propia.*

Transmisiones de los streamers

Se analizan 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 muestra es no probabilístico debido a que es más útil para estudios exploratorios y permite seleccionar “individuos de caso típicos sin intentar que sean estadísticamente representativos de una población determinada” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 189), por otra parte, Mejía (2000) sostiene que, “a pesar de ser una forma rápida de obtener una muestra, esta se la utiliza en la etapa exploratoria de la investigación para generar hipótesis y aproximarse a la caracterización del objeto de investigación” (p.169).

Técnica y herramientas de investigación

Se aplicarán dos técnicas de investigación: la observación y Focus Group. Para Marshall y Rossman (1989) citado por Kawulich (2005) define la observación como “la descripción sistemática de eventos, comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado” (p. 3). Por ello, como herramienta, se ha diseñado una ficha de observación (tabla 3). La observación participativa es fundamental, ya que se caracteriza por acciones tales como tener una actitud abierta, estar interesado en aprender más sobre los sujetos de estudio, libre de juicios (Dewalt, 1998).

Tabla 3: Ficha de Observación

Este formato se utilizó para hacer las respectivas observaciones y reflexiones de ambos streamers. En el Anexo 1 se encuentran las fichas donde se registran las 8 observaciones.

DIARIO DE CAMPO : Observación de transmisión xxxxxxxx en la plataforma Twitch		
Nombre:		
Fecha:		
Lugar:		
Tema:		
Objetivo:		
Elementos: Performativos y de interacción	DESCRIPCION	REFLEXION
Configuración de transmisión		
Línea Gráfica		
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		
Capítulo		
Tienda		
Efectos especiales		
Distribución de objetos		
Intención del espacio		
Tipo de habitación		
Performance por género		
Donativos		

Fuente: María Fernanda Martínez, Paola Plúa y Gabriela Giler

El Focus Group permite la recolección de datos necesarios para proceder con la investigación, estos grupos de pocas personas han sido seleccionados por sus características o gustos en común, también permitirán analizar sus deseos, inquietudes, necesidades, en un entorno cómodo para poder observar su interacción (Iglesias, 2019).

Se realizó un cuestionario de 15 preguntas abiertas con un grupo de 11 participantes en total, jóvenes streamers y usuarios de entre 22 a 28 años de edad. Dentro del cuestionario de preguntas (anexo 4) se trataron los siguientes temas: como tiempo del uso de la plataforma, percepción que los participantes poseen sobre la plataforma, comunidades online e interacción en la plataforma, motivos de preferencia en la Twitch.

Tabla 4: Cronograma de recolección de datos

A continuación, se elaboró un cronograma de planificación y programación de actividades, el cual se considera necesario para este estudio.

TAREA	Mayo	Juni o	Julio	Agost o	Septiembre
Adaptacion as metodología y las herramientas de investigación	x				
Selección de los streamers a estudiar	x	x			
Elaboración de guía para Grupo Focal		x			
Elaboración de guía del Diario de campo			x	x	
Selección de participantes en Grupo Focal				x	
Implementación de periodo de observación				x	x
Implementación de grupo focal					x

Fuente: *Elaboración propia*

Consideraciones éticas

Se considera que la información del grupo focal estará garantizado por una carta de consentimiento informado, el mismo que es firmado por los sujetos de estudio, estas cartas serán incluidas en (anexo 1) de la presente investigación de Pregrado.

Los resultados registrados en el documento de esta investigación serán del uso exclusivo para dichos fines y no serán aplicados en publicaciones ajenas al ámbito académico. Las citas serán referidas con rigor propio de la redacción académica y de la Norma APA 7. Se preverá el plagio con la respectiva consulta bibliográfica y manejo de datos recogidos de forma sistemática y metodológica. 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

Resultados

Los resultados expuestos del presente estudio tienen como objetivo mostrar la información obtenida a través del método de la observación de la transmisión en directo durante una hora por cuatro días diferentes en el mes de agosto y septiembre, seleccionando a los dos streamers uno nacional y el otro internacional para este estudio. De la misma forma, se analizó cada perfil en Twitch con el fin de consolidar la información relacionada a la ficha de observación. Además, se realizó un grupo focal para conocer las percepciones y experiencias de usuarios sobre el uso de la plataforma.

Por medio de esta ficha de observación (anexo 1) se aborda por un lado la interacción de los streamers con su audiencia y el performance que hacen en sus transmisiones; y por el otro, el grupo focal (anexo 4) se busca conocer las percepciones de los usuarios sobre la plataforma

Ficha de Observación

Los resultados expuestos se referenciarán de la siguiente manera: Transmisión 1 (T1), Transmisión (T2), Transmisión 3 (T3), Transmisión 4 (T4) por cada streamer. Por otro lado, se considerará el desenvolvimiento e interacción con su comunidad mientras se dedicaban a practicar League of Legend, videojuego estratégico del género MOBA, que permite jugar en equipos de cinco vs. cinco jugadores.

Performance

Durante las cuatros transmisiones que realizó la streamer internacional, conocida en Twitch como *Vkryp* (Valentina Molendowski), presentó un escenario físico el mismo que estuvo compuesto de figuras de colección de personajes de videojuegos, peluches, un accesorio de batalla, cuyo diseño era un unicornio del videojuego Fortnites a escala real. El uso de las luces Leds en tonalidades fucsia y morada formó parte de su iluminación, lo cual contribuyó a resaltar y contrastar el color sobre la línea gráfica implementada en su escenario virtual que lo componen los diseños de los marcos de la pantalla principal y del chat que ella utilizó para sus transmisiones.

Por otro lado, durante el desarrollo de las cuatro transmisiones, se observó al streamer nacional -conocido como *Pedroggcosplay* (Pedro Campoverde)-, que en su performance de escenografía física, exhibió algunos accesorios a escala real de los personajes alusivos a los videojuegos, los mismos que son conocidos como *props*. Entre ellos, mayoritariamente, se destacaron el escudo de Link del videojuego Legends of Zelda y la espada de Garen, de League of Legends, ambos observados durante la transmisión 1 (T1).

Durante la transmisión 3 (T3), tal como se muestra en la tabla 5, se observó completamente su escenografía, donde se apreciaron más elementos como muñeca de Harley Quinn, algunas máscaras, entre ellas, una hawaiana, de Spiderman, otra de color blanco con detalles de tono rojo y una mesa con pinturas y algunos envases; por otro lado,

durante los cuatros transmisiones, en la parte derecha, estuvo un televisor grande el cual permaneció encendido que proyectaba animaciones de diferentes colores. Sus elementos gráficos estuvieron compuestos de marcos estructurados de manera simple, su línea gráfica era de tonalidades frías y oscuras, con tipografías blancas y un concepto futurista.

Tabla 5: *Escenografía*

ESCENOGRAFÍA	
Internacional	Nacional
	

Fuente: Tomada de Twitch, transmisión 2 y transmisión 3

Vestuario

En cuanto a su imagen, la streamer *Vkryp* variaba inesperadamente, por ejemplo, en T1 y T3 su vestuario era ropa negra, a pesar de ello proyectó un perfil pulcro, al igual que su maquillaje. Este resaltaba su mirada por la forma en que delineaba sus ojos, a esto se agrega la presencia de su característico flequillo de color azul. En cambio, en la Transmisión 4 (T4) mostró a la comunidad su faceta de cosplayer, utilizando un traje rojo de Harley Quinn que es uno de los villanos de DC cómic, en el que destacó elementos representativos del personaje como tatuajes, maquillaje, cabello rubio con las coletas teñidas de colores diferentes.

Por otro lado, el streamer *Pedroggcosplay*, presentó un vestuario sencillo, mostró una imagen de estilo casual, despreocupado. Así mismo, durante la T2, T3, y T4 usó prendas

básicas como camisetas de colores neutros. En la transmisión 1 (T1) hubo un ligero cambio en el color de su vestuario, esta vez usó una camiseta roja.

Tabla 6: *Vestuario*

VESTUARIOS	
Internacional	Nacional
	
	

Fuente: Tomada de Twitch, Streamer Internacional (T1, T4) y Streamer Nacional (T1, T4).

Vocabulario

El vocabulario que empleó la streamer internacional *Vkryp*, durante las cuatro transmisiones, fue de una jerga propia de los argentinos al utilizar “boludo”, pero se destacó durante la Transmisión 1 (T1) al emplear términos propios del videojuego como “farmear”, “minions”, “mid” y “ward”, los mismo que fueron mencionados mientras jugaba una partida de League of Legends.

En cuanto al streamer nacional *Pedroggcosplay*, durante el tiempo que duró las transmisiones, no se le escuchó ninguna jerga ecuatoriana; sin embargo, mencionó términos del videojuego pronunciados durante la Transmisión 2 (T2): “skins”, refiriéndose a su comunidad, informando que vendrán nuevos aspectos de diseño de algunos personajes y pronunció “ward” “pushear” y “bot” “en top” mientras jugaba LoL.

Recursos gráficos

Vkryp usó como recurso gráfico una ilustración de uno de los personajes llamado Ahri de LoL. Durante la Transmisión 4 (T4), en la esquina inferior del marco principal, se visualizó una barra gráfica de color morado, con la que señaló la futura meta a la que quería llegar, y también le sirvió como recordatorio para quienes querían contribuir monetariamente. Por otra parte, durante el lapso de la observación de T3, apareció en la parte inferior de la pantalla principal de la streamer un texto color rosa en el que resaltó el nombre de un usuario de nombre “*Engel kryp ofnoxi*” que fue el donador de 200 bits. Esto causó la aparición de un personaje femenino que bailaba y que pertenece a una serie de anime. A los pocos minutos apareció un segundo usuario: “*ItsYoca*”, quien donó 15 bits; luego de este, se presentó otro personaje bailando con la canción Oppa Gangnam style. Por lo tanto, según la cantidad de bits que un usuario donó a la streamer, ella varía el recurso gráfico que había programado para su transmisión.

En el perfil del canal de *Vkryp*, en la parte superior, tiene como portada un collage de fotografías de los personajes que ella ha hecho respecto a los videojuegos con los que ha interactuado. Así mismo, tiene paneles en los que ha mantenido los colores de la línea gráfica; además, se visualizó, no solo su información detallada, sino otros aspectos como: las reglas que se deben cumplir en el chat, el paquete de íconos y la lista de Bits o alertas que podrían salir en transmisión según la donación que el usuario estaría ofreciendo al recibir la suscripción.

En cambio, *Pedroggcosplay* no mostró ningún recurso gráfico durante sus transmisiones, pero en su perfil del canal tiene tres paneles de información vinculadas a los links de sus redes sociales, como: FacebookGaming, YouTube e Instagram, también en su portada de tonalidad negra resaltó las letras “*currently*” junto con ciertos diseños que iba de acorde con la línea gráfica que el streamer implementó.

Personalidad

La streamer *Vkryp*, durante sus cuatro transmisiones mostró a su comunidad una personalidad extrovertida, espontánea y con un buen estado de ánimo, mantuvo una conversación fluida con sus seguidores, siempre estuvo dispuesta al diálogo abierto respecto a diferentes temas de conversación tal como lo hizo durante la transmisión3 (T3). Abordaba temas relacionados a los diferentes estilos de cortes de cabellos hasta la delicada situación de adoptar un hijo.

Por otro lado, adoptó una actitud muy apacible al momento de jugar una partida de LoL, esto se comprueba en la T2, debido a que, durante una partida, su equipo llevaba la desventaja; sin embargo, pese a ese momento, *Vkryp* mantuvo la tranquilidad y estuvo atenta a los comentarios que surgieron en el chat.

Durante las cuatro transmisiones del streamer *Pedroggcosplay*, su personalidad también fue extrovertida, se caracterizó por ser carismático y atento. Asimismo, ofrecía información de las novedades del videojuego y solicitaba, la mayor parte del tiempo, sugerencias a su comunidad, lo cual se comprueba en T3, al terminar de tocar el violín la canción “*The Scientist*” de la banda Coldplay, el streamer solicitó opiniones y sugerencias acerca de cómo lo entonó. Respecto a esto, uno de los espectadores llamado “*ariamaythe*” comentó: “La canción está bien, pero suena raro, parece desafinado el violín”. El streamer aceptó de buena manera su comentario y confesó que para la próxima iba a mejorar. Por otra

parte, en la T2 y T4 durante la partida de LoL, estuvo muy concentrado durante la mayor parte del tiempo, por lo que no estuvo atento a los comentarios del chat.

Interacción

Vkryp tiene un total de 58.827 seguidores en su canal de Twitch. En la transmisión 2 (T2), durante los primeros 5 minutos apareció un video introductorio de bienvenida en el que mostró sus recopilaciones de sesiones de fotos de ciertos cosplays que ha realizado y, en ese lapso, aparecieron conectados alrededor de 75 a 100 usuarios. Del mismo modo durante la hora que duró la observación el número fue incrementando de entre 302 a 328. Luego, de que la streamer ingresó al directo, saludó con una sonrisa diciendo “Hola chat” refiriéndose así a su comunidad.

Por otro lado, *Pedroggcosplay* tiene un total de 554 seguidores en la plataforma, durante las cuatro transmisiones, proyectó un video introductorio con letras diseñadas en 3D metalizadas con bordes celestes, de fondo oscuro con ciertos detalles de tono neón. Por ejemplo en la transmisión 3 (T3), el ingreso de los espectadores fue lento, aparecieron conectados entre 5 a 13 personas, pero durante la hora transcurrida de observación el número se incrementó, pasó de 20 a 33 personas. Cuando el streamer aparece al inicio de su transmisión, sus palabras de saludo son... “hola chicos bienvenidos una vez más a mi canal”.

Así mismo como en otras transmisiones, por ejemplo, T2, anunció su bienvenida y los temas que iba a tratar en ese momento, por citar algunos: cómo abrir “*orbes*” -cajas misteriosas que ofrece el videojuego- y dar a conocer las habilidades de un nuevo aspecto de un personaje llamado “*Tristana Hextech*”.

Tabla 5: Video introductorio

Bienvenida	
Internacional	Nacional
	

Fuente: Tomada de Twitch, transmisión 2 y transmisión 2

Chat

Una de las interacciones principales e importantes de las transmisiones de un streamer es el chat. En las cuatro transmisiones Vkrp , logró explayarse en los temas de conversación que surgieron de manera espontánea con su comunidad dentro del chat, por ejemplo en T3, los usuarios comentaban temas referentes a fechas de cumpleaños, esto se dio, porque la streamer felicitó a uno de sus seguidores por su onomástico, posteriormente se centraron en los diferentes estilos de corte de cabello, entre otros temas más.

En la transmisión 4 (T4), la streamer interactuó con ellos ofreciendo Zings, esta actividad consiste, en que el artista debe escribir el nombre de la otra persona en un soporte físico y, al terminar, se fotografía junto a ese nombre, para después enviárselo a la persona que lo solicitó. Vkrp también realizó zings, escribía unos que otros nombres con letras de neón en una pizarra electrónica oscura, al terminar, ella posaba delante de la webcam para que la persona seleccionada pueda tomar algunos captures de pantalla. Mientras realizaba esta actividad ella lucía el traje de Harley Quinn y, leía aleatoriamente ciertos nombres de sus usuarios que comentaban en el chat.

En la misma transmisión, decidió iniciar algunas partidas de League of Legends, pero generó una interacción más directa con otros espectadores, solicitó los nombres de los usuarios de sus cuentas del videojuego para agregarlos y de esta manera podría jugar personalmente una partida de uno vs. uno.

Por otro lado, el streamer nacional en la T2, compartió con los espectadores la experiencia que tuvo el fin de semana con fechas 4 y 5 de septiembre, como Staff de un evento. Comentó que había grabado y fotografiado algunas presentaciones y escenarios del mismo. De igual manera, *Pedroggcosplay* respondía a las preguntas que su audiencia le planteaba e, incluso, iba a realizar un sorteo, para que uno de ellos logre hacerse acreedor a cualquier aspecto que el ganador eligiera.

Grupo focal

Como parte de esta investigación también se realizó un grupo focal de un total de 11 personas tanto streamers como usuarios de la plataforma Twitch. Debido a la cantidad de participantes, se tomó la decisión de dividirlos a los invitados por dos salas de seis y cinco. Las preguntas estaban enfocadas en conocer las percepciones y experiencias de los usuarios del consumo de Twitch en relación al performance e interacción con el streamer y comunidad. Así mismo, los comentarios son extraídos por las transcripciones de las respectivas entrevistas (anexo 4)

La primera pregunta que se planteó fue Como conocieron la plataforma Twitch, cuatro participantes conocieron Twitch por Youtube, así lo testificó el participante #1 (B.N) “Conozco Twitch porque lo mencionaba en videos de YouTube. Por lo general veía, cosas como comic y videojuegos”, el participante #2 (P.A), Participante #5 (D.R) y Participante #6 (D.C.R), compartieron que conocieron Twitch a través de los creadores de contenido de los videos que generaban en YouTube.

Por otro lado, el participante#4 (D.C) quien es streamer comentó “Entré al mundo Twitch por unos amigos” también afirmó que estuvo primero en la plataforma Twitch y después paso a Facebook gaming, aseveró que se quedó en Twitch “porque la plataforma es más amigable y tiene muchas herramientas” de igual modo el participante #9 (E.R) testificó “conocí Twitch por medio de unos amigos que jugaban GTA y me introduje para poder streamer y poder compartir.”

También se les preguntó ¿Cuáles son los elementos que hacen que se destaque Twitch en relación a las otras plataformas?, el participante #3 (D.C.M) comentó que lo mejor son las herramientas que posee en el chat para interactuar con los usuarios “ hay algo que se llaman los puntos de canal, mientras más gente ve tu stream por más tiempo, vas consiguiendo puntos” también afirmó que se puede “hacer raid a tu canal o tren del Hype” es decir compartir las transmisiones de streamer a streamer para que la otra comunidad lo pueda ver. Después se comentó que es fácil de usar, como menciona la participante #5 (D.R)“ la interfaz es muy sencilla, además yo puse las notificaciones al correo de las personas que sigo cada vez que comienza hacer stream” de igual manera el participante #6 (D.C.R) afirmó que con la aplicación es más práctico en llegar notificación. A su vez recalcó “Youtube solo lo usaba para ver las retransmisiones que solían hacer, Twitch es más que nada verlos en vivo y tratar de interactuar un poco con las personas que están transmitiendo directamente”.

Por otro lado, se considera que Twitch da la facilidad para interactuar con las personas de muchas formas a diferencia de Facebook, así propone el ejemplo del participante#4 (D.C)

“cuando suelo hacer streaming, tengo muchas extensiones, una de ellas se llama Dixper, por ejemplo, acumulan puntos y con eso les doy unas cajas, que sirven para trollearme dentro de los juegos, desactivar botones, cosas así, entonces tiene mucha interactividad con la gente”

Luego de conversar sobre las facilidades que ofrece la plataforma para los usuarios, se preguntó sobre las percepciones que tienen los participantes sobre Twitch, describieron que es una plataforma múltiple, amigable e incluso siendo usuarios se sienten parte de la comunidad de los streamers, así lo aseveró la participante #5 (D.R) “Solo veo streamings porque la verdad es que no interactué mucho, no sé qué comentar, pero sí creo que me siento parte de la comunidad”, de igual modo para el participante # 2 (P.A) Para él es “ gaming y reacciones”, mientras que el participante #7 (J.M) definió que es una plataforma de contenido diferente “donde uno puede distraerse”. De igual manera el #6 (D.C.R) aseguró que para él es “una plataforma múltiple” que no solo se centra en el área gaming si no que “hay más variedad, como reacciones de “videos o ver anime”. También es una manera de tener contacto más directo con los streamers, así comentó el Participante # 10 (M.L)

Otro tema que se consultó a los participantes es de cómo es la comunidad y si se consideran parte de una. Desde la percepción de un streamer quien fue el participante# 4 (D.C) le agrada su comunidad afirma que “si ingresan a la comunidad es porque le gustó el contenido” tanto su trato, como las dinámicas que realizan juntos, así mismo manifiesta que coloca en “votación” para decidir qué película ver y que en Twitch existe mayor posibilidad para la audiencia en participar e interactuar que en Facebook. De igual manera el participante # 2 (P.A) confiesa que “yo tengo una comunidad no muy grande porque no tengo mucho tiempo en Twitch, pero siento que es muy unida” también menciona que no importa lo que él esté realizando, sus seguidores son fieles y que se interesa en los contenido que él genera. Por otro lado, bajo la percepción de un espectador el participante #6 (D.C.R) opinó que es muy importante la interacción entre espectadores y streamer porque gracias al usuario hace que el streamer “esté creciendo”. Como último comentario, para el participante #7 (J.M) considera que “cada streamer tiene su forma de hacerte sentir parte de la comunidad porque habrá alguno con el que te identifiques, por su forma de ser o los intereses y gustos que el streamer tenga”.

Discusión de resultados

En este apartado, se desarrollará un análisis comparativo en el que se consideran los objetivos planteados y los resultados obtenidos de las fichas de observaciones y entrevista al grupo focal. En las fichas de observaciones se evidencia el desempeño de los dos streamers en las dos categorías: performance e interacción. Por su lado en el focus group se determinó la percepción de los usuarios respecto a la plataforma Twitch. Se procederá a comparar y a contrastar la información mediante las discusiones basadas en las teorías definidas.

La plataforma Twitch gira en torno a un ambiente digital, se trata de construir la interacción entre streamer y su comunidad online, quienes comparten gustos, conocimientos e información a través del internet, como en el caso de la streamer internacional ha logrado jugar con algunos espectadores de su comunidad el mismo videojuego que los atrae llamado League of Legends, permitiendo de esta forma una interacción aún más directa, lo que para Castell (1999) confirma que ya se vive en una sociedad que “forman comunidades virtuales en torno a intereses comunes”, también como es el caso de la categoría Gaming, se refiere, no solo a compartir los mismos gustos por los videojuegos u observar las partidas que realiza el streamer, sino también al empleo de términos propios de estos juegos electrónicos.

Twitch es la plataforma streaming que permite desarrollar interacciones generadas a través de herramientas dentro del chat como los gifs, insignias, emotes diseñados. Estos elementos favorecen a que la comunidad de la streamer internacional, no solo exprese sus reacciones de manera espontánea ante una acción, sino que también goce de exclusividad al obtener una insignia o ícono por una suscripción al canal.

El uso de las herramientas del chat, mencionadas anteriormente, dinamiza la comunicación y agrega algo de diversión a los juegos online. Corresponden a un Ciberespacio, así lo plantean los autores Lee, Vogel y Limayem (2003) citado por Maestro

(2019) cuando manifiestan que las personas fortalecen sus relaciones cuando interactúan con los demás participantes a través de un sistema informático basado en las tecnologías.

De igual manera, al conocer las percepciones de los usuarios, se determina que la mayoría consume Twitch porque se siente parte de una comunidad, esto juega un rol de suma importancia, debido a que los espectadores manifiestan que ingresan a esta plataforma porque les resulta atractivo el contenido que su streamer favorito les presenta, lo que los motiva a conectarse con otras personas que, posiblemente, comparten los mismos intereses como gustos por los videojuegos, suscripciones adquiridas o, sencillamente, para tener contacto más cercano con los streamers. Es así como Cabero y Llorente (2007) consideran que el streaming incide en nuevas formas de acciones e interacciones en tiempo real, que permite a un grupo de personas conocerse, practicando otras formas de interacción que no suele suceder en la realidad del mundo físico.

Cuando se refiere a la imagen de un streamer, se traduce a una identidad virtual que está conformada por vestimenta, personalidad, estilo propio, también colores y gráficos que lo acompañan a reforzar su imagen, que en su conjunto hace que el streamer proyecte a su comunidad y de esta manera se tenga una percepción de quién es él. Es así que, *Pedroggcosplay* y *Vkryp*, los dos streamers seleccionados para este estudio, se diferencian en la construcción de su imagen. En otras palabras, el vestuario que lucían y su actitud forman parte imprescindible del proceso de construcción de un sujeto digital, así es como lo considera Ana Chávez (2012) cuando sostiene que la identidad virtual permite alcanzar un objetivo -en este caso es tener más seguidores y fidelizar a la comunidad- a través de estilos, imágenes, gustos y características físicas y conductuales que se desarrollan en el mundo digital.

Por otro lado, dentro de esta construcción de identidad de cada streamer se vuelve más sólida con un escenario virtual donde se observa un diseño de panel que permite al usuario tener acceso a conocer más y alcanzar el contenido de ambos streamers. De igual

manera, las biografías de los perfiles de cada canal también forman parte de esta identidad. En ellas se encuentran informaciones detalladas y estructuradas de quiénes son y los links que direccionen a los usuarios a otras plataformas para que visualicen más contenido en otros medios digitales. Por esta razón Castell (1999) afirma que el internet es un mundo de desarrollo, de interacción, de comunicación y de una organización social como lo aborda la plataforma.

En lo que respecta al performance, existen elementos como la iluminación, ambientación y decoración de la habitación, accesorios físicos que resaltan el entorno y elementos virtuales que van de acuerdo a una línea gráfica usada en cada transmisión. Así mismo, el tipo de vestuario que utiliza permite expresar el estilo distintivo y característico de cada streamer a la comunidad. Todos estos elementos mencionados hacen referencia a su desempeño como profesional, lo cual favorece a que los diálogos fluyan de manera muy significativa con la comunidad. Esto lo corrobora Virgilio Valero (2017) cuando manifiesta que el performance actúa muy libre de sí, no simula nada, hace de él mismo un solo dispositivo de expresión al renunciar las relaciones directas con objetos, espacio, tiempo y hasta su propio cuerpo y este evolucionará de acuerdo a la interactividad que mantenga con sus espectadores, quienes en sí son los que perciben cómo se desenvuelve y, de acuerdo a ello, deciden su enlace con él, o no.

Por lo tanto, en relación con las teorías planteadas y los resultados obtenidos, se afirma que existe diferente interacción dentro de la plataforma Twitch, además permite observar abiertamente la construcción de identidad, un espacio de comunicación sin importar tiempo y espacio. El performance está dispuesto al encuentro con su comunidad, todo él se fusiona con las personas que lo observan, siente, escucha y forma parte de esa audiencia que está en un determinado espacio.

Conclusión

Considerando los resultados obtenidos a partir de entrevista y observación a los streamers seleccionados, respecto a la interacción que estos mantienen con su audiencia dentro del mercado del entretenimiento de los videojuegos, se pueden establecer conclusiones de acuerdo al análisis de resultados. Por un lado, queda establecido que la teoría planteada acerca de cómo la tecnología – específicamente la aparición de internet- permitió el desarrollo de las plataformas digitales para que estas dieran un giro a la forma de entretenimiento visual. Antiguamente, los juegos solo se podían llevar a cabo a través de una máquina recreativa y frente a un televisor. Ahora, esta industria ha logrado crear conectividad entre los usuarios - sin considerar tiempo o espacios virtuales- con una participación real a través de internet. Por lo tanto, se corrobora que internet revolucionó el cambio social de las personas.

Por otro lado, se puede determinar que Twitch es la plataforma digital que ha generado nuevas formas de interacción, donde las personas – sin importar edad, género o nación- han encontrado un lugar donde se interrelacionan para reforzar su sentido de comunidad al encontrar contenidos de su preferencia. Además, ha permitido que haya más dinamismo en la comunicación entre sus usuarios; esto se evidencia durante las emisiones en vivo de las diferentes partidas de los videojuegos y, para ello, el streamer ofrecía recursos gráficos para fidelizar a su audiencia.

A más de lo mencionado, esta plataforma digital presenta dos funciones: la primera es que el usuario se convierta en espectador y sondee otros canales de su interés y, la segunda, ofrece la oportunidad de que ese mismo usuario pase a ser un streamer y llegue a crear contenidos para otras audiencias. De ahí se concluye que Twitch se ha convertido en el protagonista de los cambios de interacción y creación de nuevas comunidades online.

A su vez, los resultados del estudio permiten confirmar cómo contribuye el performance en la imagen de un streamer para influir sobre a su audiencia. La decoración

que éste emplee debe mostrar un ambiente agradable de manera física y virtual de acuerdo a sus gustos y preferencias. De acuerdo a lo observado, se concluye que existen contrastes en ambos streamers, debido a que según su género – el uno es hombre y la otra, mujer- escogen colores, estilos y se inclinan por presentar una apariencia en particular, ya sea en la forma de vestir o en personalidad que proyectan. Incluso, los tonos de iluminación, accesorios de decoración en su habitación, las diferentes líneas gráficas de marcos y paneles que ambos manejan en su escenario virtual y recursos gráficos que potencian la forma de cómo los usuarios los puedan percibir, son diferentes.

Para concluir, las plataformas digitales han abierto espacios para nuevas formas de entretenimiento, generando un nuevo tipo de consumo de streaming lo que favorece a otras formas de interacción entre hombres y mujeres alrededor del mundo, incentivando a que cada quien desarrolle su creatividad al presentar su performance a través de la tecnología. No obstante, de acuerdo a la observación que se hizo a los streamers, se precisa que ambos buscan causar expectativas por medio de su vestuario, performance o al plantear temas variados de comunicación. Pero, a pesar de sus diferencias, cada uno aporta en el desarrollo de una audiencia más desinhibida para comunicarse o interrelacionarse entre ellos.

Recomendaciones

Actualmente, la sociedad ha admitido que el entretenimiento digital ha generado nuevas formas de interacción; lo cual, por ser innovador, está supeditado a nuevos puntos de vista para futuras investigaciones.

Se conoce que el Streamer es un creador de contenido, pero se sugiere profundizar aún más acerca del manejo de una identidad o una marca personal, para saber por qué uno tiene mayor número de seguidores que otro y de cuánta influencia proyecta su imagen sobre su comunidad. Además se recomienda estudiar el tema del género porque es necesario conocer si la diferencia de éste influye o no en las interacciones en la plataforma. También es necesario recalcar que, a parte de las herramientas conocidas para interactuar en el chat,

se recomienda estudiar acerca de otros formatos esenciales que impulsan mayor interacción y crecimiento en la comunidad como, por ejemplo, Raids, discord, con el objetivo de reforzar los resultados.

Por otro lado, se sugiere analizar cuáles son las percepciones de las nuevas generaciones acerca del consumo de contenido digital de streaming como lo es Twitch, y qué cambios ha generado en el hábito de consumo audiovisual.

Referencias bibliográficas

- 4tickets (2021). *El ascenso del streaming cultural abre una oportunidad para los productores de espectáculos*. <https://4tickets.net/streaming-cultural/>
- Abbate, J. (2009). *Internet: su evolución y sus desafíos*. OpenMind BBVA: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/internet-su-evolucion-y-sus-desafios/>
- Adeva, R. (2021). *Qué es y cómo funciona Twitch*. AZ adslZone: <https://www.adslzone.net/reportajes/internet/como-funciona-twitch/>
- Alba, F., Gallegos, C., Huamán, E. (2012). *Los problemas emergentes en ciencias sociales. ¿Cómo analizarlos?*. Bubok Publishing. S.L. https://www.researchgate.net/profile/Felipe-De-Alba/publication/290395695_Ciencias_sociales_y_problemas_emergentes_Como_analizarlos/links/611547ad0c2bfa282a3eb9bb/Ciencias-sociales-y-problemas-emergentes-Como-analizarlos.pdf#page=146
- Alconchel, G. (2015). Subculturas en la red: Identidad y juventud. *Revista de Humanidades y juventud*, (25), 129-144. <https://doi.org/10.5944/rdh.25.2015.14258>
- Armas, N., Borroso, J. (2018). La interacción y la interactividad en la Educación a Distancia. *Revista Electrónica Opuntia Brava*. 10 (4), 87-97.
- Barrios, A. (2009). Los jóvenes y la red: uso y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación. *Revista Signos y pensamientos*, vol. XXXVIII (54), 265-275.
- Bertrán, E., Chamarro, A.(2016). Videojugadores del League of Legends: El papel de la pasión en el uso abusivo y el rendimiento. *Revista adicciones*, 28(1), 28-34.

- Borja, J. (2020). Validez y confiabilidad en la recolección y análisis de datos bajo un enfoque, *Trascender, Contabilidad y Gestión*, 5(15), 79-97 <https://doi.org/10.36791/tcg.voi15.90>
- Borrás, H. (2021). *Tendencia y estadísticas de Twitch para 2021*. Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/tendencias-y-estadisticas-de-twitch>
- Briseño, R. (2021) *Game over? Los videojuegos en la pandemia. Experto Tec nos explica*. Conecta: <https://tec.mx/es/noticias/hidalgo/investigacion/game-over-los-videojuegos-en-la-pandemia-experto-tec-nos-explica>
- Cabero, J. (2006, enero). Comunidades virtuales para el aprendizaje. Su utilización en la enseñanza. *Eductec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*. 20, 1-20.
- Castells, M. (1990). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. (Vol. Vol. I).
- Chávez, A. (2012). Identidad virtual vs. Identidad real. *Revista Académica de la Facultad de Derecho de la Universidad La Salle*, 19, 161-164.
- Díaz, E. (2020). *El efecto de la socialización limitada en tiempos de Pandemia*. Blog de ISEP: <https://www.isep.es/actualidad-psicologia-clinica/efecto-socializacion-limitada-pandemia/>
- Echeverría, G. (2005). *Análisis cualitativo por categorías*. Santiago de Chile: Universidad Academia de Humanismo Cristiano. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35683961/ANALISISQUALITATIVO_G_ECHEVERRIA_1-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1638030276&Signature=Xg3u1n5A~Rp9pkmZA1uuyKhDZxcQ1cIx7p_hkxKxCTk3WeutkOVGMWyGoE8GryDXlvObketxLBzrQWPMR1A6WVyxhTxbuKCZW_XWA2QrR-N3~XjqfdKcJue5Bk7RNYBvjF~dKDs1dBUCsJQaoqDT4KHpCWW2~5mhszUVEEvfJBCQA1iVy~iEJ~KoDCiq19GIpZ~8svQTJT6OoeKoWYWzeJPZnNyUUWAHtUrAGm4Pd_jpiNARNFuy7cJu0-nPgRVHJ~sWaQ5KRhiC92rCUcrv7mRhWIF6xCetja5OpDMQjY8lJFjOSNYw4~ewp66Nzv2wyEtQRVldTfLbbhmCUE66AvWQ_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- El Tiempo. (2020, diciembre 12). El “streaming”, el gran protagonista de la cultura en el 2020. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/cultura/entretenimiento/el-streaming-el-gran-protagonista-de-la-cultura-en-el-2020-554463>
- El universo, (2020, julio 10). Twitch, una plataforma de comunidad y nuevas formas laboral. El Universo. <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2020/07/07/nota/7897860/twitch-plataforma-que-ayuda-descubrir-habilidades/>
- El Universo, (2021, febrero 25). Plataformas de streaming como Netflix y Amazon Prime Video han obtenido el 25% del mercado televisivo mundial durante la pandemia. El Universo. <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/](#)

Emprendedores (2018). *Los youtubers se pasan a Twitch.*

<https://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/youtube-twitch-redes-sociales/>

Espinoza, E. (2018). Las variables y sus operacionalización en la investigación educativa. *Revista Conrado*, 14(65), 39-49

Estebanell, M. (2002). Interactividad e interacción. *Revista Latinoamericana de tecnología Educativa*, 1 (1), 23-32.

Gaitán, J., Piñuel, J. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social*. Editorial Síntesis. https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-08-11-Gaitan_Pinuel_Tecnicas_Sumario.pdf

Gallusser, P. (2005). Creciente avance de teletrabajo como modalidad laboral. *La Trama de comunicación*, 10, 1-15.

Galvis, Z. (2006). Tipos de investigación. *Revista Científica general José Córdova*, 4(4),13-14.

García, S. (2020, Abril, 03). La “explosión” del mundo digital en medio de la pandemia del Covid-19. AA. <https://www.aa.com.tr/es/mundo/la-explosi%C3%B3n-del-mundo-digital-en-medio-de-la-pandemia-del-covid-19/1791768>

Giones, A., Serrat, M. (2010). *La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional digital*. Bid: <https://bid.ub.edu/24/giones2.htm>

Gispert, B. (2020, Mayo, 25). El comercio electrónico vive una maduración exprés con la pandemia. *La vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/economia/20200525/481374074471/comercio-electronico-e-commerce-online-alimentacion-moda-restauracion.html>

González, D. (2009, junio). Los medios de comunicación y la estructuración de las audiencias masivas. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 15(29), 37-68.

González, F. (2014). *Cambio. 19 ensayos fundamentales sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas*. Turner. <https://www.yumpu.com/es/document/read/42685992/bbva-openmind-libro-cambio-19-ensayos-fundamentales-sobre-como-internet-esta-cambiando-nuestras-vidas-tecnologia-interent-innovacion>

Grajales, T. (2000). *Tipos de investigación*, Academia:

https://www.academia.edu/9373954/TIPOS_DE_INVESTIGACION_Por_Tevni_Grajales_G

Guevara, A, Verdesoto, E & Castro, E. (2020). Metodología de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación- acción). *Revista Recimundo*, 163-173

- Gutiérrez, J. y Cuartero, A. (2020, octubre) El auge de Twitch: Nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil. *Ámbitos: revistas internacionales de comunicación*, 50, 159-175.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Selección de la muestra*. Técnicas y herramientas de investigación. Espacio de Formación Multimodal. http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf
- Huerga, A. (2020). *Twitch desbanca a Youtube entre los gamers*. Be Shared. <https://beshared.es/twitch-desbanca-youtube-gamers/>
- Iglesias, Y. (2019). *El focus group o grupo de discusión*. Designthinking: <https://designthinking.gal/el-focus-group-o-grupo-de-discusion/>
- Ipsos, (2021). *El entretenimiento por streaming: el rey de la pandemia*. <https://www.ipsos.com/es-es/el-entretenimiento-por-streaming-el-rey-de-la-pandemia>
- Jociles, M. (2017, julio). La observación participativa en el estudio etnográfico de las prácticas sociales. *Revista Colombiana de Antropología*, 54 (1), 121-150.
- Kawulich, B. (2005). *La observación participante como método de recolección de datos*. Forum Qualitative Sozial Forschung. <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/466/998>
- Lapaz, J. González, A & Pérez, R. (2021). *Streamer y audiencia: ¿cómo interactúan en Twitch?* Portal comunicación: <https://incom.uab.cat/portalcom/streamer-i-audiencia-com-interactuen-a-twitch/?lang=es>
- Latorre, A., Rincón, D., Arnal, J. (2003). *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Ediciones experiencia.
- Lodoño, C., Varela, S. (2020, agosto). El performance: la irrupción en el no lugar. *Revista de Filosofía*, 1(1), 23-33.
- Lorenzana, D. (2021). *Las principales razones que explican porque muchos youtubers se están mudando a Twitch*. Business Insider: <https://www.businessinsider.es/principales-razones-explican-muchos-youtubers-estan-mudando-twitch-818037>
- Maestro, J. (2019). *Preservación de comunidades de mundos virtuales de videojuegos*. [Tesis de grado, Universidad de salamanca]. Archivo digital Universidad de Salamanca. https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/143158/TFG_InfyDoc_MaestroGalan_JoseAntonio_SI_98_2018-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mejía, J. (2000). La investigación cuantitativa en la sociología peruana. *Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, 9, 307-316

- Montoya, S. (2020, Marzo 19). El streaming, uno de los ganadores de la industria cultural en tiempo de coronavirus. AA. <https://www.aa.com.tr/es/cultura/el-streaming-uno-de-los-ganadores-de-la-industria-cultural-en-tiempos-de-coronavirus/1771171>
- Morán, A. (2021). League of Legends alcanza las 40 mil millones de visualizaciones en Twitch, y otros juegos en el top 5. *Hobbyconsolas*: <https://www.hobbyconsolas.com/noticias/league-legends-alcanza-40-mil-millones-visualizaciones-twitch-otros-juegos-top-5-875515>
- Movistar eSport (2018). *¿Qué son los deportes electrónicos?*. https://esports.as.com/industria/deportes-electronicos_o_1119188078.html
- Muro, B. (2011). Participación política, democracia digital y E-ciudadanía para el protagonismo de adolescentes y jóvenes. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 37 (14-2), 13-127.
- Ortiz, J. (2013). *Las redes sociales interactivas: Tecnología streaming y urbanización virtual*. [Tesis de maestría, Universidad Autónoma Metropolitana]. Archivo digital Universidad Autónoma Metropolitana. <http://hdl.handle.net/11191/2363>
- Pérez, A. (2013). *La era digital. Nuevos desafíos educativos*. Ediciones Morata, S. L. <http://www.scielo.org.mx/pdf/sine/n40/n40a9.pdf>
- Queiruga, S.(2020). *Qué es y cómo funciona Twitch, la plataforma de streaming de referencia para gamers (y no gamers)*. Marketing Ecommerce: <https://marketing4ecommerce.net/que-es-y-como-funciona-twitch/>
- Reguant, M., Martínez, F. (2014). Operaciones de concepto/ variables. *Dispost Digital de la UB*: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/57883/1/Indicadores-Repository.pdf>
- Rodriguez, C., Moral, M. (2018, junio). Habilidades potenciales con e-Sport League of Legends: diseño de caso único. *Revista Interuniversitaria de Investigación en tecnología Educativa (RIITE)*, 4, 28-40. <https://doi.org/10.6018/riite/2018/333771>
- Rodriguez, M. (2019). *El streaming y nuevas formas de consumo en videojuegos*. [Tesis de grado, Pontífice Universidad Javeriana]. Archivo digital Pontífice Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/46694>
- Romero, C. (2005). La categorización un aspecto crucial en la investigación cualitativa. *Revista de investigaciones Cesmag*, 10 (6), 1-6
- Ruiz, A. (2021). *Qué son los bits en Twitch y cuánto cuestan*. Dexerto.es: <https://www.dexerto.es/entretenimiento/que-son-los-bits-en-twitch-y-cuanto-cuestan-1438302/>
- Ruiz, M., Aguirre, G. (2015). Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 21 (41), 67-96.

- Sánchez, I. (2016). La sociedad de la información. Sociedad del conocimiento y sociedad del aprendizaje. Referentes en torno a su formación. *Revista Reflexiones*, 12 (2), 235-243.
- Sánchez, J. (2019, Mayo 26). 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/>
- Sánchez, S. (2018). *Juega y gana: El videojuego para ganarse la vida*. [Tesis de grado, Pontífice Universidad Javeriana]. Archivo digital Pontífice Universidad Javeriana.
<https://core.ac.uk/download/pdf/185621061.pdf>
- Santillán, W. (2020, mayo) *El teletrabajo en el Covid-19*. *CienciAmérica*, 9(2), 65-76.
- Sanz, S., Navarro, V., Planells, A. (2018). Características de las comunicaciones de jugadores de videojuegos. En Lazo, C., Anaya, B. (Eds.), *Game & Play: La cultura del juego digital*. (37-52). Egregius ediciones.
<http://openaccess.uoc.edu/webapps/02/bitstream/10609/80248/1/978-84-17270-47-6%2Bcover.pdf>
- Sibilia, P. (2015). El artista como espectáculo: Autenticidad y performance en la sociedad mediática. *Dixit*, (18), 4-19. <https://doi.org/10.22235/d.voi18.360>
- Telégrafo (2021, Enero 10). La pandemia aceleró en el mundo la transformación digital de las empresas. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/la-pandemia-acelero-en-el-mundo-la-transformacion-digital-de-las-empresas>
- Torres, J. (2019). “league of legends”. El fenomeno, su historia y sus nuevos modos de juego. *Los replicantes*: <https://www.losreplicantes.com/articulos/league-of-legends-lol-femomeno-esport-historia-modos-juego/>
- Turkel, S. (1997). *La vida en la pantalla: La construcción de la identidad en la era de Internet*. Editorial Paidós. <https://danielcastellar.files.wordpress.com/2014/05/turkle-sherry-la-vida-en-la-pantalla.pdf>
- Twitch (2021). *Guía de etiquetas*. <https://help.twitch.tv/s/article/guide-to-tags?language=es>
- Valero, V. (2017, diciembre). Video performance: arte poderosamente expresivo. *Revista de Investigación y Pedagogía del Arte*. (2), 1-10.
- Vega, G., Ávila, J., Chamacho, N., Becerril, A. & Amador, G. (2014) Paradigmas en la investigación. Enfoque cuantitativo y cualitativo. *Revista European Scientific Journal*, 10(15), 523-528