



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

# **FORMAS DE INTERACCIÓN EN LA PLATAFORMA TWITCH: CASO STREAMERS CATEGORÍA DE VIDEOJUEGOS: MINECRAFT**

**Elaborado por:**

**KATHERINE LIZBETH SOTO ALVAREZ**

## **GRADO**

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

**Licenciado en Marketing, con mención en Planning  
Consumer Insight**

**Guayaquil – Ecuador**

**Noviembre 2022**





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

# **FORMAS DE INTERACCIÓN EN LA PLATAFORMA TWITCH: CASO STREAMERS CATEGORÍA DE VIDEOJUEGOS: MINECRAFT**

**Elaborado por:**

**KATHERINE LIZBETH SOTO ALVAREZ**

## **GRADO**

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

**Licenciado en Marketing, con mención en Planning  
Consumer Insight**

**DOCENTE INVESTIGADOR  
MARÍA FERNANDA MARTÍNEZ CASTILLO**

**CO-INVESTIGADOR  
PAOLA SOLANGE PLÚA SUÁREZ**

**Guayaquil – Ecuador**

**Noviembre 2022**

### **Nota Introductoria**

El trabajo que contiene el presente documento integra el Proyecto Interno de Investigación-Semillero 'Formas de interacción en la plataforma Twitch: Caso Streamers', propuesto y dirigido por la Docente Investigadora María Fernanda Martínez, acompañada de la co-investigadora Paola Plúa, docentes de la Universidad Casa Grande.

El objetivo del Proyecto de Investigación Semillero es explorar cómo se desarrollan las interacciones entre los streamers y su audiencia en la categoría Minecraft en la plataforma Twitch, y cómo el performance contribuye en este proceso.

## Resumen

La presente investigación “Formas de interacción en la plataforma Twitch: Caso streamers Categoría de videojuegos: Minecraft” tiene como objetivo explorar cómo se desarrollan las interacciones entre los streamers y sus comunidades al interior de la plataforma Twitch. Este estudio es de tipo cualitativo el cual emplea el método de etnografía digital y técnica de observación participante y grupo focal, a partir de esto, se estudiaron las transmisiones en vivo de dos streamers de Twitch, uno nacional y otro internacional y la otra técnica de grupo focal se realizó con un grupo de 10 integrantes con la finalidad de conocer sus percepciones y experiencia en la plataforma de Twitch. De esta forma, el estudio da a conocer los motivos por los cuales la fluidez en la comunicación en la vía de chat se ve condicionado por el tamaño de la audiencia y su nivel de interacción en la comunidad que visualiza contenidos en la categoría de Minecraft.

**Palabras clave:** Twitch, performance, plataformas streaming, comunidades virtuales, streamer, interacción.

### **Abstract**

The present research "Forms of interaction on the Twitch platform: Case of streamers Category of video games: Minecraft" aims to explore how interactions between streamers and their communities develop within the Twitch platform. This is a qualitative study which employs the method of digital ethnography and participant observation and focus group technique, from this, the live broadcasts of two Twitch streamers were studied, one national and one international, and the other focus group technique was conducted with a group of 10 members in order to know their perceptions and experience on the Twitch platform. In this way, the study reveals the reasons why the fluency of communication in the chat channel is conditioned by the size of the audience and its level of interaction in the community that views content in the Minecraft category.

**Key Words:** Twitch, performance, streaming platforms, virtual communities, streamer, interaction.

## Índice

<b>Introducción</b> .....	7
<b>Problema de investigación</b> .....	9
<b>Justificación</b> .....	10
<b>Antecedentes</b> .....	11
<i>Vida digital en pandemia</i> .....	11
<i>Industrias culturales: Entretenimiento streaming</i> .....	11
<i>Plataformas streaming</i> .....	12
<i>Twitch</i> .....	13
<i>Nuevas formas de interacción</i> .....	14
<i>Streamers</i> .....	14
<i>Categoría de Videojuego “Minecraft”</i> .....	15
<b>Marco Teórico</b> .....	16
<i>Sociedad red - Sociedad de la información</i> .....	16
<i>Vida Digital</i> .....	17
<i>Identidad Virtual</i> .....	18
<i>Performance</i> .....	19
<i>Comunidades virtuales</i> .....	20
<i>Interacción streaming</i> .....	21
<b>Estado del Arte</b> .....	22
<b>Preguntas de Investigación</b> .....	26
<b>Objetivos</b> .....	26
<i>Objetivo General</i> .....	26
<i>Objetivos Específicos</i> .....	27
<b>Diseño Metodológico</b> .....	27
<i>Enfoque metodológico</i> .....	27
<i>Método</i> .....	28
<i>Tipo de Estudio</i> .....	29
<i>Categorías de análisis y definición de términos operativos</i> .....	29
<b>Categoría: Interacción</b> .....	30
<b>Categoría: Performance</b> .....	30
<b>Tabla 1: Definición de Categorías</b> .....	30
<i>Unidad de Análisis</i> .....	30
<b>Tabla 2: Streamers seleccionados</b> .....	31
<i>Transmisiones de los streamers</i> .....	32

<i>Muestra</i> .....	32
<b>Tabla 3: Diario de Campo</b> .....	33
<i>Consideraciones Éticas</i> .....	34
<b>Resultados</b> .....	34
<i>Resultado Observación de Fichas</i> .....	35
<i>Resultado Grupo Focal</i> .....	38
<i>Discusión de Resultados</i> .....	45
<b>Conclusión</b> .....	49
<b>Recomendaciones</b> .....	50
<b>Referencias</b> .....	51



## Introducción

Según el reporte “Tendencias globales de consumo en 2022” elaborado por Euromonitor, señala que el mundo digital está evolucionando, los consumidores aprendieron a cómo mantenerse conectados encontrando una identidad digital, formando nuevas comunidades en línea que ofrecen una variedad de interactividad, desde transmisiones en vivo hasta juegos.

A partir de la aparición de la pandemia por Covid-19 en 2019, surgió la unión de los espacios físicos y virtuales, ya que requisitos como el distanciamiento social aceleraron la adaptación de las personas a la utilización de escenarios digitales que promovieron otras formas de socialización e interacción entre comunidades.

Este fenómeno en línea es la forma preferida de entretenimiento para muchos consumidores, en especial para las generaciones más jóvenes, que destinan más horas jugando en dispositivos móviles, computadoras de escritorio y accesorios de RA/RV. La posibilidad de interacción que brindan los espacios virtuales son espacios importantes de valor para los usuarios online de todo el mundo. La prevalencia de espacios virtuales compartidos caracterizará la ejecución futura de Internet. (Euromonitor, 2022)

Según el último informe “Digital Report 2022” publicado por We are Social, indica que el mundo de los videojuegos creció aceleradamente en el último año, las interacciones y conversaciones en línea adquirieron un rol significativo en la motivación y el comportamiento de los jugadores, los cuales 8 de cada 10 usuarios de internet de entre 16 y 64 años declaran jugar videojuegos en cualquier dispositivo en todo el mundo y el tiempo diario dedicado al uso de una consola de juegos aumentó a 1 hora y 12 minutos.

Por su parte, Twitch como plataforma es más que un servicio de streaming en vivo, es un espacio digital donde los creadores pueden compartir sus aficiones con una comunidad de millones de personas y hacerse un espacio en Internet que puedan considerar propio. La

página oficial de Twitch proclama el manifiesto de que el contenido del sitio está diseñado para ayudar a las personas a crecer como creadores de contenidos, desarrollar una comunidad y ganándose el streamer una forma de vivir la vida haciendo lo que te gusta. (Twitch, 2022)

La plataforma Twitch brinda a la prensa un informe sobre las cifras que alcanzaron en 2021: poseen un total de 8 millones de creadores que transmiten mensualmente, un promedio de 31 millones de visitantes diarios y la suma total de transmisiones en 2021 acumula 1.3 billones de minutos vistos. (Twitch, 2022)

A partir de los datos señalados, el objetivo planteado en este estudio es abordar la interacción que existe entre los streamers y sus audiencias a través de la generación de contenido que se produce en la plataforma de entretenimiento streaming. Es por ello que el estudio se titula: “Formas de interacción en la plataforma Twitch: caso streamers categoría videojuegos Minecraft”.

A partir de lo mencionado, el presente estudio explora las siguientes preguntas de investigación ¿Es posible que en la plataforma streaming Twitch se generen procesos de socialización en términos de interacción y comunidad online a través del uso de elementos performáticos? ¿Son los elementos performáticos piezas claves en la proyección de imagen y caracterización de streamer? ¿Qué tipo de interacciones se desarrollan entre el streamer y la comunidad online?

De manera que, la presente investigación posee un enfoque cualitativo y su alcance es exploratorio descriptivo, el método implementado fue la etnografía digital con la cual se aplicó a la observación participante y un focus group. En función de lo mencionado, las unidades de análisis seleccionadas son dos streamers hispano hablantes. El primer streamer es la ecuatoriana “Iskralanducci” quien posee una comunidad en Twitch de 11,342 seguidores y el segundo streamer es “Rubius” de nacionalidad española con un total de 12´500,000

seguidores, ambos streamers de la plataforma Twitch creadores de contenido para la categoría de videojuegos Minecraft.

La importancia de este estudio es indagar los procesos de comunicación e interacción humana en nuevos espacios de socialización. En este caso específico, cómo se construyen comunidades digitales a través de las dinámicas que se dan lugar en la plataforma Twitch. El estudio brinda un aporte intelectual en el área de las ciencias sociales ya que hay pocos estudios en la región que estudien el impacto de este escenario virtual en temas de socialización y creación de vínculos entre individuos desde el interior de la plataforma mencionada.

### **Problema de investigación**

El desarrollo de nuevas tecnologías, ha dado paso al surgimiento de modernos entornos digitales de interacción que fomentan las actividades de ocio. Por ejemplo, están las redes sociales, juegos en línea, reproductores de música, películas y plataformas de streaming como Twitch. Estos nuevos espacios impulsan el desarrollo para que los usuarios procesen nuevas experiencias de consumo, las cuales transforman sus actividades diarias y dinámicas de comunicación en comunidad. (Ballesta, et al., 2016)

Twitch es una de las plataformas de transmisión en vivo más grandes del mundo y desde su origen ha estado especializada en la retransmisión de partidas de videojuegos y otros contenidos. La plataforma se autodefine como el lugar en el que millones de usuarios alrededor del mundo, pueden acudir diariamente a este espacio digital en línea para charlar, interactuar y crear con otras personas su propio entretenimiento. (Twitch, 2022)

En relación a lo anterior, surge el siguiente planteamiento de investigación: ¿Es posible que en la plataforma streaming Twitch se generen procesos de socialización en términos de interacción y comunidad online a través del uso de elementos performáticos?, es

decir, existe un interés en crear un estudio basado en “Formas de interacción en la plataforma Twitch: Caso Streamers categoría de videojuego Minecraft.”, lo que permitirá explorar cómo se van desarrollando las interacciones entre los streamers y sus comunidades al interior de dicha plataforma.

### **Justificación**

Twitch es una plataforma que genera de manera activa nuevos espacios de socialización entre individuos de diferentes contextos culturales y nacionalidades. Es por ello, que para el área de las ciencias sociales es importante estudiar las herramientas, sujetos y procesos que intervienen en estas nuevas formas de interacción que se suscitan en los entornos digitales.

A partir de esto, la importancia de este proyecto radica en explorar cómo en Twitch, las dinámicas que surgen durante las transmisiones en vivo de los streamers y quienes forman parte de la audiencia (provenientes de diferentes contextos culturales) implementan procesos de socialización e interacción, a través de acciones que fomentan en el tiempo la construcción de una comunidad digital.

El estudio genera una aproximación en la investigación de nuevos nichos culturales digitalizados. Por ende, es importante investigar la percepción de las audiencias en relación a la calidad del performance que el streamer transmite en sus contenidos, analizar a la audiencia en términos de interacción e identificación con el streamer, percepción de calidad de contenido, sentimientos de pertenencia a la comunidad y la funcionalidad de las herramientas de comunicación que la plataforma ofrece. Los puntos anteriores resaltados aportan valor a la academia ya que no existen proyectos que lleven investigaciones en la región referentes al fenómeno mencionado.

## **Antecedentes**

A fin de situar el contexto en el que se desarrolla el presente estudio, el apartado a continuación, identifica términos que permiten la comprensión del medio actual en que se desarrollan las plataformas streaming y sus procesos que dan lugar a un espacio de comunicación e interacción digitalizada.

### ***Vida digital en pandemia***

A raíz del surgimiento de la pandemia por Covid-19 las actividades cotidianas se trasladaron a los espacios digitales. Es decir, actividades como la necesidad de comunicarse, estudiar, trabajar, comprar o entretenerse a en línea. El uso de las tecnologías digitales en América Latina ha experimentado un crecimiento exponencial respecto a procesos de interacción y desarrollo de nuevas competencias en entornos digitales. (Lago et al., 2021).

Por esta razón, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) declara que el desarrollar habilidades digitales facilita el uso de dispositivos electrónicos, aplicaciones online, redes que mejor facilitan el acceso y brindan un mejor manejo de la información. Estas habilidades enfocadas en un entorno digitalizado permiten a las comunidades crear, interactuar e intercambiar información de valor. Esto da como resultado, un espacio digital que da lugar a la búsqueda de soluciones que se suscitan en las actividades sociales de la vida cotidiana (UNESCO, 2018)

### ***Industrias culturales: Entretenimiento streaming***

El término industria cultural, fue acuñado a finales de 1940 por Theodor Adorno y Max Horkheimer quienes observaban el entretenimiento y el consumo como resultado de una industria cultural que busca obtener réditos económicos a través de las expresiones culturales. Es por ello, que los productos resultantes de la industria cultural, dejaron de ser únicamente productos, resultado de esto ahora se encuentran marcados por una actividad económica

sujeta a las reglas del comercio de los mercados globales. (Krier et al., 2015, citado en Herazo et al., 2017)

En el siglo XXI la creación de contenidos de valor digitales es la premisa narrativa más importante que ha creado la industria del entretenimiento. Las redes sociales, los medios de comunicación y las plataformas de video por streaming son herramientas en las que se sustentan estrategias de negocios. De hecho, cuando los expertos y teóricos del mundo de la comunicación anunciaban “el contenido es el rey”, anticiparon el momento actual que vivimos, en el que la diferenciación del contenido define el éxito y permanencia de los actores claves en el escenario mediático. (Heredia, 2022)

### ***Plataformas streaming***

Las plataformas streaming se promueven a sí mismos como generadores de una comunidad mundial intercultural al ofrecer a sus audiencias contenidos provenientes de todo el mundo (Elkins, 2019, citado en Echaury et al., 2021). En este tipo de plataformas se desarrollan espacios donde se construyen nuevas formas comunicación a través del medio digital en línea.

Twitch es el lugar en que las audiencias construyen comunidades virtuales a partir de puntos de interés es común y el lugar en el que la comunicación experimenta nuevas formas que dan paso a la interacción humana virtual. Según Shear (2022), a partir del confinamiento Twitch retuvo una alta cantidad de nuevos usuarios ya que los administrativos de la plataforma comparan la pandemia por Covid-19 con un *sort of a giant holiday* traducido al español como un feriado extenso. (Shear, 2022)

Es así como Twitch, se convierte en un escenario que alberga comunidades construidas a través de dinámicas de interacción que se generan en sí mismas. Estos espacios son fomentados por los creadores de contenido “streamers” quienes, a través de sus

dinámicas de performance dirigidas a la audiencia, logran construir vínculos e identidades que diferencian a cada comunidad entre sí.

### ***Twitch***

Esta plataforma de servicio de streaming, adquirida por Amazon, Inc. hace ocho años por casi mil millones de dólares, da lugar a la transmisión de videos para comunidades en línea. De esta forma, Twitch en los últimos años se ha expandido a otras categorías como los talk shows, just chatting, deportes, cocina, etc. (Shear, 2022)

Desde su lanzamiento en 2011, Twitch se ha convertido en la plataforma de transmisión en vivo más utilizada, la cual combina dos piezas claves, su característica como medio audiovisual y la disponibilidad de un chat en línea en cada comunidad. Twitch posee una audiencia promedio de más de 2,5 millones de usuarios, 30 millones de espectadores diarios promedio y más de 1 billón de minutos de contenido visto en 2020. (Paredes, 2021)

El mercado de bienes y servicios busca adaptarse a esta plataforma digital, es por ello que las marcas ven este espacio como una oportunidad que brinda una nueva forma de exposición y alcance internacional, las marcas consideran a los streamers como grandes comunicadores persuasivos capaces transmitir credibilidad a sus audiencias.

En la actualidad, la publicidad ejecutada en medios tradicionales ha sufrido un descenso en el factor de credibilidad. Es por ello que, frente a este decrecimiento, los estrategias de marketing están implementando alternativas más convincentes, como estrategias de marketing participativo que dan lugar a la generación de dinámicas de conversación entre los influencers/streamers y consumidores a los que se dirigen. (Castello, 2010, citado en Rodríguez et al., 2019)

### ***Nuevas formas de interacción***

La llegada de Twitch ha generado una nueva forma de relación entre los videojuegos y las audiencias, debido a que ya no es necesario una interacción directa con el juego en sí. Hoy en día el streamer permite ser este jugador que enseña a la audiencia la retransmisión de la partida acompañada de sus reacciones y comentarios en vivo, por ende, ya no es necesario una participación en primera línea con el videojuego. (Casells, 2021)

Los motivos de la pasividad en la audiencia, generado por la afición de observar a un tercero desarrollar una dinámica de juego puede tener varios motivadores. Por un lado, el espectador visualiza el contenido con fines educacionales, es decir, con el fin de aprender a mejorar sus habilidades en el juego. El segundo motivador, es el visualizar la transmisión de la partida únicamente por entretenimiento. Finalmente, el tercer motivador es de carácter social, en el que las demás personas que forman parte de la audiencia interactúan a través del chat. (Vosmeer et al., 2016, citado por Casells, 2021)

La mayoría de plataformas sociales en internet son aisladas a diferencia de Twitch, es decir, la interacción se basa en la transmisión de contenidos en vivo creados por un streamer los cuales van dirigidos a su audiencia en específico. Por esta razón, se convierte en una red social participativa e interactiva, significando así que cada sesión de streaming posee su propia cultura de interacción creada tanto por el streamer y la comunidad la cual posee. (Shear, 2022)

### ***Streamers***

En la participación de Twitch, se adquieren dos tipos de roles, los streamers, quienes emiten y comparten un contenido y, por otro lado, los viewers o usuarios quienes visualizan y participan en la emisión del directo. Como consecuencia, estas dinámicas entre usuarios han desarrollado jergas de uso exclusivo en la comunidad que incluyen coloquialismos, memes,



iconos emotes, etc. que, para comprender sus significados, se requiere de un conocimiento previo de la cultura (Barbieri et al., 2017, citado por Gutiérrez, et al., 2022)

Plataformas como Twitch están creando nuevos roles en la economía como la “economía del creador”, la cual se caracteriza por: los esfuerzos que realice el streamer para hacer crecer las interacciones con la audiencia, el número de horas en transmisión, el tipo de contenido emitido, la construcción de la comunidad, determinan de manera crucial su monetización. (Shear, 2022)

En 2020, Twitch introdujo la estrategia de marketing *Programa de afiliados de Twitch* para streamers con el fin de aumentar sus ingresos facilitando el contacto entre las marcas y streamers. El requisito para este programa era que los streamers publiquen una cantidad determinada de anuncios por hora de contenido y exige que incluyan '#ad' en el título de una transmisión cuando reciban una compensación por mencionar un producto. (Edwards et al., 2021)

### ***Categoría de Videojuego “Minecraft”***

La función de las categorías en Twitch estas es clasificar el contenido de un streaming. Entonces, las comunidades pueden usar esta herramienta como un filtro en sus búsquedas específicas o exploraciones de nuevos creadores de contenido. La administración y creación de nuevas etiquetas depende de las sugerencias que brindan las comunidades a Twitch a través de la sección de *UserVoice*. (Twitch, 2022)

Minecraft es un videojuego con características de mundo abierto y con modalidad de construcción. La configuración del diseño del juego está creada por cubos, los cuales pueden representar distintos elementos que se pueden encontrar en la naturaleza, tales como: madera, hierro, oro, carbón, piedra etc.

El lanzamiento del videojuego fue realizado en 2009, según las cifras publicadas por Statista en 2020, el juego acumuló un total de ventas por 200 millones de dólares y el total de

usuarios mensuales alcanzó la cifra de 126 millones de jugadores de manera simultánea. Durante la pandemia experimentó un crecimiento del 25% en nuevos jugadores registrados. (Statista, 2020)

### **Marco Teórico**

A continuación, se presentan los conceptos teóricos que serán base en el desarrollo de este estudio, los mismos serán utilizados para analizar las interacciones entre los streamers y sus comunidades al interior de la plataforma Twitch.

#### ***Sociedad red - Sociedad de la información***

La teoría expuesta tanto por Castells y Latour se enfrenta a una contraposición, señala Day (2019) ya que, para Castells, casi todo es una red, la sociedad red sugiere la existencia de un actor nuevo emergente y preexistente a las partes que le dan origen. Donde las redes son la forma de organización de las prácticas más relevantes en la actualidad son digitales, virtuales. Por otro lado, para Latour si bien la red es una forma de redistribución de la acción, no todo es una red. Una red es la actividad y forma de asociación –en red- “lo social” compuesta por la alineación del accionar humano, tecnológico, artefactos y objetos, donde los hechos poseen significados. (Castells, 2011, y Latour 2010, citado por Day, 2019).

Por otra parte, Watts (2003) sostiene que los enfoques de análisis de redes, de los autores antes señalados, se limitan al tema de la estructura estática del funcionamiento de las redes. Es por ello, que Watts contrapone especificando que la dinámica de la red y en la red, se debe comprender desde las ciencias exactas. El principal aporte de esta ciencia, según el autor es construir un lenguaje para hablar de redes que sea preciso no sólo para describir qué es una red, sino qué tipo de redes existen en el mundo dando al concepto de red poder analítico real. (Watts, 2003, citado por Day, 2019).

Según el análisis de estos teóricos, la plataforma de Twitch se convierte en un espacio de intercambio de información, en el que los usuarios expresan sus opiniones, sentimientos y emociones. La práctica de estas interacciones construye una dinámica en red entre las comunidades virtuales y los streamers, la cual crea nuevos movimientos sociales y colectivos en la plataforma.

### ***Vida Digital***

Según Hassan (2020), la digitalidad se extendió del concepto de “revolución digital” hasta convertirse en un estilo de vida, el cual coloniza las prácticas del día a día convirtiéndose en un elemento central de la cultura, en otras palabras; cultura globalizada que ahora está interconectada sin limitaciones de espacio físico. (Hassan, 2020)

De igual manera, Castells (2014) manifiesta que la vida digital de los individuos que son parte de una sociedad red, tienen la capacidad de tomar decisiones, lo cual les otorga un rol de participación activa en la sociedad digital. La capacidad de los individuos de llevar su propia vida y al mismo tiempo gestionar la sociedad depende de su nivel de inserción en estas redes electrónicas. La sociedad red, es aquella en que las redes electrónicas aumentan el poder humano de organizarse, relacionarse, cambiar su vida y la sociedad en general. (Castells, 2014, citado por Day, 2019).

De manera simultánea, Gitlin (2005) sugiere que, como consecuencia de la creación de nuevos medios de comunicación digitalizados, dan lugar a nuevas formas de experimentar la conexión con el mundo, más aún en el caso de los jóvenes ya que crecen en un punto de transición entre la sociedad de la información, resultado final de la modernidad, y la sociedad de la comunicación, la cual inicia con la hipermodernidad. (Gitlin, 2005, citado por Gómez, 2015)

Las plataformas digitales como Twitch, experimentaron un crecimiento acelerado en el número de usuarios activos en la plataforma debido al confinamiento por covid-19. La situación post-pandemia mantiene esta expansión de digitalización en la vida cotidiana de las personas dotándolas de un rol activo en sus vidas dentro de la sociedad red. En el caso particular de Twitch, el usuario puede tomar decisiones sobre su actividad en la plataforma como escoger el tipo de contenido que desea visualizar, el streamer emite el contenido, el rol en la participación del chat comunitario, etc.

### ***Identidad Virtual***

Acorde al tema de identidad virtual, Muros (2019) señala que existen patrones de construcción de identidad virtual similares a cómo se moldea en la identidad física corporal. La identidad virtual del individuo se adapta y construye con fluidez en el mundo digital de acuerdo a las circunstancias que éste atraviese. Es así, como convergen entre sí, los comportamientos en la red, mediante el reconocimiento del cuerpo “físico” que vive en la digitalidad y representa al “yo digital”, dando lugar a fenómenos de identidad colectiva e identidad personal. (Muros, 2019)

De igual manera, los teóricos Weber y Mitchell (2009) señalan que la identidad virtual y la identidad corporal son dos piezas que no pueden ser desagregadas entre sí ya que ambas se manifiestan como un solo ser en la red. Aunque, la apariencia y actitudes del individuo puedan ser diferentes en la virtualidad, la identidad en red nace de la construcción de la identidad corporal en el espacio físico. (Weber et al., 2009, citado en Muros, 2011)

A diferencia de los autores antes mencionados, Fishbein y Ajzen (1975) señalan que la conducta está directamente relacionada a la intencionalidad del individuo. El proceso de racionalizar la intención de ejecutar o no una conducta, está determinada por las creencias que el individuo posee a nivel de identidad personal y la importancia que este le otorgue a las

expectativas que los miembros de una comunidad según las normas que la regulan. (Fishbein et al., 1975, citado en Muros, 2011)

En el marco de esta investigación, la participación de los miembros de una comunidad virtual en Twitch, adquieren una identidad virtual que puede ser igual a la identidad del espacio físico o también los individuos pueden construir y adoptar nuevas identidades en el espacio digital. Es importante destacar que el espacio en el que socializan los individuos está marcado por una identidad que posee memoria social.

### ***Performance***

Según Schechner (2000) señala que el performance es cualquier tipo de actividad realizada por el humano. En el performance el elemento clave es el proceso de repetición no espontáneo a esto el autor lo denomina como “conducta practicada dos veces”. La paradoja del performance radica en que cada momento es diferente entre sí, pero en teoría el performance es repetición y restauración. Sin embargo, ninguna repetición es exactamente igual a la anterior. (Schechner, 2000)

Del mismo modo, Taylor y Fuentes (2007) mencionan que el acto de performance puede surgir en cualquier contexto de manera espontánea. Es por ello, que para que una persona realice un acto performático sólo necesita su cuerpo, sus gestos, palabras y la imaginación para expresarse frente a un público en un espacio coordinado o inesperado. El performance es un acto de transmisión de saberes culturales, el cual permite la transferencia de conocimientos sociales necesarios para la supervivencia o aprendizaje de una nueva tradición cultural. (Taylor et al., 2007)

De acuerdo a Cortez (2018) desde la perspectiva artística del performance, los artistas trabajan con su propio cuerpo, creando un acontecimiento en el que todos los presentes se

involucran. Esto da lugar a una situación en el “aquí y ahora”, en la que tanto la audiencia como el performer comparten un mismo espacio y tiempo, convirtiéndose en co-sujetos.

(Cortez, 2018)

En este aspecto, la interacción entre el streamer y la comunidad se observa como el centro en el que la plataforma Twitch desempeña sus actividades. Es así, como en el caso del streamer durante sus transmisiones a través de sus gestos, dinámicas, actitudes y narrativas logra desempeñar un acto de performance frente a la comunidad virtual mientras se da la interacción.

### *Comunidades virtuales*

De acuerdo a Moreno (2010), en el mundo virtual el comportamiento de los usuarios suele no ser igual al que desempeña en diario vivir. Debido a que, las comunidades virtuales están caracterizadas por su temporalidad y fragilidad en la conservación de la comunicación.

(Moreno, et al., 2010, citado por Muros, 2011)

Por su parte, Bauman (2003) manifiesta que en el espacio virtual el sistema de comunicación se debilita debido a los factores de consumismo e inmediatez. A causa de esto, la facilidad de conexión y desconexión permite que los miembros de las comunidades en línea abandonen la comunicación entre sí. Esto ocurre debido a la falta del sentimiento de pérdida, ya que en este medio la desconexión no otorga consecuencias graves para el usuario.

(Bauman, 2003, citado en Muros, 2011)

Por otro lado, Vallespín (2009) señala que las formas de socialización en red están marcadas por el concepto de “afinidades electivas” la cual consiste en tomar un papel que desee el sujeto caracterizar en su comunidad “potenciando la reinención del yo”. Esto genera un nuevo tipo de sociabilidad con vínculos más intensos que permite la inmersión en

nuevos espacios que dinamizan la vida social dotándola de mayor consistencia para el individuo. (Vallespín, 2009)

La plataforma de Twitch, ha desarrollado espacios como el chat, en donde se promueve la interacción y creación de una comunidad digital. Según los fenómenos del comportamiento en una comunidad virtual, mencionados por los autores anteriormente citados, en la plataforma existen miembros que participan de manera pasiva, no poseen sentimientos de pertenencia debido a la inmediatez del contexto. Por otro lado, también pueden existir miembros de la misma comunidad que desarrollen vínculos más intensos de participación activa en la dinámica social virtual.

### ***Interacción streaming***

De acuerdo con López y Sánchez (2019) las redes sociales son un espacio de unión con el colectivo. En estos espacios digitales, se promueven nuevas formas de interacción entre los participantes, siendo la convivencia entre identidades la clave para la interacción y desarrollo de lazos de interés común. (López et al., 2019)

A partir de esto, Alvarado (2008) señala que existen dos tipos de categorías que clasifican al streaming: la primera es aquella en donde a través de un videochat se puede interactuar con varios individuos de forma simultánea, tal como sucede en Twitch. Por otro lado, la segunda categoría a la que pertenece el streaming es la visualización donde los contenidos pueden ser reproducidos a libre demanda sin la necesidad de intermediación de usuarios.

De igual forma, Spilker (2018) aclara que la plataforma de entretenimiento Twitch, permite que los streamers interactúen con su audiencia. Particularmente, la plataforma ofrece herramientas que facilitan la generación de un espacio de interacción con la comunidad. Las

herramientas que los streamers tienen disponible son el chat, suscripciones, donaciones, bits, entre otros. (Spilker, 2018, como se citó en Crousillat, 2021)

La plataforma de Twitch, brinda tanto a streamers como viewers herramientas que facilitan la interacción entre las personas que integran la comunidad digital. A razón de esto, los individuos que forman parte de estas mediaciones en el streaming pueden desarrollar y fortalecer sus lazos de interés en común.

### **Estado del Arte**

En este apartado, se analizarán 5 estudios académicos de los cuales 3 son cualitativos y 2 son cuantitativos. Los cuales, han sido desarrollados por autores que realizaron un abordaje similar al tema que se propone en el presente estudio de comunidades digitales y plataformas virtuales, particularmente, en la plataforma Twitch.

#### ***Estudio #1 - Desafíos éticos en el estudio de comunidades digitales: una propuesta basada en un caso empírico***

El estudio cualitativo desarrollado en Chile por López en el año 2020 “Desafíos éticos en el estudio de comunidades digitales: una propuesta basada en un caso empírico”, tiene como objetivo analizar en un caso empírico las preocupaciones éticas para investigadores de comunidades en la comunicación digital. La metodología fue la selección su tesis doctoral del mismo autor desarrollada en 2018 en Londres, el enfoque de este estudio ético se enfocó en la construcción discursiva de la identidad de usuarios y críticos de contenido o también llamados *reviewers* de las tres plataformas de cine: IMDb, Netflix Latam y HiFi Chile, como herramienta de estudio se utilizó la lingüística de corpus y el análisis narrativo. (López, 2020)

Los principales hallazgos que se encontraron en el análisis fueron que el investigador de comunicación digital se enfrenta a desafíos éticos tales como: solicitar el consentimiento a



los participantes, no causarles daño al identificarlos en la divulgación de los resultados, preguntarse si el tema para la comunidad puede calificar como delicado, si la plataforma es pública o privada. (López, 2020)

De acuerdo al estudio, los desafíos éticos cambian según cada plataforma digital lo que implica que las consideraciones éticas dependen del contexto. A razón de esto, surge la necesidad de aplicar en el desarrollo de este proyecto, la protección de identidad de los participantes mediante el cambio de sus nombres o seudónimos sin alteración de sus contribuciones discursivas.

### ***Estudio #2 - El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil***

El estudio cualitativo realizado en España *El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil* en 2020 por Gutiérrez y Cuartero, se orienta en indagar por qué la plataforma Twitch tiene mayor número de audiencia juvenil. La metodología fue la estructuración de una encuesta realizada a 220 estudiantes de la Universidad de Málaga entre los 19 y 21 años. (Gutiérrez, et al., 2020)

Los jóvenes acuden a estas plataformas: el 22% por la variedad de contenidos, el 21% por entretenimiento, la comodidad (personalización y poca publicidad) 17% y 13% libertad de elección. Twitch transforma las formas de interacción de la audiencia, a través, de una participación directa que busca relacionarse con una serie de métodos personalizables como son el chat, iconos, donaciones, etc. donde cada "streamer" establece sus propias reglas convirtiéndose en una subcultura propia de cada canal. (Gutiérrez, et al., 2020).

La importancia de este estudio radica en visualizar como nuevas audiencias juveniles se ven atraídas a la plataforma de Twitch, adquiriendo nuevos hábitos de consumo

audiovisual. Como resultado, estas nuevas audiencias son participantes directos en la creación de comunidades que desarrollan su propia subcultura identitaria.

***Estudio #3 - From Virtual Strangers to IRL “in real life” Friends: Relationship Development in Livestreaming Communities on Twitch***

La investigación *From Virtual Strangers to IRL “in real life” Friends: Relationship Development in Livestreaming Communities on Twitch* desarrollada en Estados Unidos por Sheng y Sanjay en el año 2020, propone entender el desarrollo de relaciones personales en las comunidades de Twitch. El enfoque cualitativo del estudio, analiza 21 entrevistas cualitativas llevadas a cabo en el evento TwitchCon de San Diego en 2019, a parejas que construyeron relaciones cercanas inicialmente en comunidades de Twitch. (Sheng, et al, 2020).

Los hallazgos de las entrevistas son: la comunicación en las comunidades de Twitch facilita la discusión de material vergonzoso o molesto al crear una barrera de señales físicas que ayudan a manejar la incomodidad. Es por ello, que las relaciones entre amigos son más profundas debido a intereses compartidos. Los viewers adicionan canales de comunicación, siendo Twitch su lugar central para reunirse y plataformas externas como Discord, Skype o Snapchat las que aumentan sus interacciones. (Sheng, et al, 2020)

Es importante entender como la plataforma streaming Twitch, es un espacio digital en el cual las comunidades virtuales construyen procesos de socialización. Es por ello, que la interacción al interior de estas redes es importante para los miembros de la comunidad y de ellos depende el regular su nivel de participación en el misma.

***Estudio #4 - Social Live-Streaming Twitch Tv and Uses and gratifications***

El estudio cuantitativo de Corea del Sur *Social Live-Streaming Twitch Tv and Uses and gratifications* desarrollado en 2018 por Dux, analiza las interconexiones sociales que

manifiestan las comunidades en Twitch, metodológicamente se seleccionó 175 transmisiones en vivo categorizadas y procesadas en Python, Gephi, Microsoft Excel, etc. (Dux, 2018)

Entre los principales hallazgos se destaca que: el factor de interactividad es más representativo en streamers más pequeños ya que los de mayor tamaño son visitados, pero no de manera constante. En cuanto a nivel de interacción, a mayor sea el número de usuarios que interactúan en un stream se genera una sobre carga de información, sin embargo, si es más pequeña la transmisión los estímulos no son suficientes para generar una interacción fluida. (Dux, 2018)

La importancia de este artículo, es constatar como el nivel de interactividad en una comunidad de Twitch, está directamente relacionado por el tamaño de su audiencia. Por esta razón, los streams con menos visualizaciones poseen un factor de interacción mayor debido a la visita constante de sus viewers, sin embargo, al no existir los estímulos suficientes la comunicación no es fluida y viceversa ocurre con los streamers de mayor tamaño.

***Estudio #5 - Sharing emotion while spectating video game play: Exploring Twitch users' emotional change after the outbreak of the COVID-19 pandemic***

El estudio cuantitativo *Sharing emotion while spectating video game play: Exploring Twitch users' emotional change after the outbreak of the COVID-19 pandemic* desarrollado por Seung y Sung en Estados Unidos en el año 2022, tiene como objetivo estudiar los cambios emocionales que atravesaron los usuarios de Twitch a partir del surgimiento de la pandemia por COVID-19. La metodología implementada, fue la utilización del lenguaje natural procesamiento (PNL) el cual estudió estados emocionales (emoción positiva, negativa y la actitud hacia la interacción social) evaluados a través de chats de retransmisión de Twitch: uno después del estallido de la pandemia y otro antes. (Seung et al., 2022)

Los resultados muestran que emociones como ira y la ansiedad aumentaron significativamente en los usuarios después del brote de la pandemia, mientras que los cambios en tristeza y emoción positiva no fueron estadísticamente significativos. En términos de actitud hacia la interacción social, los usuarios usaron significativamente menos palabras "sociales" (categorizadas por el manual LIWC2015) después de la pandemia. (Seung et al., 2022)

Este estudio permite evidenciar como la pandemia ocurrida por COVID-19, ha generado cambios en los sentimientos, comportamientos y actitudes que expresan los usuarios al usar la plataforma Twitch, el factor emocional relacionado a las consecuencias que el COVID-19 produjo en los usuarios de la plataforma debe ser considerado al momento de realizar las indagaciones en los grupos focales de este proyecto.

### **Preguntas de Investigación**

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

### **Objetivos**

#### ***Objetivo General***

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

### ***Objetivos Específicos***

- Analizar el tipo de interacción entre el streamer/creador y su comunidad durante las transmisiones en vivo a partir del 1 al 30 de septiembre del 2022 en la plataforma Twitch en la categoría de videojuegos Minecraft.
- Identificar los elementos performáticos del streamer/creador durante las transmisiones en vivo a partir del 1 al 30 de septiembre del 2022 en la plataforma Twitch en la categoría de videojuegos Minecraft.
- Conocer las percepciones de los usuarios en la plataforma Twitch en relación a las interacciones y performance del streamer/creador en la categoría de videojuegos Minecraft.

### **Diseño Metodológico**

#### ***Enfoque metodológico***

La metodología de la presente investigación es de corte cualitativo, la misma se caracteriza por explorar fenómenos y extraer significados de datos; permitiendo una riqueza interpretativa, contextualizar fenómenos y obtener profundidad en los significados (Hernández, et al., 2014).

Las distintas concepciones de la investigación cualitativa tienen en común el compromiso de una aproximación de carácter naturalista e interpretativo. Este enfoque brinda una perspectiva crítica basada en la interpretación. Las ciencias humanas y sociales se ven implicadas en procesos de intervención de las realidades sociales con la finalidad de conocer los contextos en los que actúan las personas. (Iñiguez, 1999)

El enfoque cualitativo se adecua al tema estudio, ya que se busca explorar el proceso de comunicación y los fenómenos sociales que se sitúan en la plataforma Twitch, en cuanto a

comportamientos que surgen del resultado de las interacciones entre comunidades y streamers.

### ***Método***

El enfoque del estudio es etnográfico digital, ya que se centrará en prácticas sociales que se dan en ecosistemas o comunidades virtuales, refiriéndose a prácticas como el papel que un sujeto desea caracterizar a nivel de comunidad, el rol que se atribuye, el nivel de interacción con el que participan, las herramientas que permiten esta mediación en la comunicación, las consecuencias producidas post interacciones y la posición a nivel performático que el streamer toma frente a los viewers. Cabe resaltar que la etnografía es un método de estudio cualitativo empleado por los antropólogos para detallar o delinear costumbres y tradiciones de un grupo humano. Es considerada como una metodología interpretativa/cualitativa, propia de la investigación en las ciencias sociales (Ferrada, 2006).

La etnografía digital analiza las consecuencias de la presencia de los medios digitales en la configuración de las técnicas y los procesos con los que se practican la etnografía. Invita a los investigadores a considerar las formas de vida en el entorno digital, material y sensorial y explica cada vez más el entretreído de las dimensiones digital, metodológica, práctica y teórica de los estudios etnográficos. (Pink, et al., 2016)

El método de etnografía digital, permite realizar un acercamiento las prácticas sociales y culturales, por ejemplo, la participación que deciden tomar los individuos en los medios de comunicación como chat, iconos interactivos, donaciones y el rol que desean ejercer al interior de las comunidades que integran la plataforma Twitch.

### ***Tipo de Estudio***

El alcance del estudio es de tipo exploratorio y descriptivo visual. Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos casi desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa con respecto a un contexto en particular, indagar nuevos problemas y establecer prioridades para investigaciones futuras. (Hernández, et al., 2014)

Por otro lado, los estudios descriptivos pretenden recoger información de manera conjunta o independiente sobre las variables que se estudian sin ser su objetivo el indicar cómo se relacionan entre sí. Este tipo de alcance busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos que se someten a un análisis, tal como sucede en Twitch la observación de las dinámicas al interior de las comunidades. (Hernández, et al., 2014)

El tipo de estudio descrito, permite una comprensión de Twitch considerando que son pocos los estudios vinculados con esta plataforma en relación al funcionamiento y a las herramientas que determinan las dinámicas de interacción y comunicación entre streamers y las comunidades virtuales.

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

Según Echeverría (2005), en los estudios de carácter cualitativo, se utiliza un análisis por categorías cuando se tiene por objetivo rescatar temáticas, ideas y sentires que se encuentran presentes en las narrativas exploradas. Las “categorías” son grandes agrupaciones conceptuales que en su conjunto dan cuenta del problema a investigar, tal y como se lo define y acota en la investigación. (Echeverría, 2005)

### **Categoría: Interacción**

Identificar las dinámicas intercambio de comunicación entre los streamers y los usuarios durante las transmisiones en vivo.

### **Categoría: Performance**

Enfoque a los elementos que conforman los recursos de imagen y actuación que el streamer pone en escena durante sus transmisiones.

### **Tabla 1: Definición de Categorías**

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

<b>CATEGORÍA</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>SUBCATEGORÍA</b>
<b>Interacción</b>	Reconocer la forma en que los streamers y usuarios se relacionan durante las transmisiones en vivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienvenida</li> <li>• Tipo de transmisión</li> <li>• Chat</li> <li>• Tipo de Juego</li> <li>• Temática de la transmisión en vivo</li> </ul>
<b>Elementos Performáticos</b>	Precisar todos aquellos elementos de imagen, así como también lo relacionado a su actuación que el streamer utiliza en las transmisiones que realiza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escenografía</li> <li>• Vestuario</li> <li>• Vocabulario</li> <li>• Recursos gráficos</li> <li>• Personalidad</li> <li>• Recursos técnicos</li> <li>• Imagen del streamer</li> </ul>

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



### ***Unidad de Análisis***

Según Hernández, et al. (2014), la unidad de análisis se trata de quiénes se van a obtener los datos. Los sujetos de estudio son dos streamers hispanohablantes de Twitch de la categoría de videojuego Minecraft, de los cuales uno es un streamer a nivel local y otro a nivel internacional. En el presente estudio se entiende como streamer de la categoría Minecraft, a un usuario reconocido en la plataforma Twitch que cumpla con: un software que



permite la emisión de vídeo y audio en tiempo real a través de Internet. (Pérez, 2014) Los streamers que serán estudiados se detallan a continuación:

**Tabla 2: Streamers seleccionados**

Alcance	Nombre y foto de perfil	Enlace de perfil	Seguidores
Internacional	 <b>Rubius</b> ✓ 12,5 M seguidores EN DIRECTO	<a href="https://www.twitch.tv/rubius">https://www.twitch.tv/rubius</a>	12'500,000
Nacional	 <b>iskralanducci</b> 11.342 seguidores	<a href="https://www.twitch.tv/iskralanducci">https://www.twitch.tv/iskralanducci</a>	11,342

**Fuente:** Elaboración propia

**Rubius:** Creó su primer canal en YouTube el 3 de abril de 2006 bajo el nombre de elrubius. En febrero de 2015 se convirtió en el primer canal de YouTube español en llegar a los 10 millones de suscriptores y en 2016. En 2019 Rubius anunció que empezaría a hacer directos en Twitch, y priorizaría esa plataforma por sobre YouTube. Actualmente Rubius posee en su canal de Twitch un total de 12'500,00 seguidores. (Twitch, 2022)

**Iskralanducci:** De acuerdo a la autobiografía en Twitch, esta streamer de Ecuador, Guayaquil, tiene 25 años y se describe a sí misma como “la chica rara del salón que habla tonterías”. Su nombre es "Iskra Landucci" hija de padres extranjeros, por ende, el usuario que maneja en la plataforma no es su apodo sino su nombre real. Es modelo profesional, cosplayer, diseñadora gráfica y emprendedora. Su canal posee un total de 11,342 seguidores. (Twitch, 2022)

### ***Transmisiones de los streamers***

El estudio se realizó del 1 al 30 de septiembre del 2022, se analizaron las primeras 2 horas de streaming en vivo de los creadores de contenido seleccionados, durante 4 semanas del periodo de observación participante.

### ***Muestra***

La muestra es una parte del universo en que se llevó a cabo la investigación, siendo una parte representativa de la población. (López, 2004). En esta investigación la muestra es no probabilística, debido a que la selección de los sujetos de estudio depende de los criterios que considere el investigador. En este caso, serán dos streamers predefinidos anteriormente, siendo uno local y otro internacional ambos de habla hispana, quienes generan contenido en la plataforma Twitch en un periodo de análisis del 1 al 30 de septiembre del 2022.

### ***Técnicas y herramientas***

Se aplicaron dos técnicas de investigación, la primera fue la observación participante en la que el observador participa en la vida del grupo u organización que ha decidido estudiar. Para realizar esto, ha de entrar en conversación con sus miembros estableciendo un contacto lo más estrecho posible con ellos para lograr la descripción sistemática de eventos, comportamientos del escenario social seleccionado (Marshall et al., 1989). La observación permitió conocer los elementos performáticos como: configuración de la transmisión, diseño de pantalla, línea gráfica, elementos tecnológicos que implementaron los streamer estudiados, etc. y desde el nivel de interacción fueron: pantalla, chat y contenido de chat, entre otros.

Como herramienta se preparó una ficha de observación que se utilizó como diario de campo como instrumento para la observación de las transmisiones. Se realizó un total de 8 fichas, 4 por cada streamer, en ambos casos se visualizan las primeras dos horas de las transmisiones de la categoría de videojuegos Minecraft.

**Tabla 3: Diario de Campo**

<b>DIARIO DE CAMPO: Observación de transmisión xxxxxxxx en la plataforma Twitch</b>		
Nombre:		
Fecha:		
Lugar:		
Tema:		
Objetivo:		
<b>ELEMENTOS: PERFORMÁTICOS Y DE INTERACCIÓN</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>REFLEXION</b>
Configuración de transmisión		
Línea Grafica		
Elementos tecnológicos		
Vestuario		
Escenografía		
Diseño de Pantalla		
Pantalla de Chat		
Chat		
Comando de chat personalizado		
Contenido del chat		
Características socio-demográficas		
Definición de la imagen		
Personalización de la transmisión		
Elementos de la Bio		
Auspicios		
Gifts		
Reloj		
Lenguaje Utilizado		
Capítulo		
Tienda		
Efectos especiales		
Distribución de objetos		
Intención del espacio		
Tipo de habitación		
Performance por género		
Donativos		

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

La otra técnica a implementar, son los grupos focales, en las que se realiza una entrevista colectiva durante la cual un pequeño grupo de personas discute en torno a las características y las dimensiones del tema propuesto para la discusión. Los grupos focales son una buena técnica para obtener datos y posterior analizar la información de manera de poder responder la interrogante de la investigación. (Mella, 2000) El grupo focal de esta investigación estaba conformado por personas 10 personas entre las edades de 18 y 29 años. De los cuales, todos eran viewers con la particularidad de que tres de ellos eran streamers activos y otros tres eran streamers retirados, se realizaron un total de siete preguntas en la que se trataron los temas de Twitch, comunidad e interacción.

Para el desarrollo del grupo focal, se tomó en consideración una serie de preguntas abiertas relacionadas a los tópicos de la investigación como: plataforma Twitch, interacción y

comunidad virtual. Para la selección de los participantes del grupo focal, el criterio se basa en que sean usuarios activos de la plataforma que creen contenido como streamers y a su vez viewers que hayan interactuado en la plataforma del 1 al 30 de septiembre del 2022.

### ***Consideraciones Éticas***

Los resultados obtenidos en el informe de esta investigación no serán utilizados en publicaciones ajenas al ámbito académico o científico, se descartan los conflictos de interés por ser una investigación exploratoria, analizando los resultados sin darles una valoración que afecte a terceros. Todas las citas en el estudio están referidas a la Norma APA 7. La información del grupo focal está avalada por una carta de consentimiento informado firmado por los participantes, estas se incluyen en el apartado de anexos.

Los streamers seleccionados son personajes públicos ya que constan de una cuenta pública en la plataforma Twitch, ellos deciden qué tipo de información y datos comparten. De la misma manera, se indica que las streamers involucradas en este estudio son mayores de edad, considerando el artículo 104 de la Ley Orgánica de Comunicación que prohíbe la exposición de identidad de menores. Es importante mencionar que toda información de tanto streamers como viewers fue tratada con el debido cuidado, con el fin de proteger su integridad y reputación, todo el material recolectado es de uso exclusivo para fines académicos.

### **Resultados**

En el apartado a continuación, se exponen los resultados obtenidos de las observaciones realizadas a las transmisiones en vivo tanto de Rubius como de Iskralanducci como del focus group que se realizó con 10 personas quienes eran tanto streamers como viewers. La recopilación de esta información se encuentra detallada en fichas de observación y en una transcripción de las intervenciones en el grupo focal (anexo).

## ***Resultado Observación de Fichas***

### ***Performance Rubius***

En las transmisiones del streamer internacional Rubius, en cuanto al desarrollo de su performance este inicia sus transmisiones con una pantalla de espera la cual posee animaciones aparece desplegadas durante 7:00 minutos. El diseño de pantalla contiene una línea gráfica de estilo anime, con colores variados en tonos neón, aparecen el streamer caricaturizado en un estudio/habitación, su logo de marca, elementos gráficos de juegos varios como Minecraft y Among us, aplicaciones/plataformas como Twitch y YouTube se visualiza como un ícono de la rana meme, todos estos elementos poseen efectos especiales de movimiento en secuencia repetitiva. En cuanto a la música, en sus transmisiones presentó música de tipo techno gaming, rap, rancheras mexicanas. En 3 de 4 transmisiones observadas si encendió su cámara, el streamer ubicaba la transmisión de su video en la esquina superior izquierda del stream y en el centro la transmisión su partida en Minecraft. El lenguaje que utiliza es el español con acento europeo y emulaba el acento mexicano, maneja un lenguaje sos e incorpora ocasionalmente insultos en inglés.

En cuanto a la vestimenta Rubius se lo visualiza con diferentes camisetas y buzos en colores blanco y negro, las cuales llevan frases en otros idiomas (inglés y mandarín) en todas las transmisiones lleva consigo una cadena plateada.

En cuanto a su escenografía Rubius se observa estar sentado en un estudio de gaming/tv, destinado en todas las partidas para transmitir videos en Twitch. Parte de la escenografía lo conforman repisas, pero no son identificables los objetos en las mismas. Los elementos tecnológicos son un micrófono negro con un sticker de Naruto, headphones negros, silla gamer color negro y blanco, luces de colores neón fucsia y azul y ocasionalmente un vape electrónico.

### *Performance Iskralanducci*

En la transmisión de la streamer nacional Iskralanducci, en cuanto al desarrollo de su performance ella inicia la transmisión con una pantalla de varios videos cortos de Minecraft con música de fondo reggaetón y cumbia ecuatoriana. El diseño de pantalla contiene los siguientes elementos: top semanal bits, meta de subs, últimos bits enviados, chat en vivo y auspiciantes, la línea gráfica está compuesta de colores pastel azul y fucsia, letras en mayúsculas e íconos como corazones pixelados que se posee animaciones como: un gato kawaii que baila y saluda a nuevos suscriptores. El tipo de habitación en que se transmite es un dormitorio, la intención de este espacio es transmitir directos por Twitch. La escenografía la componen los siguientes elementos: cama de dos pisos, espejo, tubo, aire acondicionado vertical, peluche de pulpo verde, cables, repisa con muñecos como Pikachu, Bellota de las Chicas Superpoderosas, Among us, Creeper de Minecraft. Los elementos tecnológicos implementados son: un micrófono blanco, headphones rosados, una silla gamer de conejo Kawaii, luces de colores neón fucsia y azul. Iskra al compartir cámara se visualiza al streamer se encuentran centrada a la pantalla de la transmisión. El lenguaje utilizado es el acento español guayaquileño. Los vestuarios que utiliza la streamer son: blusa color azul, negro o fucsia, lentes negros, headphones rosados y ocasionalmente el uso de una peluca color rosado. Cabe destacar que en una sesión en particular Iskralanducci tuvo a una DJ invitado por el evento de “Iskraland Fest”, por lo cual cambió la dinámica del performance en esta ocasión. El diseño de pantalla incluía una volante promocional del evento “Iskraland Fest” y sus redes sociales. Al iniciar la transmisión tanto Iskra como la invitada DJ Isabel Guzmán tienen una cuadrante que muestra sus videos, y en el centro se encuentra compartiendo pantalla de su partida en Minecraft. La escenografía de la DJ Isabel tiene una habitación poder tocar mezclas de música y la escenografía se compone de luces color neón que rodean una habitación oscura, en las paredes se observan retratos de una mujer a colores neón, esta

contiene una pared con retratos de una mujer a colores neón. Por otro lado, la DJ en elementos tecnológicos tiene una tabla de DJ para mixear música, una laptop, un micrófono, headphones color rosado metálico y su vestimenta es una crop top manga larga neón rosada, cabello largo rosado neón y sus cejas también color neón rosado.

### ***Interacción Rubius***

A nivel de interacción, se observaron los siguientes componentes de las transmisiones de Rubius, en cuanto al comando de chat, los textos ascienden entre velocidad media y rápida, resultando en la mayoría de ocasiones dificultades en la comprensión lectora de otros viewers y del streamer quien en ninguna transmisión daba lectura de los comentarios, las palabras del chat se repiten según lo que Rubius mencionaba al igual que los mots y reacciones a otros comentarios. Cabe destacar que previo al inicio de cualquier sesión, Rubius da la bienvenida y realiza una explicación de la dinámica del día en Minecraft, los temas encontrados en las transmisiones fueron “Minecraft”, “Karmaland”, “TikTok”, “Youtube” “Skins”, “Independencia Mexico”, “Tutorial Sword Portal”, “Chat mods suscríbete a Rubius” y “Recomendaciones de suscriptores”, “Expectativa de nuevo proyecto”, “Agradecimientos a suscriptores”, los cuales se encuentran centrados en la categoría que desempeña de Minecraft. En auspicios se ofrece Legion by Lenovo con “Subtember” dando un 30% dsct. en suscripciones, en la pantalla de chat de se observan la hora, nombres de usuarios, con identificador de categoría (prime gaming, suscriptor, VIP, moderadores) y aparece un el mensaje “suscripción gratis enlazando Amazon Prime con Rubius” sale en el chat, con los donativos los viewers logran hablar como “bots” directamente al streamer durante transmisión,

### ***Interacción Iskra***

A nivel de interacción, se observaron los siguientes componentes de las transmisiones de Iskralanducci, en cuanto al comando de chat, los textos son oraciones extensas que ascienden

a velocidad lenta facilitan la lectura e Iskra logra hacer una lectura pausada del chat. Al iniciar una transmisión Iskra da la bienvenida a quienes se encuentran conectados, envía menciones especiales a sus suscriptores y moderadores, también menciona el objetivo del streaming en esa sesión. Los temas que se presentan en el panel del chat no son exclusivos de Minecraft a pesar que la categoría en la que transmite sí lo es, los temas fueron: “Guayaquil”, “Barcelona vs Emlec”, “Terremoto Taiwan”, “Tendencia Chill”, “GTA 6”, “Evento boxeo Minecraft”, “Convocatoria concurso en Minecraft”, “Salchipapa”, “El chisme: noticias de Minecraft”, “Experiencia de temática de su server en Minecraft” “ITB torneo Minecraft”, “Precios suscripción”, “Emotes suscriptores” “Sugerencias para cambio de contenido de juego fuera de Minecraft”.

En auspicios se ofrece Legion by Lenovo con “Subtember” dando un 30% dsct. en suscripciones y las marcas Magic Store, Kawaii House, El Caldero Magico y en una transmisión el ITB (Instituto Tecnológico Bolivariano) son parte de los sponsors del canal. El mensaje “suscripción gratis enlazando Amazon Prime con Iskralanducci” parece en chat. Por otro lado, los gifts permiten las siguientes funciones: 500 Chichi points “toma awa”, top 5 donantes del mes “regala suscripciones”, top 10 cheerers del mes “regala bits”, se visualizó que al entregarle un gift aparece una animación de cajas moradas descendiendo en la transmisión por recibir 50 suscripciones de regalo.

### ***Resultado Grupo Focal***

#### ***1. ¿Cómo descubrieron la plataforma Twitch?***

La mayoría de participantes mencionaron que se enteraron de Twitch gracias a otras plataformas que consumían como Youtube y Reddit. Los factores determinantes para descubrir la plataforma fueron los youtubers quienes incentivaron la migración del público hacia Twitch, así lo menciona el participante N°4 (23 años, streamer retirado y viewer)



“descubrí la plataforma, eh, lo había conocido por YouTube, porque veía que los streamers se estaban yendo allá, que YouTube no les iba muy bien... elrubius, un ejemplo para mí que de la nada dejó YouTube y se fue a Twitch” y las características como transmisión en vivo y progreso en tiempo real fue uno de los factores adicionales menciona el participante N°3 (24 años, streamer y viewer): “me interesaba verlos en vivo más que ver la retransmisión resubida” y la participante N°2 (18 años, viewer) menciona “ En lo personal fue por YouTube, ya que seguía eh, YouTubers de dibujo. Entonces, para ver su progreso en tiempo real, los veía por Twitch”. Por otro lado, cabe destacar que la minoría de participantes menciona haber escuchado de Twitch antes de que se convirtiera en una famosa plataforma internacional, el participante N°1 (22 años, streamer retirado y viewer) “... conocí a Twitch antes de que sea Twitch ...uno de los creadores de Twitch tenía una página que se llamaba JustinTV.... .. y posteriormente que cierra JustinTV ... abre Twitch, que era como la nueva plataforma de streaming...a partir de ahí yo la conocí hace full tiempo. Cuando ni siquiera habían como que creadores de contenido de los famosos de YouTube en la plataforma” y el participante N°5 (29 años, viewer) menciona “... tipo por el 2013, 2014...estaba la empresa planteándose como Twitch. Ahí fue cuando más nos enteramos, pero la verdad en ese tiempo solo lo leímos, pero no le hicimos ante la pista hasta como un par de años más tarde, ya cuando comenzó a crecer bastante la plataforma”.

## ***2. ¿Consideran que el nivel de interacción se ve afectado según el tamaño de la audiencia del streamer en Twitch?***

Los entrevistados mencionan que interactuar con un streamer grande dificulta la interacción, por ende el participante N°4 (23 años, streamer retirado y viewer) indica “solamente prefiero observar y ver” al igual que el participante N°8 (29 años, desarrollador de proyectos streaming) “streamers grandes, como- como Rubius, Auronplay, muchas veces el chat ...hay tantos mensajes que todos se pierden” resultando ser la única opción para interactuar con

ellos el “reclamar una interacción” a través de pagar con bonificaciones el streamer como donaciones, bits, puntos y también el participante N°3 (24 años, streamer y viewer) menciona sobre el efecto efímero de la interacción con streamers grande “cuando uno interactúa con un streamer grande, la interacción termina en el momento que termina la donación”. Por otro lado, los entrevistados coinciden en que la interacción con los streamers pequeños desarrolla una relación más cercana con la comunidad “la experiencia se vuelve más gratificante” logrando comunicarse no tanto con el streamer, y con las personas del chat, esa interacción suele extrapolarse a otros canales como Discord menciona el participante N°8 (29 años, desarrollador de proyectos streaming). El entrevistado N°1 (22 años, streamer retirado y viewer) hace un contraste sobre la dinámica confirmando lo señalado por los anteriores participantes “es súper diferente la dinámica, eh, con streamers grandes a con streamers pequeños, con streamers pequeños es mucho más fácil interactuar y generar esa conversación ya con streamers grandes ... es físicamente imposible. El poder de estar pendiente de más de 1000 personas en un directo es físicamente imposible”.

**3. *¿Se consideran parte de una comunidad en Twitch? Para los streamers, ¿Creen haber formado una comunidad en la plataforma?***

Los participantes señalan que cada comunidad es distinta, dependiendo de la intención del streamer, todo radica en si el streamer desea involucrarse en la construcción de la comunidad junto con los viewers o bien no ser partícipe de la misma de manera integral.

Se mencionaron características que fortalecen la construcción de la comunidad en Twitch como: “importante ser constante en el chat” ya que a partir de la interacción en el chat “se van reconociendo ciertos personajes” sin embargo si el viewer es una persona que no interactúa en el chat “va a ser un poquito más complicado, el relacionarlo, el conocerlo”. El implementar canales adicionales que faciliten más vías de interacción y socialización es otra de las herramientas” hay streamers que siguen haciendo más maneras de interactuar fuera del

directo, me invento, un canal de Discord, redes sociales, Instagram, Twitter” menciona el participante N°3 (24 años, streamer y viewer)

Los streamers con audiencias grandes, pueden verse no tan inmersos ni involucrados a diferencia de los streamers pequeños, ya que la comunidad es tan amplia que resulta ser más complicado el mantenerla, el participante N°6 (26 años, streamer y viewer) menciona que si “la comunidad es muy amplia y no sé realmente si se podría llamar una comunidad”. En estos casos con audiencias masivas, los fans son los promotores en la construcción de la comunidad en estos espacios de streaming, “los mismos usuarios del chat son los que van como que formando esa comunidad” menciona el participante N°1 (22 años, streamer retirado y viewer), a su vez el participante N°3 (24 años, streamer y viewer) indica que “el streamer como que no se involucra en el crear esa comunidad o en mantenerla o en ampliarla o en generar nuevos medios de contacto”.

***4. ¿Consideran que las interacciones con otros seguidores o viewers fuera o dentro de la plataforma los convierte en comunidad?***

Existen tres perfiles en cuanto a interacción con seguidores o viewers, el primer perfil no interactúa con los fans sólo con el streamer “Yo me considero parte de comunidades, pero no porque interactúo con los fans, sino porque interactué con el streamer como tal” menciona el participante N°3 (24 años, streamer y viewer). El segundo perfil sólo busca ver el contenido por entretenimiento y prefieren no interactuar “Yo, pues yo prefiero no interactuar por ese lado, prefiero más solo consumir el contenido que vengo a ver más que, congeniar con personas o compartir ideales o cosas así, es más por el disfrutar, por entretenerme” menciona el participante N°5 (29 años, viewer). Por otro lado, hay quienes al interactuar con otros miembros de la comunidad generan vínculos de amistad menciona el participante N°10 (20 años, viewer) “... tengo muchísimos amigos de Argentina, Chile y casi de Perú...soy un miembro activo en el chat...ya sea en Discord o en Twitter...estoy metido en la comunidad...”

es algo muy interesante y muy impresionante, como gracias a una persona, se unen otras personas y forman una amistad y aunque sea lejos de país, los consideras unidos y cosas así”.

**5. *¿Creen que la forma en que interactúan dentro de la plataforma de Twitch ha cambiado su forma de relacionarse con otras personas?***

Quienes contestaron a esta pregunta afirman que sus interacciones si cambiaron por efectos del uso de Twitch, menciona el entrevistado N°3 (24 años, streamer y viewer) “como que hubo una parte de mí que se condicionó frente a la dinámica de Twitch, o debido a la dinámica de Twitch”. Parte de los cambios adquiridos, están el uso de nuevo vocabulario, el participante N°6 (26 años, streamer y viewer) menciona “...sí, se agregó, eh, vocabulario, y se agregaron cosas de Twitch a nuestro día a día. Yo creo que el más claro ejemplo de eso es el término ‘f’... que está muy, muy en boga...” a su vez N°3 (24 años, streamer y viewer) indica “...se me quedó lo de decir ‘chat’ al hablar...” Otro de los cambios que resaltan es la vestimenta, tanto N°1 (22 años, streamer retirado y viewer) como N°3 (24 años, streamer y viewer) indican que debido al uso de la cámara sienten la necesidad de llevar puesta un camiseta “cuando yo streameaba...antes de streamear yo podía estar con una camiseta en tirantes que me sentía full cómodo en mi casa...y jugando, pero ya cuando entras a Twitch la dinámica es diferente porque estás frente a la cámara. Entonces ya ya me ponía una camiseta con mangas” señala N°1 (22 años, streamer retirado y viewer) y N°3 (24 años, streamer y viewer) indica “A mí también me pasa lo de que antes de jugar sin camiseta ... incluso así sea que no vayas a streamear como que digo “bueno, me voy a poner camiseta...por si acaso me da la cosa de prender algo””.

**6. *¿Qué usos y/o beneficios les ha generado la interacción de un stream?***

Los beneficios y usos que les genera un stream son: aprendizaje de nuevas habilidades que pueden ser empleadas en un ámbito profesional, N°8 (29 años, desarrollador de proyectos streaming) menciona: ...a veces solo está como que de fondo mientras trabajo... Entonces

ahí uno cuando está en la misma área... que se encuentra el streamer, empieza a acordarse de lo que hablaba o de lo que hacía, y uno empieza también a poner en práctica ese aprendizaje...es interesante ver que ese tiempo que estuviste interactuando también... te mejoró tu habilidad en algo.” Otro beneficio es la motivación para realizar una actividad, N°1 (22 años, streamer retirado y viewer): Más que aprender, creo que fue que me motivó a algo. eran streamers ...psicólogos. Entonces, eh, la gente del chat ponía...sus preguntas,...intereses y cosas así referentes a la psicología ... luego me motivó a ir a un psicólogo presencial...un streaming de este tipo te puede ayudar a resolver cosas, a educarte, aprender...”. El acompañamiento durante los estudios, es otro de los usos que tiene un stream N°3 (24 años, streamer y viewer).” ... cuando yo llegaba del colegio, me ponía a hacer deberes yo veía directos...Pero sí, sí, la dejaba de fondo como tal para estudiar, para escuchar a alguien”. Sin embargo, un importante número de participantes mencionó inconformidades en cuanto a la administración, políticas y manejo que llevan las autoridades de la plataforma de Twitch con respecto al trato hacia los streamers y las comunidades. El participante N°3 (24 años, streamer y viewer) menciona “...Twitch...es la plataforma en la que yo también streameo, pero la verdad es que Twitch hace cosas que están sumamente mal, el tema de puntos de canal tiene muchas fallas...el tema de Twitch de capacitar a la gente “...también me hizo recordar...todos estaban transmitiendo los slots...Pokimane...dijeron “bueno, si vamos a seguir... si van a seguir dan- haciendo gambling promocionando gambling aquí, no- no vamos a hacer campañas en navidad”...recién Twitch dice como que “ah, está bien, vamos a hacer esto acá como tal” y tampoco es que han solucionado nada...créeme que podría quedarme toda la hora hablando de las molestias que tiene Twitch la verdad \*risa\*...”. A su vez, el entrevistado N°1 (22 años, streamer retirado y viewer) indica que streamers con grandes audiencia han indicado querer mudarse junto con sus viewers a otras plataformas de streaming por la falta de atención de la misma”... toda la organización estaba hecha por

personal de Twitch y no supieron resolver de manera eficiente varios de los problemas que tenían...varias las decisiones...han movido bastante la conversación en torno a mudarnos de plataforma en torno a los stream grandes...entonces me parece que hay un problema serio en Twitch...”. Finalmente, el entrevistado N°6 (26 años, streamer y viewer) señala que las nuevas políticas de regulación de pagos y de promoción de canales en Twitch deben ser reajustadas “...no hay una buena escalabilidad de views en Twitch, no hay una buena promoción para sus streamers pequeños ... son los streamers grandes llevándose la mayoría de la audiencia...quiere decir que no hay una buena forma de promocionar a sus streamers pequeños...de hecho, ya muchos comenzaron a migrar- A volver a YouTube...como dicen, no toma en cuenta la comunidad”.

***¿Qué les llama la atención ustedes para decir “quiero regresar a este stream, me encantó, y por esto me quiero quedar en la plataforma”?***

Los factores que agradan a los viewer querer estar en un stream es el tipo de entretenimiento que ofrece el canal y que tanto engagement el streamer puede generar con el público, tal como mencionan estos dos participantes: N°1 (22 años, streamer retirado y viewer) “hay algo muy importante en Twitch que es saber streamear...hay que tener esta destreza. Lo hace muy bien...hace bastante variedad...juega realidad virtual, roleplay, hace música...entonces es súper gracioso...la destreza, la creatividad, el arte, y todo eso me me pareció súper chévere”, N°4 (23 años, streamer retirado y viewer) menciona: “...algo que me hace quedarme en un stream y quiere volver a ver el streamer, eh, sería cómo me hace sentir, cómo me hace reír”. Otro factor a considerar es la calidad del stream y las opiniones e interés compartidos con el streamer, el participante N°3 (24 años, streamer y viewer) indica que: “lo que me gusta es que tiene que ser un streamer que comparta la misma opinión que él, sino no lo voy a seguir la verdad.” y N°9 (25 años, streamer retirado y viewer) menciona: “lo que me hace regresar normalmente a un canal es qué tanto esfuerzo los streamers le han puesto a su

stream...te das cuenta en un streamer en verdad le mete las ganas de... para que el stream se vea bien, interactuar con la gente” y el participante N°6 (26 años, streamer y viewer) refuerza la idea de calidad mencionando: “ Me gusta conversar y saber la opinión de la gente...el tema este de de la calidad...el setup, el esfuerzo que le mete a los overlays, a los emotes, o sea, habla, habla de un trabajo y de una dedicación y de un esfuerzo”.

### ***7. ¿Qué perspectiva tienen de Twitch?***

Las perspectivas que tienen los participantes se encuentran divididas tanto a favor como en contra de la plataforma, indican que Twitch es una buena plataforma de entretenimiento innovadora para los viewers pero no para los creadores de contenido pequeños ellos señalan: N°3 (24 años, streamer y viewer): “... si tú eres un streamer pequeño, no es rentable como tal...lo siento si alguien tiene el sueño de ser streamer, pero Twitch no es una plataforma para crecer y no es una plataforma para... para ganar dinero, al menos que sea un caso contado en un millón” el participante N°6 (26 años, streamer y viewer) “...yo creo que es una buena plataforma que no te promueve crecer...” N°1 (22 años, streamer retirado y viewer): “...la plataforma es innovadora, es buena, es fresca, pero el el retener a sus a sus creadores, el retener a sus empleados ...me parece que es, es terrible...los streamers pequeños no tienen casi chance en el mundo del streaming en la plataforma de Twitch”. N°5 (29 años, viewer) menciona: “...pero si quisiera generar dinero, no sé, pues existen más propuestas desde conseguir sponsors, vender mercancía... sigo pensando que sigue siendo una buena plataforma y en un futuro, probablemente, cambien de nuevo sus políticas”

### ***Discusión de Resultados***

En el siguiente análisis de resultados, se toma en consideración los objetivos planteados en la investigación, a los teóricos citados en la sección del marco conceptual, estado del arte y la interpretación de resultados obtenidos tanto del grupo focal y de las observaciones realizadas a las cuentas de Twitch del “Rubius” e “Iskralanducci”.

Según Hassan (2020), los estilos de vida se ven influenciados por la digitalidad de las prácticas del día a día que se convierten en un elemento central de una cultura globalizada interconectada. En el estudio *El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil* se indica que Twitch transforma las formas de interacción de la audiencia a través de herramientas como el chat, iconos, donaciones, etc. teniendo como resultado el origen de subculturas propias del canal. En el grupo focal los entrevistados mencionaron como sus interacciones en el mundo físico se vieron afectados por el uso de la plataforma Twitch como implementaciones de nuevo vocabulario y cambios en la vestimenta. EL entrevistado JJ menciona “como que hubo una parte de mí que se condicionó frente a la dinámica de Twitch, o debido a la dinámica de Twitch”. Como consecuencia de la creación de nuevos medios de comunicación digitalizados, Gitlin (2005) sugiere que se da lugar a nuevas formas de experimentar la conexión con el mundo.

Twitch, ha desarrollado espacios en donde se promueve la interacción de comunidades digitales, según Vallespín (2009) las formas de socialización en red están marcadas por el concepto de “afinidades electivas” la cual consiste en tomar un papel que desee el sujeto caracterizar en su comunidad. En la plataforma existen miembros que participan de manera pasiva, no poseen sentimientos de pertenencia debido a la inmediatez del contexto también pueden existir miembros de la misma comunidad que desarrollen vínculos más intensos de participación activa en la dinámica social virtual. En el focus group se descubrieron tres tipos de perfiles de viewers. El primer perfil no interactúa con los otros miembros de la comunidad sólo con el streamer, el segundo perfil sólo busca ver el contenido por entretenimiento y prefiere no participar en las dinámicas de interacción y por otro lado hay quienes interactúan únicamente con otros miembros de la comunidad con quienes generan vínculos de amistad más cercanos. En las observaciones de los canales se evidenció que el comando de chat en el canal de Rubius, los mensajes ascendían en una velocidad rápida y media rápida, lo cual en la



mayoría de las transmisiones dificultaba la comprensión lectora del tema de discusión en el chat. Por otro lado, en el canal de Iskralanducci en el comando de chat los textos son oraciones extensas que ascienden a velocidad lenta lo cual permite una comprensión lectora tanto de otros viewers como del streamer a su vez.

En el estudio Social Live-Streaming Twitch Tv and Uses and gratifications señala que el factor de participación en las comunidades de Twitch está relacionado al tamaño de la audiencia. Debido a esto, los streams con mayor número de visualizaciones poseen un factor de interacción menor debido a que estos son visitados, pero no de forma constante. Como resultado se obtiene una comunicación no fluida ya que a mayor es el número de usuarios en interacción en un stream mayor sobre carga de información se produce en el mismo. El entrevistado PI menciona “streamers grandes, como- como Rubius, Auronplay, muchas veces el chat ...hay tantos mensajes que todos se pierden” resultando ser la única opción para interactuar con ellos el “reclamar una interacción” a través de pagar con bonificaciones al streamer. Por otro lado, los entrevistados coinciden que la interacción con streamers pequeños genera una experiencia más gratificante, esta relación más cercana a la comunidad permite interactuar comunicarse tanto con el streamer como con las personas del chat. Los canales de Twitch están directamente condicionado por la oferta de contenido que realizan los streamers hacia los viewers. Parte del acto performático, los streamers deben cumplir con los siguientes factores para la permanencia y engagement de sus viewers: entretenimiento, tipo de contenido, la calidad de la transmisión e intereses en común. El participante JM menciona: “hay algo muy importante en Twitch que es saber streamear...hay que tener esta destreza...hace bastante variedad...juega realidad virtual, roleplay, hace música...entonces es súper gracioso...la destreza, la creatividad, el arte, y todo eso me pareció súper chévere”. Es por ello, que los streamer a través de sus dinámicas desarrollan actos performáticos. Los autores Taylor y Fuentes (2007) señalan que para que una persona

realice un acto performático sólo necesita su cuerpo, gestos, palabras y la imaginación para expresarse frente a un público en cualquier contexto de manera espontánea o planificada. Los elementos performáticos identificados de manera repetitiva en las transmisiones de Rubius fueron los elementos tecnológicos que usa en las transmisiones micrófonos, headphones, silla gamer y luces de colores neón, la escenografía no cambiaba y al inicio de todas las transmisiones se despliega una pantalla con gráfica caricaturizada con animaciones con música variada durante 7:00 minutos, cabe mencionar que el tema central de las transmisiones observadas eran sobre Minecraft y parte de su performance y tema de la transmisión en vivo giraba únicamente en torno a este contenido. De igual manera, el inicio de las transmisiones en Iskralanducci era una pre - transmisión sin un tiempo determinado de videos variados de Minecraft con música, el tipo de escenografía, intención del espacio, escenografía, distribución de objetos, elementos tecnológicos, pantalla y comandos del chat fueron iguales en todas sus transmisiones. Los temas de los videos observados no se basaron exclusivamente en Minecraft, eran variados de acuerdo al contexto del streamer, la interacción y la escalabilidad que tenía Iskralanducci con el chat en vivo y sus viewers, quien a diferencia del Rubius este no se enfocaba en el chat.

Las características bases para la construcción de una comunidad en Twitch son mencionadas en el grupo focal como las siguientes: “importante ser constante en el chat” para que como resultado “se van reconociendo ciertos personajes” de lo contrario la baja participación en el chat genera poca interacción con los miembros de la comunidad. En el mismo grupo focal se hace la distinción entre los streamers con audiencias grandes los cuales no pueden participar de manera cercana y activa con la comunidad, MK menciona “si la comunidad es muy amplia no sé realmente si se podría llamar una comunidad” en estos casos las audiencias toman conductas que regulan, promueven la construcción de una comunidad en constante interacción en Twitch, “los mismos usuarios del chat son los que van como que formando esa

comunidad” menciona JM. Es por ello que Fishbein y Ajzen (1975) mencionan que la conducta del individuo está determinada por las creencias que el mismo posee a nivel de identidad personal y la importancia que este le otorgue a las expectativas que poseen los miembros de una comunidad según las normas que la regulan.

### **Conclusión**

La vida digital al interior de la plataforma Twitch si existe debido a las sociedades digitales se desarrollan a través de este medio generando una cultura interconectada a los individuos de cada canal. Los miembros de la comunidad toman una posición en la comunidad de acuerdo al papel con el que el sujeto desea caracterizar en su comunidad de manera voluntaria. En la plataforma existen miembros que participan de manera pasiva, que no poseen sentimientos de pertenencia debido a la inmediatez del contexto y de manera vice versa también pueden existir miembros de la misma comunidad que desarrollen vínculos más intensos de participación activa en la dinámica social virtual.

La audiencia tiene la posibilidad de establecer una interacción entre la comunidad y el streamer a través de herramientas como el chat, iconos interactivos, donaciones, etc. Como consecuencia de estas interacciones, las personas en el mundo físico atribuyen que su vocabulario y vestimenta se vieron modificados debido al uso de la plataforma. El factor de participación en las comunidades está relacionado al tamaño de la audiencia. Debido a esto, los streams que poseen un mayor número de visualizaciones poseen un factor de interacción menor y una comunicación no fluida ya que a mayor es el número de usuarios en interacción en un stream mayor sobre carga de información se produce en el mismo.

Se identificaron tres tipos de perfiles que existen en la comunidad, el primero no interactúa con los otros miembros sólo con el streamer, el segundo perfil busca ver el contenido por entretenimiento y prefiere no interactuar, y por último hay quienes interactúan exclusivamente con otros miembros de la comunidad absteniéndose de interactuar con el

streamer. A su vez, se identificó que el nivel de interacción de un streamer está condicionado al tamaño de la audiencia, siendo que las audiencias de mayor tamaño no pueden participar de manera cercana a la comunidad en estos casos las audiencias toman iniciativas que promueven la construcción de la interacción en la comunidad.

### **Recomendaciones**

Para futuras líneas de investigación, se recomienda complementar la investigación con un estudio de corte cuantitativo y cualitativo permitiendo al campo de las ciencias sociales conocer como los procesos de comunicación se dan lugar en los espacios virtuales y cómo a través de estos se implementan procesos de socialización e interacción, a través de acciones que fomentan en el tiempo la construcción de una comunidad digital. Adicional, se sugiere se investigue desde el área de la mercadotecnia cómo las marcas adquieren un rol con el streamer en la promoción del canal y las ofertas de suscripción que se otorgan a la comunidad.

## Referencias

- Alvarado, V. (2008). “Streaming” para un Entorno de Aprendizaje en Línea. *Revista Espiga*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4678/467847230017.pdf>
- Asamblea Nacional de Ecuador. 21 de junio de 2013. Ley Orgánica de Comunicación. [art. 104]. Recuperado de: <https://bit.ly/3dxPS12>
- Ballesta, J., Céspedes, R. (2016). Educación para los medios en un entorno digital. Investigación-acción en Compensación Educativa. *Revista Lasallista de Investigación*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/695/69545978014.pdf>
- Casells, C. (2021). Twitch.tv, un nuevo paradigma en la comunicación y el entretenimiento en Internet. *Universitat Politècnica de València*. Recuperado de: <https://bit.ly/3JRREpO>
- Cortés, L., Polanco, M. V., Retamal, M. E., Guerra, K. & Farfán, S. (2018). Lo performativo en la performance art. *Revista Colombiana de las Artes Escénicas*. Recuperado de: <https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/artescenic/article/view/30/17>
- Crousillat, F. (2021). Las Comunidades de Twitch: La interacción dentro del streaming como futuro digital en plataformas. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas*. Recuperado de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/657568>
- Day, M., (2019). El concepto de red en Manuel Castells y Bruno Latour. El debate “agencia-estructura” en la teoría social sobre la red. *RevIISE. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/5535/553565464005/html/>
- Dux, J. (2018). Social live-streaming: twitch.tv and uses and gratification theory social network analysis. *Sungkyunkwan University South Korea*. Recuperado de: <https://bit.ly/3bSTY3j>
- Echauri, A., Figueras, M. (2021). El acercamiento de estudiantes universitarios internacionales a plataformas de streaming. *Virtualis Revista de Cultura Digital*. Recuperado de: <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/366/424>
- Echeverría, G. (2005). Análisis cualitativo por Categorías. *Universidad Academia de Humanismo Cristiano*. Recuperado de: <https://bit.ly/3JXrAty>
- Edwards, C., Pollack, C., Pritschet, S., Haushalter, K., Long, J., Masterson, T. (2021) Prevalence and comparisons of alcohol, candy, energy drink, snack, soda, and restaurant brand and product marketing on Twitch, Facebook Gaming and YouTube Gaming. *Cambridge University Press*. Recuperado de: <https://doi.org/10.1017/S1368980021004420>
- Euromonitor International, (2022). *Las 10 principales tendencias globales de consumo para 2022*. Recuperado de: <https://bit.ly/3AICVjA>

- Ferrada, M. (2006). Etnografía un enfoque para la investigación de weblogs en Biblioteconomía y Documentación. *BIBLOS*. Recuperado de: <https://bit.ly/3C6TYaz>
- Gomez, H. (2015). Jóvenes y la vida digital: de hacer vida (pos) moderna. *Universidad Iberoamericana León*. Recuperado de: <https://bit.ly/3C6U3Lp>
- Gutiérrez, J., Cuartero, A. (2020). El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*. Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/102221>
- Gutiérrez, S., Álvarez, S., Mena, S. (2022). Visionado colectivo de cine en la red social Twitch por parte de centennials: estudio de caso. *Index Comunicación*. Recuperado de: <https://doi.org/10.33732/ixc/12/01Vision>
- Hassan, R., (2020). The Condition of Digitality: A Post-Modern Marxism for the Practice of Digital Life. *University of Westminster Press*. Recuperado de: <https://bit.ly/3QonooX>
- Herazo, C., Valencia, A., Benjumea, M. (2017). Perspectivas investigativas en el estudio de las industrias culturales y creativas. *Revista KEPES*. Recuperado de: <https://bit.ly/3bSfKEq>
- Heredia, V. (2022). Contenido original: La apuesta estratégica de las plataformas de streaming. El caso Netflix en Latinoamérica. *Revista de Comunicación y Cultura*. Recuperado de: <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/view/3460/3313>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill. Recuperado de: <https://bit.ly/3C6maKS>
- Iñiguez, L. (1999). Investigación y evaluación cualitativa: bases teóricas y conceptuales. *Universitat Autònoma de Barcelona*. Recuperado de: <https://bit.ly/3C8lMeQ>
- Lago, S., Rivoir, A. (2021). Tecnologías digitales y pandemia: desigualdades, exclusiones y desafíos en América Latina. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*. Recuperado de: <http://ojs.sociologia-alas.org/index.php/CyC/article/view/242/244>
- López, M., Sánchez, C. (2019). La interacción y convivencia digital de los estudiantes en las redes sociales. *Revista de Educación Inclusiva*. Recuperado de: <https://bit.ly/3SQkBX3>
- López, I. (2020). Desafíos éticos en el estudio de comunidades digitales: una propuesta basada en un caso empírico. *Pontificia Universidad Católica de Chile*. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.49.27911>
- Mella, O. (2000). Grupos focales. Técnica de investigación cualitativa. *CIDE*. Recuperado de: <https://bit.ly/3JRDiWx>
- Muros, B. (2011). El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online. *REIFOP*. Recuperado de: <http://www.aufop.com>

- Paredes, C. (2021). Las plataformas de streaming, la revolución de Twitch. *Universidad de Valladolid*. Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/52169>
- Pérez, L., Ponce R. (2020). Entornos virtuales para la escritura académica. Un modelo en Minecraft. *Alteridad. Revista de educación*. Recuperado de: <https://doi.org/10.17163/alt.v15n1.2020.06>
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., Tacci, J. (2016). *Digital Ethnography. Principles and Practice*. Madrid: Ediciones Morata.
- Piñeiro, A. (2015). Observación participante: Una introducción. Universidad San Gregorio de Portoviejo. Recuperado de: <https://bit.ly/3CmP0qv>
- Romero, L., Rivera, D. (2019). La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y prospectivas. *Pearson Educación de México*. Recuperado de: <https://bit.ly/3dweya8>
- Schechner, R. (2000) Performance Teoría y Práctica Interculturales. *Universidad de Buenos Aires*. Recuperado de: <https://bit.ly/3JVe5dx>
- Shear, E. (2022). *Twitch CEO on the Future of the Creator Economy - and the Challenge to Keep the Platform Safe* [Video]. YouTube Harvard Business Review. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Rii3s9DiwjY>
- Seung, W., Sung H. (2022). Sharing emotion while spectating video game play: Exploring Twitch users' emotional change after the outbreak of the COVID-19 pandemic. *Indiana University*. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107211>
- Sheng, J., Kairam, S. (2020). From Virtual Strangers to IRL Friends: Relationship Development in Livestreaming Communities on Twitch. *Stanford University*. Recuperado de: <https://doi.org/10.1145/3415165>
- Statista, (2020). Dossier de Statista sobre Microsoft. Recuperado de: <https://bit.ly/3w4H9d2>
- Taylor, D., Fuentes, M. (2007). Estudios avanzados de performance. *Fondo de Cultura Económica México*. Recuperado de: <https://bit.ly/3w34Zps>
- Twitch. (2022). *Información de la Empresa*. Recuperado de: <https://bit.ly/3w4UMsK>
- UNESCO, (2018). *Las competencias digitales son esenciales para el empleo y la inclusión social*. Recuperado de: <https://bit.ly/2NyU7qM>
- Vallespín, F. (2009). Nuevos espacios, nuevas relaciones: La nueva comunidad virtual. TELOS Cuaderno de Comunicación e Innovación. Recuperado de: <https://bit.ly/3djiE5d>
- We are Social, (2022). *Digital Report 2022: El informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y mobile*. Recuperado de: <https://bit.ly/3QM3jZB>