



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**LA EVOLUCIÓN DE TWITCH COMO UNA PLATAFORMA DE
COMUNICACIÓN INDEPENDIENTE**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciado en Comunicación

AUTOR: Bernardo Joao Simbaña Chica

Melanie Alejandra Baca Bautista

TUTOR: Mario Esteban Plaza Trujillo

Quito- Ecuador

2024

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Nosotros, Bernardo Joao Simbaña Chica con documento de identificación N° 1726193392 y Melanie Alejandra Baca Bautista con documento de identificación N° 1727581371; manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 1 de agosto del año 2024

Atentamente,



Bernardo Joao Simbaña Chica

1726193392



Melanie Alejandra Baca Bautista

172758137-1

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Nosotros, Bernardo Joao Simbaña Chica con documento de identificación No. 1726193392 y Melanie Alejandra Baca Bautista con documento de identificación No. 1727581371, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del artículo de investigación : LA EVOLUCIÓN DE TWITCH COMO UNA PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN INDEPENDIENTE, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciados en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia con lo manifestado, suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 1 de agosto del 2024

Atentamente,



Bernardo Joao Simbaña Chica

1726193392



Melanie Alejandra Baca Bautista

172758137-1

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Mario Esteban Plaza Trujillo con documento de identificación N° 0103203626, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: LA EVOLUCIÓN DE TWITCH COMO UNA PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN INDEPENDIENTE, realizado por Bernardo Joao Simbaña Chica con documento de identificación N° 1726193392 y por Melanie Alejandra Baca Bautista con documento de identificación N° 1727581371, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción de artículo académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 1 de agosto del 2024

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
**MARIO ESTEBAN
PLAZA TRUJILLO**

MARIO ESTEBAN PLAZA TRUJILLO

0103203626

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad demostrar la versatilidad comunicacional para la producción de contenidos audiovisuales que generan interés en las comunidades virtuales de la plataforma Twitch. Para ello, es indispensable la identificación de las características del ecosistema de la plataforma. Pues, esto permite la generación de contenidos independientes direccionados a fusionar el entretenimiento con la información.

Básicamente, se aborda las dinámicas de interrelación que existen entre el contenido proyectado a través de la plataforma Twitch y la recepción de la comunidad ante este tipo de oferta audiovisual actual. También se busca determinar las condiciones que los creadores de contenido requieren para la monetización de los contenidos expuestos en Twitch en *streaming*. Además, resaltar las diferencias existentes en otras plataformas de *streaming* como Youtube, la cual tiene acogida por millones de usuarios.

En esta pesquisa se resaltaron los atributos de la plataforma Twitch y considerarla como una herramienta versátil tanto para los *streamers* como para los usuarios de esta porque sirve para compartir contenido, monetizarlo e incluso entregar incentivos; y también puede considerarse como una herramienta para el desarrollo profesional en diferentes sectores de la economía entre ellos el área de videojuegos y la comunicación.

Palabras Claves: Twitch, plataforma digital, comunicación, medios de comunicación, periodismo

ABSTRACT

The purpose of this work is to demonstrate the communication versatility for the production of audiovisual content that generates interest in the virtual communities of the Twitch platform. For this, it is essential to identify the characteristics of the ecosystem of the platform. Well, this allows the generation of independent content aimed at merging entertainment with information.

Basically, the interrelation dynamics that exist between the content projected through the Twitch platform and the community's reception of this type of current audiovisual offer are addressed. It also seeks to determine the conditions that content creators require for the monetization of the content displayed on Twitch in streaming. In addition, highlight the differences that exist in other streaming platforms such as YouTube, which is welcomed by millions of users.

In this research, the attributes of the Twitch platform were highlighted and considered as a versatile tool for both streamers and its users because it serves to share content, monetize it and even deliver incentives; and it can also be considered as a tool for professional development in different sectors of the economy, including the area of videogames and communication.

Keywords: Twitch, digital platform, communication, media, journalism

Índice de contenido

INTRODUCCIÓN	5
METODOLOGÍA	13
RESULTADOS	16
CONCLUSIONES.....	34
REFERENCIAS	38
ANEXOS	41

INTRODUCCIÓN

La entrada de Internet transformó la forma en que nos comunicamos al introducir nuevas formas de interacción, información y comunicación. Esto se debe al constante avance tecnológico que ha dado lugar a un mundo digital con dinámicas de consumo completamente nuevas (Casells, 2021). Un ejemplo destacado es el consumo de contenido audiovisual en plataformas como Twitch.

En esta plataforma, tanto medios de comunicación, así como comunicadores independientes han encontrado un nuevo espacio para la creación de contenido audiovisual. El uso de estas plataformas contribuye con la socialización de las personas, de tal manera que se han convertido en la fuente de información predilecta de los jóvenes (Rottman, 2023).

El cambio generacional supone un cambio respecto al uso de la tecnología y al contenido que consumen, los contenidos audiovisuales *online* destacan por su rasgo de ser instantáneos y no emplear publicidad invasiva. Además sus temáticas no dependen de la circunstancia o contexto. Los usuarios de 17 a 24 años tienen una preferencia absoluta por los contenidos audiovisuales de Internet (Navarro & Vázquez, 2020).

Esto implica partir desde el consumo de contenidos audiovisuales, que fueron creciendo exponencialmente en las dos últimas décadas por la proliferación de nuevas formas de entretenimiento digital para un público joven que utilizan plataformas digitales y redes sociales de alcance mundial (Casells, 2021).

Las plataformas digitales y redes sociales se consideran entornos virtuales porque principalmente se caracterizan por la interacción entre individuos y su capacidad de generar comunidades en estos nuevos espacios. El uso masivo de redes sociales y plataformas se puede comprender desde el término Sociedad del Conocimiento, que presenta un modelo alternativo en las relaciones sociales. Precisamente aquí se destaca el uso de las tecnologías para la

producción y divulgación de información y como se organiza la sociedad desde estos nuevos espacios digitales o virtuales. (Paredes, 2021)

Cabe destacar que el uso de tecnologías presenta una problemática conocida como brecha digital. Es decir existe una limitación en la empleabilidad de las TICs y el acceso a Internet. Esa brecha parte de las nociones existentes entre un país desarrollado y un país en vías de desarrollo. que tienen variaciones en factores económicos, demográficos, culturales y políticos. (Guilló & Mancebo, 2017)

Es relevante entender como estos entornos virtuales presentan una masividad de usuarios, que llama la atención de las industrias y de los medios de comunicación, porque el tipo de comunicación que se da en las plataformas y redes sociales. Es decir, el tipo de comunicación mediática que se da a conocer mediante los canales tradicionales como prensa, radio y televisión. (Paredes, 2021)

Se recuerda que los medios de comunicación tienen como propósito compartir un mensaje hacia las masas. El surgimiento de nuevas tecnologías ha obligado a los medios de comunicación a adaptarse y migrar hacia espacios digitales para aprovechar la comunicación bidireccional. Es decir, mediante dinámicas de interacción y alcance, por ello, en la actualidad los medios tienen un gran poder en el mundo gracias a la capacidad de persuadir hacia las masas, su capacidad de evolucionar las tecnologías y el factor globalizador en el que se eliminan los límites de tiempo-espacio. (Gutiérrez, Rodríguez, & Camino Gallego, 2010)

Aunque esa premisa tiene algunos matices dado que los diferentes medios de comunicación tradicionales como: la televisión, la radio y la prensa actualmente afrontan un proceso transformacional, mientras va avanzando la tercera ola, los medios de comunicación se ven obligados a entrar en ella. (Toffler, 1980) De tal manera que, los medios tradicionales pierden su vigencia al convertirse en espacios obsoletos, simplemente por manejar un canal de una sola vía que limita a las audiencias únicamente a recibir información.

Por otro lado, los medios de comunicación impresos, se caracterizaban por cuatro aspectos que configuraban su identidad, las cuales eran: periodicidad, universalidad, actualidad y accesibilidad. No obstante, la migración a entornos virtuales propició el desarrollo de un periodismo digital en red. Este presentó características nuevas y específicas como la versatilidad y la multiplicidad. (Caminos, Marín, & Armentia, 2007)

El proceso transicional de los medios análogos hacia medios digitales obligó a los profesionales en comunicación que incursionen y experimenten nuevos caminos que promuevan la comunicación y participación mutua entre las personas y los comunicadores. Es decir, mediante instrumentos tecnológicos compuestos por plataformas digitales o redes sociales en comunidades virtuales. De tal manera que, uno de los espacios de experimentación que generan grandes expectativas para la generación de contenido digital desde el ámbito del periodismo digital es Twitch, la red social que compite con otros espacios intangibles para ganar la atención absoluta de creadores y consumidores de contenido.

Esta innovación tecnológica parte de que las nuevas tecnologías han propuesto nuevas formas que llaman la atención de los seguidores porque son temas que se abordan de una forma limitada. (Hoyos Criollo, 2022)

En ese sentido, la versatilidad en la producción de contenidos, comprendida desde la afirmación Casasús (2005): al ser un elemento característico del periodismo digital porque no se limita a una función comunicativa, tiene un sentido multifuncional para ofrecer información, entretenimiento y publicidad. Esto se resume en un concepto que innova y converge en el imaginario del denominado periodismo de Servicios. (Caminos, Marín, y Armentia, 2007). Por consecuencia, se debe añadir a la versatilidad, como la capacidad rápida de adaptación entre el oficio del periodismo, la especialización del periodismo digital y las prestaciones de la plataforma Twitch, en donde, la transversalidad reúne las características de otros entornos capaces de acoplarse de manera óptima en el campo comunicativo.

De modo que, el camino que vincula el periodismo con Twitch parte de la generación de donde muchos de los contenidos mezclan la información y el entretenimiento como los instantes que se vivió en la pandemia (Olivares & Méndez, 2022).

Además, es relevante indicar que Twitch, se caracteriza por ser una plataforma de *live streaming* (transmisión en tiempo real). Este atributo lo convierte en el claro ejemplo del “nuevo paradigma de producción y consumo de contenidos en directo” (Herrera, 2022, p. 7). Se lo considera así, por los datos que proporciona esta plataforma, actualmente cuenta con millones de visitas y así como millones de espectadores. (Queiruga, 2022). Esto promueve a que el auge masivo de usuarios responda a la inmediatez y a la capacidad de elegir los contenidos que se van a consumir.

La afluencia masiva de usuarios en Twitch, responde a la posibilidad de convertirse en creadores de contenido audiovisual en directo. Lo cual encaja con esta nueva perspectiva que se ve marcada por el desarrollo tecnológico (Casells, 2021). Como resultado estos entornos digitales evidencian la capacidad de versatilidad de interacción contenido-usuarios que existe en las comunidades virtuales.

Por lo tanto, Twitch al ser una red social de tipo horizontal, no se limita a una temática exclusiva, motivo por el cual, sus contenidos se pueden fragmentar para distintos tipos de usuarios. Además las redes sociales pueden replicar la función de un medio de comunicación de informar, comunicar y entretener. (Étece, 2021, párrafo. 4). Esas características propias de las redes sociales ubican al mismo tiempo a sus audiencias en un nuevo escenario masivo y personalizado. Esto aplica también para Twitch, porque el usuario deja de ser un consumidor y sus posibilidades de participar en un entorno dinámico lo llevan hacia un nivel más alto, convirtiéndose en “prosumidor” para la generación de contenido propio (McLuhan & Nevitt, 1972).

El término prosumidor cobró fuerza cuando los individuos encontraron en las plataformas digitales la posibilidad de consumir y producir información en comparación con los medios tradicionales. Los prosumidores son capaces de generar información al punto de dar a conocer otras perspectivas (Jordán, Arias, & Samaniego, 2017). Siendo este conjunto de usuarios un bloque articulado que se mueve en los diversos ambientes de la web 2.0, aportando en gran medida a la comunicación digital (Islas, 2008).

En Twitch, los individuos que se vinculan a esta plataforma pueden convertirse en *streamers*, siempre y cuando estos prosumidores, generen contenido propio para la plataforma como: jugar videojuegos, reaccionar frente a videos de terceros, hacer reseñas de productos o conversar en vivo durante horas con sus seguidores. De esta manera se promueven dinámicas de interacción con su comunidad. Desde el momento en el que los usuarios espectadores reaccionan al contenido emitido en vivo a través de comentarios durante la sesión en vivo del *streamer* o en algunos casos llegan a donar cierta cantidad de dinero.

Por otra parte, es relevante destacar el concepto de *self*, que presenta la ambivalencia entre ser sujeto y objeto (Rizo, 2004), en el sentido de la investigación alude al ser creador y ser usuario. Pese a estar en un entorno virtual se entra en contacto con otro que es diferente, salvo que eso no presenta limitaciones en el proceso social de gestionar una reflexión en el “yo” para interactuar con el otro. Porque Twitch permite que se ponga en muestra la importancia de la comunicación, conociendo el significado original que es la puesta en común, el diálogo y la comunión (Rizo, 2004).

Adicionalmente, los creadores de contenido/*streamers* son tan importantes como los usuarios para la plataforma, porque los contenidos audiovisuales que se encuentran allí poseen características de identidad y significación. Pues al mismo tiempo reflejan la esencia de cada creador, teniendo en cuenta que se genera un nexo emocional con los usuarios. Por ejemplo, en la mayor parte de situaciones se transmite contenido sobre un mismo videojuego, situación en

la cual el creador y su comunidad determinan si ese contenido realmente vale la pena. Así lo mencionan Rodríguez & Cercato (2020), cada creador de contenido es un emisor de la plataforma en la que se ubica. Por ello se debe construir una identidad para ser reconocido por los demás usuarios que son los encargados de construir una comunidad.

En el proceso de construcción de identidad se destaca: la manera de hablar, expresar y transmitir ideas que posee cada creador de contenido/*streamer*. Al establecer una comunidad se crean jergas lingüísticas que permiten el entendimiento entre usuarios y creadores de contenido. Ese entendimiento es propio de la transmisión en vivo, en donde la comunicación bidireccional establece hilos conductorios que configuran nuevos códigos de comunicación que en el caso del *off stream*, no es posible por la ausencia de los actores emisor-receptor y viceversa.

Por ende, es fundamental tener claro que la fluidez va ligada al concepto de generación de contenido. Los entornos digitales de la red presentan un nuevo esquema en los contenidos digitales abiertos, porque estos permiten a los seguidores la combinación, selección, registro, entre otras (García & Gertrudix, 2011). En Twitch prima la transmisión en tiempo real, lo que permite tener un proceso de retroalimentación directo entre cada creador y su comunidad mediante una conversación en tiempo real con el usuario.

En el caso de no poder generar emisiones en vivo por problemas técnicos o inconvenientes de otra índole, existen otros mecanismos para que los *streamer* se relacionen con su público. François (2021) indica que existen otras plataformas complementarias como Discord, dentro de ella comparten memes, sorteos, canales de chat y otras actividades del canal. Esto puede reflejar la interacción de la comunidad en sí, a diferencia de los medios de comunicación donde la forma de comunicar es vertical ocasionando que las audiencias no se sientan parte de la dinámica de interacción que acontece.

Ante ello, Twitch destaca porque se configura como un método de construcción de la sociedad a la información que está en la red. (García y Gertrudix, 2011); presentan una nueva perspectiva cultural en torno a la creación e intercambio de pensamiento entre usuarios. Esto puede ser desde la perspectiva de los creadores de contenidos o consumidores. A pesar de que cada día se lanzan nuevos espacios digitales, sin embargo, la plataforma no pierde importancia por el elevado grado de interacción entre usuarios. Todos estos cambios que se dan dentro de la comunicación son retos constantes debido a que todos los días existen o sea crean nuevos espacios de interacción que se usan como una aplicación para difundir contenidos y técnicas que se pueden dar a conocer a un número de público más grande y así conseguir réditos económicos. Estos desafíos son necesarios para el desarrollo eficaz de los espacios digitales. (Paredes 2021)

Por tanto, Twitch compite con diferentes tipos de plataformas y también con los medios de comunicación tradicionales desde la arista del periodismo especializado. (Pastor, 2021). Aquello, por la capacidad que presenta para abordar diversas temáticas y su ecosistema de integración y participación para crear comunidades digitales que configuran esferas sociales.

Todo esto llevó a formular la interrogante sobre la cual rige esta investigación: ¿Por qué Twitch es una plataforma con versatilidad comunicacional para la producción de contenidos audiovisuales que generan interés en las comunidades virtuales? En donde, la hipótesis planteada sostiene que Twitch fue concebida como una red social que le permite adaptarse a diversas temáticas y flujos de trabajo con el objetivo de alcanzar a todo tipo de usuarios para que consuman contenidos en *live streaming*, acoplando la función comunicativa característica de los medios de comunicación tradicionales, lo cual ha permitido la generación de nuevos espacios de trabajo independiente para comunicadores.

Como consecuencia de ello, es relevante demostrar la versatilidad comunicacional que tiene Twitch en la producción de contenidos audiovisuales, desde comunicadores

independientes que pretenden fusionar el entretenimiento con la información y el recibimiento que tendría en sus audiencias, mediante la identificación de las características del ecosistema de la plataforma y la explicación de las dinámicas de interrelación entre la difusión de los contenidos y la recepción que tienen las comunidades virtuales sobre los productos audiovisuales, además de determinar las condiciones para monetizar la exposición del contenido.

METODOLOGÍA

La investigación se desarrolló desde un paradigma interpretativo-descriptivo porque los hechos se analizan desde los intereses, deseos, expectativas, motivos, concepción del mundo y el sistema ideológico, no se pueden analizar de manera neutral sino de forma subjetiva. Por otro lado, el paradigma descriptivo se basaba en detallar las características del fenómeno estudiado (Miranda & Ortiz, 2021).

Adicional, la investigación estuvo guiada por el tipo de investigación descriptiva donde la investigación cualitativa da cualidades o características como descripción y de esta forma enlaza las relaciones en la construcción del conocimiento (Lima, 2019). Por ende, en la presente investigación se realizó una descripción del punto de vista de la población de estudio acerca de la evolución de Twitch como una plataforma de comunicación independiente, y como esta plataforma se diferencia de otras plataformas de *streaming* como Youtube y Facebook *gaming*.

Además, se aplicó un enfoque mixto, el cual emplea un planteamiento del problema contundente y una combinación de enfoques cualitativo y cuantitativo porque se utilizaron fuentes de investigación numéricas y también literarias para cumplir con los objetivos del estudio (Baptista, Fernández, & Hernández, 2014). En esta investigación se empleó el enfoque mixto, al utilizar datos cuantitativos como aquellos obtenidos de las encuestas y datos cualitativos como aquellos datos informativos obtenidos de la entrevista y las diversas fuentes bibliográficas.

En la investigación no experimental, los fenómenos o acontecimientos se observan en su contexto natural y luego se analizan. Se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador. Además, fue del tipo transversal porque esta clase de investigación observacional examina datos de variables sobre una población muestra o subgrupo predeterminado en un periodo de tiempo. (Baptista, Fernández, & Hernández, 2014). En la presente investigación se analizó el comportamiento de

los usuarios en Twitch y se recabó información acerca de esta plataforma, sin realizar una manipulación de los datos obtenidos. Considerando que todos estos datos fueron recogidos durante el mismo periodo de tiempo, es decir el año 2023.

Se emplearon tres instrumentos de investigación para recabar la información acerca de la evolución de Twitch como una plataforma de comunicación independiente, entre ellos: encuestas estructuradas a 300 usuarios, entrevistas a un especialista en redes sociales y un usuario en Twitch, y una observación no participativa de la interfaz de Twitch. A continuación se detallarán cada una de ellas.

Observación no participante

La observación no participativa se caracteriza por realizar un estudio de la sustancia u objeto de análisis pero se realiza sin participación en el mismo. De esta forma, al no existir una participación activa en el sujeto de investigación, el investigador no puede cambiar su naturaleza por la simple investigación, y el sujeto de investigación puede ser observado en su estado natural, por lo que se requiere la máxima objetividad posible (Riba, 2022).

El investigador decide primero qué tipo de comportamientos son importantes para estudiar y que también puedan observarse de manera ética y realista. Es posible realizar observaciones de varias maneras. Puede ser continuo a lo largo de un período de tiempo (por ejemplo, una hora), regularmente por períodos de tiempo más cortos o si se utiliza una racha aleatoria. En la observación, no solo debe anotarse lo que sucedió o se dijo, sino también si un comportamiento determinado no ocurrió durante la observación.

Por otro lado, en esta investigación se realizó una observación de la plataforma Twitch para analizar su interfaz, la manera en que interactúan los usuarios, chats, escenografías de los usuarios, tipo de contenido, dinero invertido por los usuarios e incluso los auspicios.

Encuestas

Las encuestas son una investigación que se lleva a cabo sobre una muestra representativa de un colectivo más amplio y se realiza en el contexto de la vida cotidiana, empleando procedimientos estandarizados para interrogar a los encuestados, con el objetivo de adquirir mediciones cuantitativas de una amplia gama de características objetivas y subjetivas de la población (Chiner, 2018).

En esta investigación se aplicaron unas encuestas con preguntas cerradas para 300 usuarios de la plataforma Twitch seleccionados mediante un muestreo aleatorio no probabilístico. Este tipo de muestreo consiste en escoger de manera aleatoria a una determinada cantidad de elementos de la población de estudio, donde la muestra estará conformada por los elementos a los cuáles se tiene mayor acceso o existe una mayor disponibilidad de personas (Baptista et al., 2014). Por ello, en este estudio se escogieron por conveniencia a los 300 usuarios que formaron parte de la muestra

Los lineamientos de la encuesta fueron conocer el tiempo que pasan los usuarios en la plataforma de Twitch, el tipo de contenido que consumen, si donan dinero a un creador de contenido/*streamer* y como consideran la interfaz y dinámica de la plataforma. La encuesta se aplicó en Google Forms y fue difundida en grupos de Telegram y Discord. Las encuestas de muestra o también llamadas muestras dirigidas o intencionales, la opción de los elementos no depende de las probabilidades si no también de las circunstancias que permiten el muestreo, el acceso o la disponibilidad, estos son seleccionados con mecanismos informales y no aseguran la total representación de la población. (Scharager 2001)

Entrevistas

Las entrevistas son una técnica de recopilación de información que tiene valor como parte de los procesos de investigación. El propósito es obtener información oral y personalizada sobre eventos, experiencias y opiniones de personas. Cabe mencionar que en la investigación

se empleará una entrevista estructurada que establece un plan de entrevista fijo y secuencial en función de la información deseada. El entrevistador sigue el orden establecido y las preguntas tienen la intención de ser respondidas brevemente. El entrevistado debe ajustarse a esta ruta previamente establecida (Baptista et al., 2014).

En este estudio, se realizaron dos entrevistas a profundidad, las cuales son una técnica de acceso a información sobre un tema específico y sirven para contrastar dicha información con datos obtenidos por medio de otras fuentes. Estas entrevistas se realizaron a un especialista en redes sociales, Ricardo Arias Coral, quien proporcionó apertura para conocer su percepción sobre el uso de la plataforma Twitch referente al periodismo, la comunicación y su capacidad de adaptación. Por otro lado, la segunda entrevista se realizó al usuario de Twitch Pablo Luna, gracias a la cual se busca identificar las características del ecosistema de Twitch para generar contenidos independientes.

RESULTADOS

Resultados de la encuesta

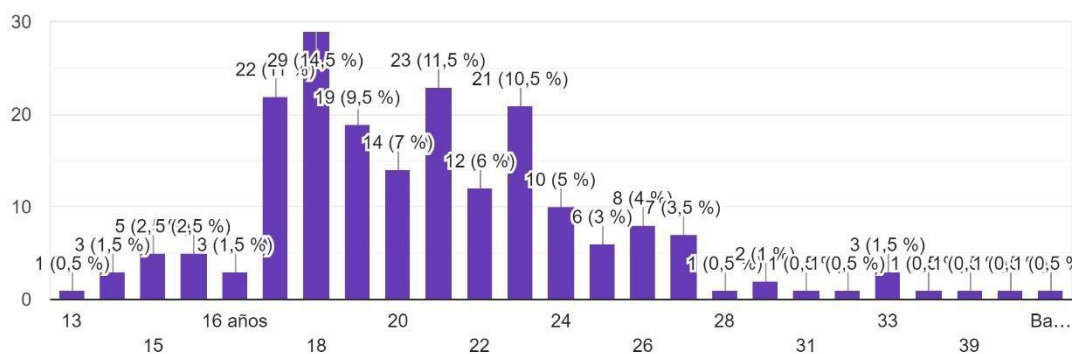
Mediante la encuesta se obtuvieron los siguientes datos, junto con un análisis de las entrevistas realizadas estos son los resultados:

Pregunta 1

En esta figura se pudo observar que la mayor cantidad de espectadores de la plataforma de Twitch son jóvenes de entre 18 a 24 años de edad. Posiblemente, la plataforma fue más atractiva para los jóvenes por el contenido que ésta tiene y la facilidad de accesibilidad que ofrece (Encalada, 2020). Uno de los últimos porcentajes del gráfico nos indicó que la plataforma también es conocida por personas de 27 a 39 años de edad, evidenciando la existencia de la plataforma desde hace varios años atrás.

Figura 1

Pregunta 1



Fuente: Elaboración propia, Simbaña y Baca, 2023

Pregunta 2

Según la figura número dos, los usuarios conocieron esta plataforma por tendencia, ya que inicialmente la plataforma transmitía contenido relacionado con videojuegos pero posteriormente se abrió campo a otro tipo de temas como arte, trabajo, ejercicio y otros; generando así que este contenido sea compartido en otras plataformas de interés por los jóvenes como Instagram o Tik Tok (Tirado, 2021).

Figura 2

Pregunta 2



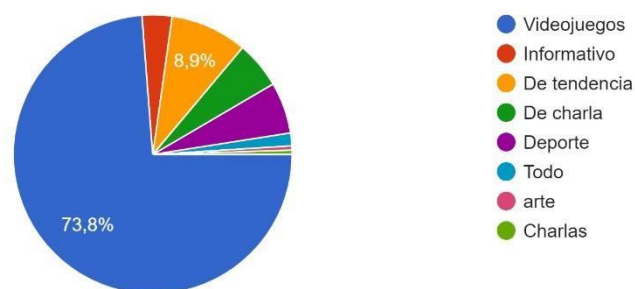
Fuente: Elaboración propia, Simbaña y Baca, 2023

Pregunta 3

En el tercer gráfico se preguntó cuáles son los tipos de contenido que consumen en la plataforma de Twitch. El porcentaje mayor fue de 73.8%, con la opción del contenido de video juegos. Por ello, se considera que la tendencia de videojuegos es común entre los jóvenes (R.Arias, comunicación personal, 30 de junio de 2023). Además, el segundo porcentaje más alto de 8.9 refiere que los tipos de contenido que utilizaron estaban relacionados con las tendencias en la plataforma; lo cual demuestra que es muy fácil que los jóvenes se sientan atraídos por Twitch, ya que el contenido que ofrece es vanguardista, entretenido e informativo y cumple con sus expectativas (P.Luna, comunicación personal, 27 de junio de 2023).

Figura 3

Pregunta 3



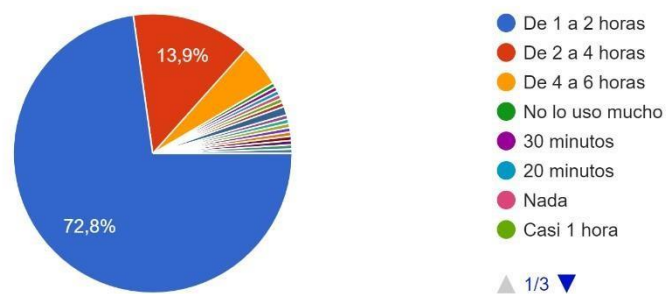
Fuente: Elaboración propia, Simbaña y Baca, 2023

Pregunta 4

En la figura número 4 se preguntó la cantidad aproximada de horas que los usuarios permanecen conectados en la plataforma Twitch. El 72.8%, manifestaron que su tiempo de permanencia oscila entre 1 a 2 horas. En muchos casos depende de la duración de emisión de contenido por parte del *streamer* y del tiempo disponible de los usuarios para observar el contenido. De hecho, ciertos usuarios suelen conectarse después de cumplir con sus tareas diarias para visualizar las tendencias. Además, el 13.9% manifestó que por lo general destinan entre 2 a 4 horas promedio en el día, siempre y cuando el contenido sea de interés general. Este porcentaje puede ser considerado un hábito de consumo dentro de la rutina diaria de los usuarios.

Figura 4

Pregunta 4



Fuente: Elaboración propia, Simbaña y Baca, 2023

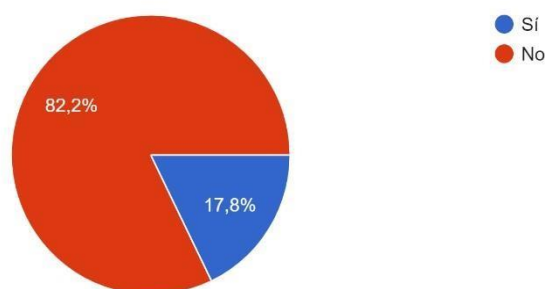
Pregunta 5

La pregunta correspondiente a la figura 5 se refiere, a si los encuestados cuentan con un tipo de suscripción de pago en algún canal de la plataforma Twitch. Cabe mencionar que una suscripción permite a los seguidores apoyar al *streamer* de forma voluntaria y obtener acceso a emoticones de uso global y personalizado, los cuales se pueden usar en toda la plataforma de

Twitch. Además, se incluyen emblemas de suscriptor o el libre acceso al contenido sin ningún tipo de interrupción por anuncios publicitarios (P. Luna, comunicación personal, 27 de junio de 2023). En base a ellos, el 82,2%, manifestaron que no están suscritos a ningún canal, no ven la necesidad de hacerlo porque pueden ver el contenido del *streamer* sin estar suscritos de manera obligatoria. En cambio, el 17.8%, indicaron que, si se encuentran suscritos en canales de su preferencia por los beneficios que se obtienen al suscribirse o simplemente por apoyar económicamente al *streamer*. Según estos resultados el obtener ingresos como *streamer* en la plataforma se ve parcialmente limitado por el grado de interés que presente el usuario frente a un canal y la generación de contenidos o recompensas especiales desarrolladas por el *streamer* (Tirado, 2021).

Figura 5

Pregunta 5



Fuente: Elaboración propia, Simbaña y Baca, 2023

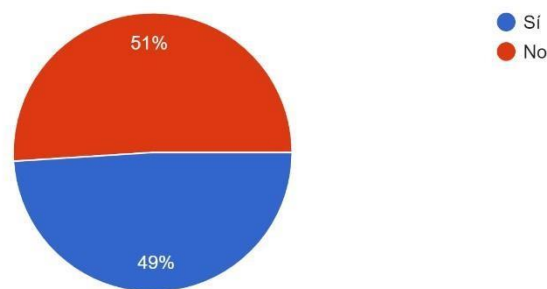
Pregunta 6

En la figura 6 se preguntó a los encuestados si pagarían por ver contenido exclusivo de un *streamer* de Twitch. El 49% sí estaría dispuesto a pagar por una suscripción para acceder a más beneficios y observar un contenido exclusivo. Es importante destacar que los seguidores deben contar con una suscripción para tener una interacción más directa con el *streamer* (P. Luna, comunicación personal, 27 de junio de 2023). Mientras que un 51% no estaría dispuesto

a pagar por estar suscrito en algún canal en Twitch, esto ocurre porque no ven la mayor diferencia entre estar suscrito o no. Para las personas entre los 22 años en adelante, no existe una necesidad de suscribirse a un canal puesto a que pueden seguir viendo el contenido sin ningún problema y sin la necesidad de aportar dinero al *streamer*; mientras que las personas con una edad inferior consideran que la experiencia con el *streamer* sería superior a cualquier valor monetario (R. Arias, comunicación personal, 30 de junio de 2023).

Figura 6

Pregunta 6



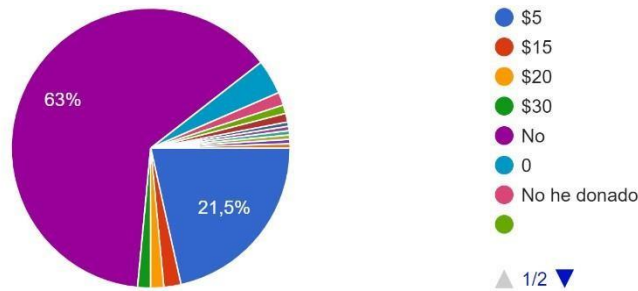
Fuente: Elaboración propia, Simbaña y Baca, 2023

Pregunta 7

En esta figura se observa que el 63% de los encuestados no donaron dinero a ningún *streamer* mediante la plataforma y el 21.5% de los encuestados confirmó que si ha donado aproximadamente \$5 al creador de contenido. Esto demuestra que los usuarios si estarían dispuestos a proporcionar dinero a los *streamers* a cambio de un contenido atrayente y exclusivo.

Figura 7

Pregunta 7



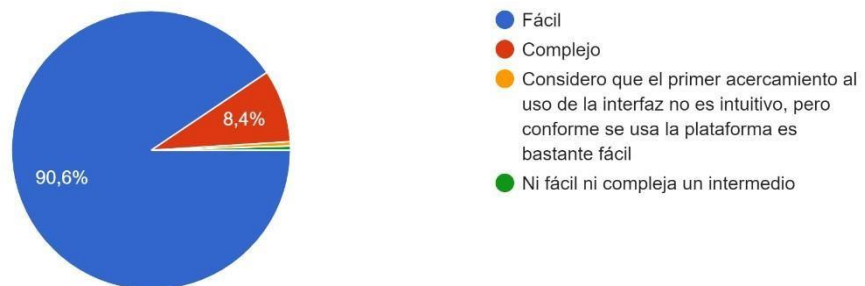
Fuente: Elaboración propia, Simbaña y Baca, 2023

Pregunta 8

En la figura número 8 se preguntó sobre el nivel de dificultad de uso de la plataforma de Twitch, en donde el 90.6% de los encuestados respondió que la plataforma es de fácil uso y acceso, mientras que el 8.4% de los encuestados manifestó que la plataforma presenta un alto nivel de complejidad de uso. De hecho (P. Luna, comunicación personal, 27 de junio de 2023) indica que la plataforma tiene una interfaz fácil, accesible y solamente se requiere de intuición para navegar.

Figura 8

Pregunta 8



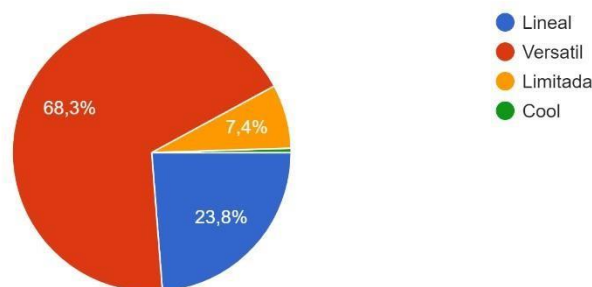
Fuente: Elaboración propia, Simbaña y Baca, 2023

Pregunta 9

En la figura número 9, el 68.3% de los encuestados argumentó que la plataforma de Twitch es versátil, es decir, se adapta a las diferentes necesidades tanto para los usuarios como para los creadores de contenido (Encalada, 2020). El 23.8% de los encuestados definió a Twitch como una plataforma lineal, por el grado de evolución constante y el 7.4% de los encuestados consideró a Twitch como una plataforma limitada, es decir que no tiene posibilidades de ampliar sus prestaciones. En fin, sin duda Twitch es una plataforma versátil, se adapta a todos los cambios necesarios para la comunidad (P. Luna, comunicación personal, 27 de junio de 2023).

Figura 9

Pregunta 9



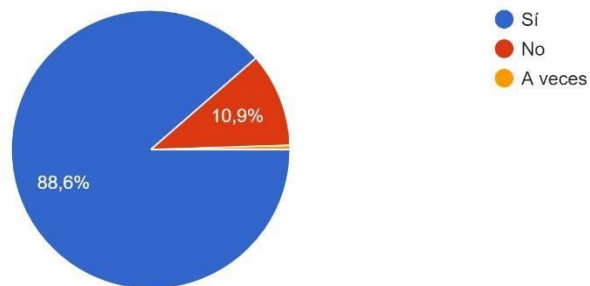
Fuente: Elaboración propia, Simbaña y Baca, 2023

Pregunta 10

En la figura número 10 se demuestra que el 88,6% de los encuestados consideró que la plataforma de Twitch si brinda una amplia variedad de contenido interesantes, mientras que el 10.9% aseveró que no existen contenidos variados e interesantes en la plataforma. A pesar de que (R. Arias, comunicación personal, 30 de junio de 2023) explica que el tipo de contenido presentado por Twitch es atractivo e interesante para los usuarios actuales.

Figura 10

Pregunta 10



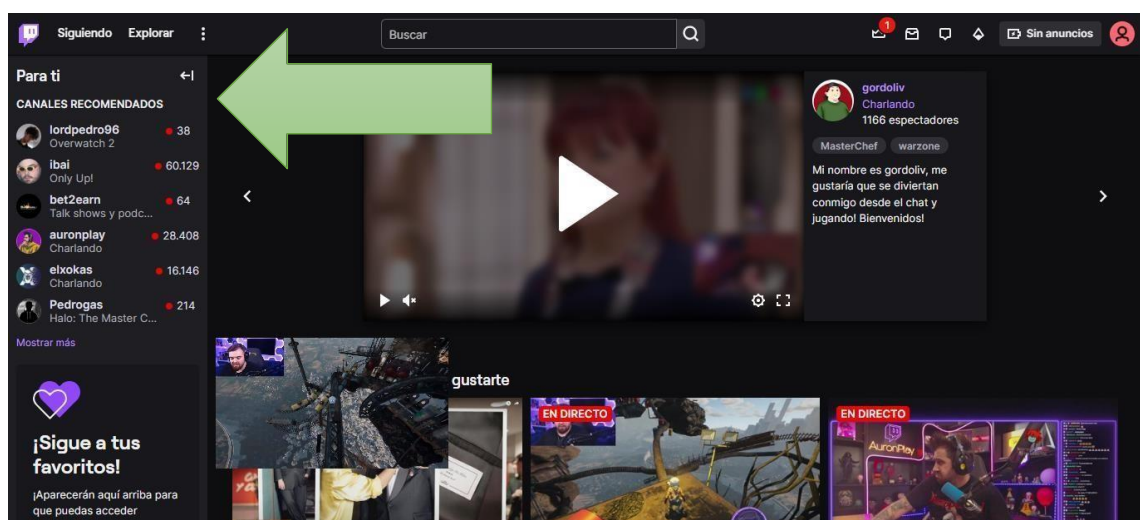
Fuente: Elaboración propia, Simbaña y Baca, 2023

Resultados de la observación

Se realizó la observación de la interfaz de Twitch en base a la ficha de observación que se encuentra en el Anexo 2 y se presentan las siguientes características observadas

Figura 11

Pantalla de inicio



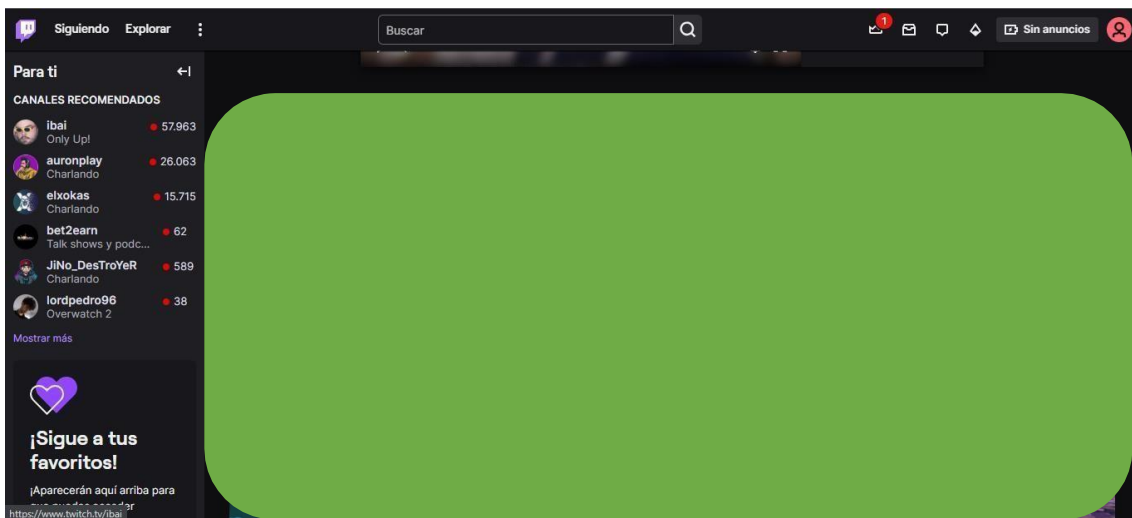
Fuente: (Twitch, 2023)

La primera impresión en la página principal de Twitch fue que es muy intuitiva y fácil de utilizar; ya que en el centro de la pantalla se hallan los principales *streamers* que se encuentran compartiendo contenido en ese momento. Como indican McLuhan & Nevitt (1972) las redes sociales ubican al mismo tiempo a sus audiencias en un nuevo escenario masivo y personalizado.

También, en el lado izquierdo de la pantalla se visualizó la lista de canales que la aplicación recomienda. Al levantar la mirada, directamente se encontraron las opciones para el inicio de sesión, perfil, registro e incluso un enlace para otras plataformas de juegos. Es decir, en primera instancia se mostraron todas las herramientas con las cuales el usuario puede interactuar

Figura 12

Categorías de contenido



Fuente: (Twitch, 2023)

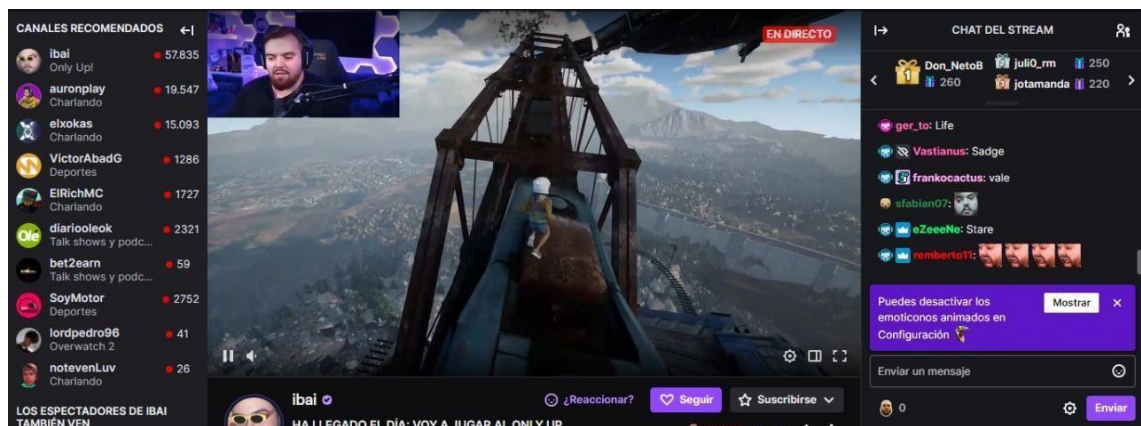
Existen varias categorías de contenido dentro de la plataforma, mismas que son presentadas en la pantalla inicial para que el usuario tenga un abanico de posibilidades al

momento de consumir el contenido audiovisual que prefiera. Si bien el contenido de videojuegos se sobrepone en cantidad a otras categorías, no es el único, dentro de estas categorías se pudieron encontrar: *just chatting* (charlando), *podcast*, política, salud y bienestar, comida y bebida entre otras.

Confirmando esta descripción con el resultado obtenido en la encuesta en la pregunta número 10 que dice que el 88.6% de los encuestados afirmó que sí, existe una gran variedad de contenido a disposición del usuario y el mismo que puede ser visto en directo o en cualquier otro momento que el público elija, puesto que se albergan dentro del perfil del *streamer*. De acuerdo a Camino et al (2010) esta información a disposición del usuario tiene un gran poder en el mundo gracias a la capacidad de persuadir hacia las masas.

Figura 13

Transmisión en vivo



Fuente: (Twitch, 2023)

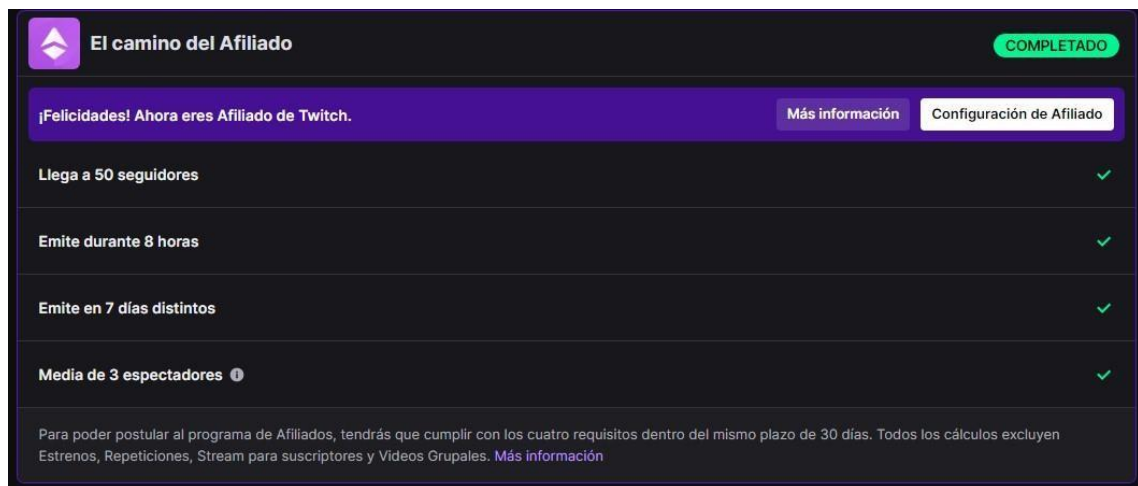
Los seguidores y los suscriptores de Twitch pueden ver las transmisiones en vivo que se emiten los *streamers* de manera gratuita. En esta figura se pudo evidenciar que el usuario dispone de varias opciones de pago a cambio de beneficios entre ellos: acceso a grupos privados, íconos exclusivos, preferencias al momento de jugar, acceso a mantener una

comunicación por medio de otras plataformas e incluso emisiones sin publicidad (Twitch tv, 2023).

En contraste con esta observación, en la pregunta número seis de la encuesta, se encontró que un 51% de los encuestados indicaron no estar de acuerdo con la aportación económica a un canal para obtener beneficios adicionales. Por ende, este sería un ingreso que los *streamers* no percibirían debido a las preferencias de este tipo de usuarios.

Figura 14

Monetización



Fuente: (Twitch, 2023)

Cabe recalcar que el *streamer* no cuenta con las funciones de monetización habilitadas desde el principio de sus actividades en Twitch, este debe obtener entre 4 o 5 logros propuestos por la plataforma para apenas desbloquear herramientas que le permitan percibir ingresos por sus transmisiones; lo cual varía según las actualizaciones que aplique la plataforma y la temporada de transmisión. Es más, García y Gertrudix (2011) indican que la plataforma presenta una nueva perspectiva cultural en torno a la creación e intercambio de pensamiento entre usuarios. En la figura 13, se mostraron los requisitos que debe cumplir el *streamer* en un

plazo de 30 días, cabe mencionar que estas son las condiciones al momento del desarrollo del presente trabajo investigativo.

Una de ellas es alcanzar 50 seguidores, dando a entender que las ganancias dependen únicamente del *streamer* y el alcance que logre. A partir del cumplimiento con todos los requisitos propuestos por parte de Twitch, el único ingreso asegurado por la plataforma es la publicidad que esta misma coloca durante una transmisión, con el limitante de que el monto a recibir por la publicidad es un porcentaje pequeño por cada visualización del anuncio.

The image shows a payment interface with the following elements:

- Pay with:** A section with three buttons: "PayPal" (blue), "amazon pay" (yellow), and "See More Methods" (grey). A link "Use Existing Payment Method" is in the top right.
- OR:** A separator line with "OR" in the center.
- Pay with Credit Card:** A section with logos for VISA, Mastercard, American Express, and Discover.
- BILLING INFORMATION:**
 - First Name:** Input field with placeholder "First Name".
 - Last Name:** Input field with placeholder "Last Name".
 - Address:** Input field with placeholder "Address".
 - Country:** Dropdown menu with "Select country" and a downward arrow.
 - City:** Input field with placeholder "City".
 - State/Province:** Input field with placeholder "State/Province".
 - Postal Code:** Input field with placeholder "Postal Code".
- CREDIT CARD INFORMATION:**
 - Credit Card Number:** Input field with placeholder "Card Number".
 - Expiry Date:** Two dropdown menus for "Month" and "Year".
 - CVV:** Input field with placeholder "CVV".
- Review Purchase:** A purple button at the bottom right.

Fuente: (Twitch, 2023)

La plataforma brinda varias opciones mediante las cuales el creador de contenido puede acceder al dinero generado por las horas de transmisión, suscriptores y donaciones, estas son limitadas por estar en su mayoría disponibles solo para Estados Unidos ya que asocia tarjetas de crédito y bancos de ese país.

PayPal es el único método de cobro que puede ser utilizado para el resto de países, ya que es una billetera virtual disponible para la mayoría de países, la misma que por brindar el

servicio cobra comisiones dependiendo la transacción. Puede ser utilizada para realizar pagos de servicios digitales como suscripciones a otras plataformas de streaming, compras en línea, pagos a diferentes entidades dependiendo si estas tienen a PayPal como método de pago.

Esta billetera virtual también hace transferencias a instituciones bancarias de varios países, el monto de comisión dependerá de la región e impuestos que se presenten al momento de la transacción.

Análisis y síntesis de las entrevistas

En la siguiente tabla número uno se pueden observar los resultados de las entrevistas realizadas a (Pablo Luna, comunicado personal, 26 de junio 2023).

Tabla 1

Resumen entrevista 1

Pregunta	Resumen
¿Verás desde cuando consumes contenido en la plataforma de twitch?	Desde hace un buen tiempo utilizo la plataforma
¿Quisiera saber cómo conociste a este streamer qué te llevó a decir voy a seguirle?	Por medio de Tiktok conocí su contenido, el cual me llevó a Twitch
¿Con qué frecuencia lo ves nos decías que llegas del trabajo y lo veías?	Pasando un día utilizo la plataforma
¿Qué te gusta de su contenido?	Porque menciona temas sociales como el racismo
¿Has donado dinero a este streamer?	Por el momento no lo he hecho
¿Tú mantienes una suscripción de pago a este canal?	Sí, porque tengo Amazon Prime que me permite utilizar Twitch Prime
¿Y hasta cuando cuándo piensas mantenerla o sea tal vez llegó un momento en que dices que lo voy a cortar o tú dices no me gusta el contenido este esta persona entonces la mantengo para apoyar?	No lo sé, pero hasta el momento no he tenido razones para cancelarla

¿Por qué te conectas a los directos de este streaming muy aparte de lo que ya nos contaste tienes algún otro motivo?	Porque me interesan los temas sociales y ahora se ha vuelto parte de mi rutina
¿Conoces algún otro streamer que vaya más o menos alineado a Diego Rosario o de momento es el único que he encontrado lo único que te ha llamado la atención?	Si he visto otros streamers pero no me han llamado tanto la atención como Diego Rosario
¿Piensa seguir consumiendo contenido en twitch a largo plazo o crees que es algo más pasajero la plataforma del momento?	Si, seguiré consumiendo el contenido de la plataforma porque se ha vuelto parte de mi rutina.

Fuente: Elaboración propia, Simbaña y Baca, 2023

En la siguiente tabla número dos se pueden observar los resultados de las entrevistas realizadas a (R. Arias, comunicación personal, 30 de junio de 2023).

Tabla 2

Resumen entrevista 2

Pregunta	Resumen
¿Cómo definiría a las plataformas de streaming?	Son un espacio virtual en el cual es posible la retransmisión y emisión continua de contenidos audiovisuales
¿Cree usted que se le puede dar uso a Twitch de manera profesional?	Si, estos espacios digitales se pueden utilizar respecto al trabajo y emplearlos de manera profesional porque se emplean como medios de comunicación, para la política, proyectos, negocios e incluso videojuegos
¿Cree usted que Twitch es una alternativa informal de empleo para los creadores de contenido?	En el caso de Twitch queda un poco ambiguo porque no se puede aplicar esas leyes de territorio en un espacio digital. Si es una alternativa de empleo, pero llamarlo informal es una categoría que no es adecuada
¿Qué opina sobre los contenidos de Twitch?	Presentan un formato que tienden a ser de larga duración, pueden ser masificados y existe un continuo flujo de información
¿Cree que Twitch puede ser una herramienta útil para profesionales de la comunicación?	Sí, efectivamente, como cualquier red social o plataforma digital, esta es una herramienta que se puede articular perfectamente al trabajo de los comunicadores. Principalmente para trabajos extensos, no para columnas de opinión

¿Qué tipo de contenido conoce de Twitch y cuál es el que más resalta para usted?	Principalmente videojuegos, aunque he podido notar que en Chile hay ciertos streamers que se enfocan en conversar con su audiencia
¿Cree usted que Twitch compite con otras plataformas de <i>streaming</i> como Youtube?	No considero que compiten porque a pesar que en Youtube también se pueden realizar en vivos, esta plataforma da la oportunidad de subir videos fuera de línea; mientras que Twitch se basa en el contenido en línea y su alcance.
¿Por qué Twitch es una red social que se encuentra en crecimiento?	No puedo asegurarlo porque sus estadísticas han disminuido en comparación con el pico que tuvieron en la pandemia, lo cual es claro debido a que los usuarios han regresado a sus actividades normales
¿Qué opina de la idea de crear contenido en Twitch?	Me parece que el contenido está un poco limitado porque hay <i>streamers</i> que solo prenden la cámara y no se toman el tiempo de analizar lo que transmiten o invertir en su contenido.

Fuente: Elaboración propia, Simbaña y Baca, 2023

Tabla 3

Comparación la información impartida por los entrevistados

Entrevistado 1	Entrevistado 2
Utiliza la plataforma para distraerse después del trabajo	Considera que la plataforma se puede utilizar de manera profesional para generar ingresos
Le gusta que la plataforma plantea temas sociales	La plataforma presenta una amplia variedad de temáticas desde sociales hasta deportivas
Nunca ha donado dinero para la plataforma	Muchos usuarios si deciden contribuir con dinero para los streamers pero siempre que el contenido sea atrayente

Relaciona la plataforma con contenido entretenido y sociable pero no la ha considerado como una herramienta profesional	Es una herramienta para profesionales pero no se puede decir que las leyes supervisan los ingresos generados por los streamers
La herramienta proporciona contenido interactivo que se convierte en parte de la rutina de los usuarios	Esta es una herramienta que se puede articular perfectamente al trabajo de los comunicadores. Principalmente para trabajos extensos, no para columnas de opinión

Fuente: *Elaboración propia, Simbaña y Baca, 2023*

En fin, de los instrumentos de investigación utilizados se puede concluir que la plataforma Twitch es principalmente utilizada por jóvenes que se sienten atraídos por el tipo de contenido que esta ofrece y la versatilidad de la plataforma. Cabe mencionar que inicialmente el contenido era de videojuegos pero con el pasar del tiempo, ofrece información relacionada con el arte, trabajo, ejercicio y otros. Hay quienes la consideran una plataforma de entretenimiento pero también puede funcionar como una herramienta de trabajo, incluso para los comunicadores sociales. Sin embargo, es necesario que los *streamers*, la empleen con una estrategia de fondo, no solo para entretener sino también para informar y beneficiar a los usuarios. Ya que, hay quienes si están dispuestos a suscribirse y contribuir con ingresos de acuerdo al contenido presentado por cada *streamer*.

CONCLUSIONES

De la presente investigación se puede concluir que Twitch si es una plataforma versátil, desde su ecosistema, contenidos y herramientas tanto para el público consumidor y usuarios creadores de contenido también llamados *streamers*. Esta herramienta ha evolucionado durante los últimos años y se ha convertido en una plataforma predilecta para los usuarios jóvenes. Cabe mencionar que la mayoría del público que dedica tiempo a Twitch asegura que las categorías a nivel de contenido son diversas y estas a su vez están expuestas en la página principal lo cual facilita la búsqueda y acceso.

En fin, en base a las encuestas se ha podido concluir que la plataforma es más atractiva para jóvenes entre 18 a 24 años de edad debido a que el contenido es presentado en tiempo real y muestran información acerca de temas en tendencia y actuales relacionados con videojuegos, comunicación, deportes, negocios, asesoría y más. Si bien, muchos usuarios pasan entre 1 a 2 horas en la plataforma, también hay quienes han transformado Twitch en parte de su vida diaria porque los mantiene informados sobre los acontecimientos del mundo. Este es un factor importante, porque demuestra que la plataforma no solo cuenta con *streamers* que proporcionan contenido de interés para los usuarios, sino que la plataforma tiene una interfaz de fácil acceso y accesibilidad para los usuarios. Esto se da, debido a que los íconos se encuentran estratégicamente ubicados para facilitar la experiencia de los usuarios.

La plataforma muestra un interfaz amigable con el público, convirtiéndose en una de las plataformas de transmisión en directo con el mayor foco de atención en los jóvenes según los resultados de la encuesta. Por ende se considera un nicho propicio para el desarrollo de productos comunicacionales al tener mayor impacto en adolescentes frente a plataformas similares de *stream* de contenidos. Por otro lado, en base a las entrevistas esta plataforma ha acaparado la atención de los usuarios pero post pandemia su crecimiento se ha visto estancado debido a que los usuarios han retomado sus antiguas actividades.

Twitch en sus inicios estaba destinada específicamente para las transmisiones de videojuegos. Con el paso del tiempo, y a medida que la plataforma sumaba usuarios y creadores se fueron implementando nuevas categorías y herramientas que permitían al público consumidor mantener una relación más directa con el creador de contenido o “*streamer*”, como por ejemplo la suscripción de pago mensual que liga al *streamer*-usuario mediante recompensas, instrumentos de fidelización para aumentar las horas de permanencia en la plataforma, convirtiendo a los usuarios en individuos cautivos dentro de la página.

Es importante mencionar que no todos los usuarios están dispuestos a contribuir económicamente porque consideran que de manera gratuita también pueden disfrutar del contenido. Por otro lado, los usuarios que se motivan a pagar, lo hacen porque tienen motivaciones como omitir la publicidad, mayor cercanía con el *streamer* o incluso para recibir recompensas.

La monetización dentro de la plataforma es un apartado importante para los creadores de contenido que presentan sus trabajos audiovisuales. En ella, es posible la generación de ingresos pero antes es fundamental que el *streamer* cumpla con una serie de requisitos; sin embargo, de acuerdo con los entrevistados, esta plataforma puede emplearse por profesionales entre ellos los del área de comunicación. Cabe recalcar que el *streamer* no cuenta con las funciones de monetización habilitadas desde el principio de sus actividades en Twitch, este debe obtener entre 4 o 5 logros propuestos por la plataforma para apenas desbloquear herramientas que le permitan percibir ingresos por sus transmisiones.

Uno de los limitantes de la plataforma al momento de percibir dicha monetización es que los métodos de cobro son limitados para creadores de contenido fuera de Estados Unidos ya que la mayoría de métodos disponibles para esta transacción están disponibles únicamente para este país, convirtiendo así a PayPal como una vía por el cual *streamers* de otra región pueden acceder al dinero generado por su trabajo. Sin embargo, esta última percibe cobros de

comisiones por transacción que pueden variar dependiendo el país de procedencia del *streamer*. Un apartado a tomar en cuenta al momento de proyectar las ganancias totales del canal.

Además, se debe mencionar que la plataforma Twitch puede convertirse en una herramienta para el desarrollo profesional de los *streamers*; pero esta premisa tiene dos sentidos, ya que existen *streamers* que cuentan con una estrategia bien definida al momento de crear contenido, ofrecer incentivos y beneficios para los usuarios, pero hay otros *streamers* que emplean la plataforma para propósitos recreativos y no siguen un formato específico o no tienen un objetivo fijo para el proceso de generación de contenido. Por otro lado, al considerarlo como una herramienta profesional, se debe indicar que los ingresos de estas redes sociales no se encuentran controlados ni regularizados en el mercado, por ende, no podría decirse que son una fuente de empleo adecuado ni un medio de trabajo oficial para los *streamers*.

De hecho, de la entrevista se pudo recabar que para considerar como medio de trabajo a la plataforma Twitch, hay cuestiones de publicidad y alcance que tiene cada *streamer* que podrían definirla como una fuente de ingresos; pero por tratarse de una transmisión en vivo, no queda nada en concreto y cualquier publicidad empleada es fugaz y no se mantiene en la mente de los posibles consumidores; entonces podría resultar difícil para una marca trabajar con los *streamers*. Esto ocurre principalmente porque esta es la sociedad del snack donde todos los usuarios consumen, consumen y posteriormente desechan el contenido que adquieren, pero en Twitch la idea a considerar es que si realmente el creador de contenido no tiene un impacto en su comunidad entonces su contenido no trascenderá en el tiempo y no generará los ingresos suficientes en base a las condiciones aplicadas por la plataforma.

Ya que el hecho de que lo consumido es temporal y no perdura en el tiempo, entonces es probable que su contenido no pueda impactar en cómo su audiencia lo percibe, recoge la realidad y si pueden influir en el posible consumo que tendrían estos usuarios. Por esa razón,

es difícil que una marca o una empresa consideren invertir en el largo plazo, en los *streamers*, ya que su representación podría ser efímera.

También, si se analiza su influencia para los profesionales de comunicación, se puede plantear que para un reportaje, esta herramienta sería adecuada porque los reportajes son extensos y las personas si estarían dispuestas a mantener su atención en este tipo de contenido pero cuando se trata de formatos cortos como opiniones, entonces la plataforma no sería adecuada para que un comunicador desarrolle su trabajo.

La plataforma es versátil porque permite compartir contenido y monetizarlo, es decir, el *streamer* no solo tiene la posibilidad de compartir sus ideas y conocimientos por medio de esta plataforma sino también de percibir ingresos por ese contenido presentado, a través de los beneficios que este ofrezca a los clientes por medio de las suscripciones.

Por otro lado, la versatilidad también está presente para los clientes quienes no solo pueden visualizar el contenido compartido por estos *streamers* sino que al interactuar con los mismos, reciben insignias o reconocimientos durante las transmisiones en vivo. Además, si deciden tener una suscripción podrán acceder a contenido exclusivo que los haga sentirse más cercanos al *streamer*.

Por ende, se acepta la hipótesis presentada que indica que la plataforma Twitch es una herramienta versátil para la creación de contenido y que dicha versatilidad se ha vuelto atrayente principalmente para los jóvenes.

En fin, la plataforma de Twitch sí se puede considerar como un nicho de contenidos independientes que brinda espacios de interrelación *creador-usuario*; así como la posibilidad de generar ingresos y recibir incentivos para los diversos miembros de las comunidades. Por ello, es una plataforma que se encuentra en auge y tiene aceptación entre usuarios de diversas edades.

REFERENCIAS

- Arias, R. Comunicación personal, 4 de julio de 2023.
- Caminos, J. M., Marín, F., & Armentia, J. I. (2007). Elementos definitorios del periodismo digital. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 317 - 336.
- Casells, C. (2021). *Twitch.tv, un nuevo paradigma en la comunicación y el entretenimiento en Internet*. Gandia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Casells, C. (2021). *Twitch.tv, un nuevo paradigma en la comunicación y el entretenimiento en Internet*. Gandia: UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR DE GANDIA.
- Chiner, E. (2018). *Investigación descriptiva mediante encuestas*. RUA. Cuartero, A., & Gutiérrez Lozano, J. F. (2020). El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil. *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación*, 159 - 175.
- Encalada, C. (10 de Julio de 2020). Twitch, una plataforma de comunidad y nueva forma laboral. *El Universo*.
- Espinoza Mendoza, S. K., & Escobar Sanchez, M. E. (2021). *La Adaptación de la radio tradicional al entorno digital: Caso Radio Pública UTMACH*. Machala: UTMACH.
- Flores Pacheco, A. L., Galicia Segura, G., & Sánchez Vanderkast, E. (2007). Una Aproximación a la Sociedad de la Información y del Conocimiento. *REMO*, 19 - 28.
- Fontana, I. C. (26 de 05 de 2015). *CRIMIPEDIA* . Obtenido de Interaccionismo Simbólico : <https://crimipedia.umh.es/topics/interaccionismo-simbolico/>
- François, C. G. (2021). Las Comunidades de Twitch: La interacción dentro del streaming como futuro digital en plataformas.
- García, F., & Gertrudix, M. (2011). Naturaleza y características de los servicios. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 125 - 138.
- Gil, X. L. (2005). TECNOLOGÍAS, REDES Y COMUNICACIÓN INTERPERSONAL. EFECTOS EN LAS FORMAS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL. *ANALES DE DOCUMENTACION*.
- Guilló, M., & Mancebo, J. (2017). Comunicación y participación online: la evolución de los procesos participativos en entornos virtuales. *Miguel Hernández Communication Journal*, 413 - 434.
- Gutiérrez, B., Rodríguez, M. I., & Camino Gallego, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento* , 268 - 285.

- Gutiérrez, B., Rodríguez, M. I., & Camino Gallego, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, 268 - 285.
- Hernández Sampieri, R. (2010). *Los métodos mixtos*. Mexico: Printed in Mexico.
- Herrera Fernández, F. (2022). *Análisis de redes sociales en Twitch*. Valencia: etsinf.
- Hoyos Criollo, I. M. (2022). Rol del Periodismo Independiente en el crecimiento de los medios de comunicación digitales.
- Iño Daza, W. G. (2018). Investigación educativa desde un enfoque cualitativo: la historia oral como método. *Voces de la educación*, 93 - 110.
- Islas, J. O. (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra Clave*, 29 - 39.
- Jordán, D., Arias, C., & Samaniego, G. (2017). La participación del prosumidor en la nueva era de la comunicación. *INNOVA*, 179 - 185.
- Nieto, N. E. (2018). *Tipos de Investigación*. Santo Domingo de Guzmán: Universidad Santo Domingo de Guzmán.
- Lima, R. C. (2019). EL PARADIGMA INTERPRETATIVO EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: *Revista de Crítica Livre*.
- Luna, P. (comunicación personal, 26 de junio de 2023)
- Majuelos, I. M., & Olivares García, F. J. (2022). Periodistas y comunicadores en Twitch: medios más allá de las redes sociales. *Análisi*, 45 - 61.
- McLuhan, M., & Nevitt, B. (1972). *Take today; the executive as dropout*. EE.UU: Harcourt Brace Jovanovich.
- Melero Aguilar, N. (2011). El paradigma crítico y los aportes de la investigación acción participativa en la transformación de la realidad social: un análisis desde las ciencias sociales. *Cuestiones Pedagógicas*, 339 - 355.
- Miranda, S., & Ortiz, J. (2021). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(21), 3-18.
- Monje Álvarez, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica*. Neiva: Programa de comunicación social y periodismo.

- Navarro , M., & Vázquez, T. (2020). El consumo audiovisual de la Generación Z. El predominio del vídeo online sobre la televisión tradicional. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 10-30.
- Olivares, F., & Méndez, I. (2022). Periodistas y comunicadores en Twitch: medios más. *Universidad de Sevilla*, 45-61.
- Paredes, J. F. (2021). *Responsabilidades deontológicas en medios digitales ecuatorianos: La Posta 2019*. Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.
- Paspuel, J. F. (2021). *Responsabilidades deontológicas en medios digitales ecuatorianos: La Posta 2019*. Quito: FLACSO Ecuador.
- Pastor, C. F. (2021). *Twitch como soporte para el periodismo ciudadano*. Univeristarias Miguel Hernandez .
- Pérez Zúñiga, R., Mercado Lozano, P., Martínez García, M., Mena Hernández, E., & Partida Ibarra, J. Á. (2018). La sociedad del conocimiento y la sociedad de la información como la piedra angular en la innovación tecnológica educativa. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo (Ride)*, 847 - 870.
- Pérez, T. A. (2012). Marshall McLuhan, las redes sociales y la Aldea Global. *Revista Educación y Tecnología*.
- Queiruga, S. (14 de julio de 2022). *Marketing4ecommerce*. Obtenido de Qué es y cómo funciona Twitch: secretos de la plataforma de streaming de referencia para gamers (y no gamers): <https://marketing4ecommerce.net/que-es-y-como-funciona-twitch/>
- Rizo, M. (2004). El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. *Portal de la Comunicación*.
- Rodríguez, S. , & Cercato, M. G. (2020). Consumos juveniles durante el ASPO: análisis de usos.
- Rottman, D. (30 de Enero de 2023). *Periodismo.com*. Obtenido de periodismo.com: <https://www.periodismo.com/2023/01/30/de-los-videojuegos-al-periodismo-lasventajas-de-twitch-para-los-periodistas/>
- Sánchez Lara, C. M. (2021). *El Auge de las Plataformas*. Departamento: Periodismo y Nuevos Medios.
- Sánchez, A. B., & Salvador, C. C. (2010). Los entornos virtuales como espacios de enseñanza y aprendizaje. Una perspectiva psicoeducativa para su caracterización y análisis. *SciELO*.
- Tirado, H. (2021). *Twitch: análisis de tendencias y de los streamers más populares en España*. Universitat Jaume I. Toffler, A. (1980). *La Tercera Ola*. Bogotá: Primer Colombiana.
- Twitch. (2023). *Twitch*. Obtenido de <https://www.twitch.tv/>

Twitch tv. (2023). *Twitch tv*. Obtenido de <https://help.twitch.tv/s/article/how-to-subscribe?language=es#:~:text=Algunas%20de%20las%20ventajas%20para,activar%20o%20no%2C%20como%20la>

ANEXOS

Preguntas de la encuesta

1. ¿Cuántos años tienes?
2. ¿Cómo conociste la plataforma de Twitch?
3. ¿Cuáles son los tipos de contenido que consumes en Twitch?

Videojuegos

Informativo

De tendencia

De charla

Deporte

Todo

Arte

Charlas

4. ¿Cuántas horas diarias pasas conectado en la plataforma de Twitch?

De 1 a 2 horas

De 2 a 4 horas

De 4 a 6 joras

No lo uso mucho

30 minutos

20 minutos

Nada

Casi 1 hora

5. ¿Cuentas con alguna suscripción de pago en algún canal de Twitch?

Si

No

6. ¿Pagarías por ver contenido exclusivo de un streamer específico en Twitch?

Si

No

7. ¿Has donado dinero mediante la plataforma de Twitch a algún creador de contenido a cambio de una recompensa relacionada a la interacción con el streamer?

8. El uso de la plataforma Twitch es:

Fácil

Complejo

Considero que el primer acercamiento al uso de la interfaz no es intuitivo, pero conforme se usa la plataforma es bastante fácil

9. Ni fácil ni compleja, un intermedio¿Cómo definirías la plataforma de Twitch?

Lineal

Versátil

Limitada

Cool

10. ¿Crees que Twitch brinda al usuario una amplia variedad en su contenido?

Si

No

A veces

Ficha de observación

Objetivo	Observación de la interfaz de Twitch	
Fecha		
Lugar		
Tema		
Elementos de observación	Descripción	Reflexión
Línea gráfica		
Facilidad de la interfaz		
Accesibilidad de la interfaz		
Transmisión en vivo		
Auspicios		
Gift		
Tienda		
Donativos		
Efectos especiales		

Respuestas de la entrevista

Transcripción de la entrevista al seguidor de streamer Pablo Luna

Hola qué tal buenas noches nos encontramos con Pablo Luna ingeniero en redes y telecomunicaciones nos ha comentado Pablo que es fiel seguidor de un personaje que estamos analizando él o plataforma de twitch para nuestro trabajo de titulación entonces vamos a hacerle varias preguntas personaje en cuestión y a Diego Ruzzari es creador de contenido en varias plataformas Instagram y también como ya lo veníamos diciendo en twitch entonces Pablo ¿cómo estás cómo estás?

Qué tal mucho gusto

¿Verás desde cuando consumes contenido en la plataforma de twitch?

La verdad tiempo exacto exacto no sabría decirte pero sí lleva un buen tiempo consumiendo el contenido de la plataforma actualmente un poco más de de Diego Ruzzarin más por los temas que menciona lo que considero yo que es algo fundamental no lo que más he venido viendo es acerca de noticias que a veces llego del trabajo y lo pongo un rato ahí para escuchar lo que dice o del extraña anterior cosas que me faltaron y es bastante interesante bastante interesante las cosas que menciona.

Sí sí me me me fijé bastante que trataba temas eh noticiosos política filosofía y es es muy interesante entonces

Quisiera saber cómo conociste a este streamer qué te llevó a decir voy a seguirle

Claro lo que ahorita más está en auge como ya sabes es tik tok entonces puede por medio de su plataforma en la que le conocí estaba viendo sus videos era muy muy llamativo el contenido que quedaba esto me llevó a la plataforma de twitch donde el varias veces mencionaba a su canal ahí por y por top entonces obviamente me redirigí para ella para ver si los cortos que él mencionaba en tik tok eran más a fondo en sus streams en twitch.

¿Con qué frecuencia lo ves nos decías que llegas del trabajo y lo veías?

Si hay veces que por ejemplo llego cansado y lo pongo un ratito y ya no alcanzo a terminar el stream y lo veo al día siguiente lo termino de escuchar luego en si lo queremos poner en número se podría decir que pasando un día pasando un día estoy ahí en vivo en sus streams viendo lo que lo que hacen los las noticias que da lo los temas que él intenta explicar a través del conocimiento que tiene porque la verdad es que lo que él menciona es full full full full cosas que 1 dice wow estaba como sabe tanto

Bueno ese es otra otro punto que igual te quería preguntar te nos adelantaste un poquito pero dime qué te gusta de su contenido

Hay veces que él hace los temas sociales que por ejemplo hace poco estaba viendo el tema de este jugador del De Brasil que le hicieron bullying por su color de piel sinceramente entonces sí era un tema bastante denso, yo estaba pensando que a lo mejor era un caso aislado y yo decía guau porque le tratan así no, pero en realidad él supo mencionar que es algo que se viene viendo full tiempo atrás y es un tema bastante complicado de hablar y él lo menciona también y da muy bien la información entonces ahí un poco lo que es social, tanto política no porque no soy tan apegado a la política en este en esas pues los temas de política como que me lo salto sí.

Listo verás estábamos viendo ciertos beneficios que le brinda la plataforma de twitch a los streams una de ellas son suscripciones de pago y otras son como interna opciones que te da al usuario por medio de recompensas en las cuales tú tienes que donar cierta cantidad de dinero en la plataforma le llaman bits o sea dinero entonces eso también quería hacerte mención ¿has donado dinero a este streamer?

La verdad no, hay veces en las que por ejemplo se obtienen unas pequeñas monedas no sé si son recompensas por estar viendo el stream esas moneditas de ahí si se pueden donar es son las recompensas gratuitas por así decirlo como forma de fidelización así exacto, no sé cómo se diría término el correcto pero esas utilizo de ahí lo que tengo para poder saltarme los anuncios de la plataforma porque si tiene full anuncios la plataforma de twitch es la suscripción de Amazon que se llama.

Sí claro entonces tú mantienes una suscripción de pago a este canal

Prácticamente sí prácticamente es decir con el con el Amazon Amazon prime el twitch prime es así se llama claro claro permite utilizar una suscripción mensual y la utilizó ahí porque hay veces que si quisiera saltarme los anuncios sinceramente todos nos queremos saltar los anuncios

Y hasta cuando cuándo piensas mantenerla o sea tal vez llegó un momento en que dices que lo voy a cortar o tú dices no me gusta el contenido este este esta persona entonces la mantengo para apoyar

La verdad de momento no se me ha venido esa pregunta a la mente pienso mantener la suscripción hasta el momento no ha habido razones motivos para cancelarla tal vez en un futuro no lo sé pero de momento la mantendré la mantendré constante porque si es sí sí me interesa el contenido además de los otros beneficios que brinda obviamente no vamos a negar eso

¿Por qué te conectas a los directos de este streaming muy aparte de lo que ya nos contaste tienes algún otro motivo?

La verdad un motivo perse perse no así como te mencionaba yo antes consumía contenido de otros de otros streams pero no lo sé creo que quiso salir un poco de de esos y ponerme un poquito más al a los temas sociales de los que habla él al inicio fue por entretenimiento pero ya creo que ahorita es pura rutina lo convertí prácticamente en un hábito llego del trabajo y pongo el extender así sea de ese día del día anterior pongo esto ya prácticamente así como te digo es rutina.

Chévere mira conoces algún otro streamer que vaya más o menos alineado a a Diego Rosario o de momento es el único que he encontrado lo único que que te ha llamado la atención

he visto he visto otros otros streams así como una vez estuvo full se dieron full conversaciones entre ellos dos Roberto Martínez creo que se llama Roberto Adrián Martínez es el mexicano sí el de El escritor el él también era otro que también le también le veía mucho le podcast de creativo sí sí ese es el hablaba un por ahí se daban un poco de los términos pero no me llamó tanto la atención me mantuve con con Diego Rosario en el contenido que el que el dado

Mira por último para no molestarte comerte un poquito hoy piensa seguir consumiendo contenido en twitch a largo plazo o crees que es algo más pasajero la plataforma del momento

Sí he escuchado algún boom acerca de otras plataformas que están saliendo de momento así como te digo es más fácil rutinario está ya en mi cuenta ahí está el débito directo de la cuenta entonces no hay problema en ese sentido.

Listo Pablo muchas gracias por ayudarnos a brindarnos tu tiempo para esta pequeña entrevista, respecto a twitch y por compartir tus conocimientos de Diego Ruzzari este streamer que estamos realizando

No gracias

Gracias.

Transcripción de la segunda entrevista a Ricardo Arias Roa

¿Cómo definiría a las plataformas de streaming?

La manera en que definiría las plataformas de streaming, sería como un espacio virtual en el cual es posible la retransmisión y emisión continua de contenidos audiovisuales que también se nos permite realizar una descarga de los mismos. Considero que lo que caracteriza a estas plataformas de streaming es su sentido de distribución en este formato digital, que no está sujeto a limitaciones físicas, lo que le da un carácter de globalidad, ser instantáneo y tener un proceso de variabilidad en cuanto al consumo para los usuarios, porque no se determinan límites ni patrones en el comportamiento y consumo de contenidos audiovisuales. Por tanto, en resumen, sería un espacio virtual en el cual se puede consumir contenidos audiovisuales, pero que tiene a posibilidades adaptativas en otros usos como para una posible retransmisión del propio contenido. Puede ser mediante una red social o incluso la descarga continua del equipo que lo permite que este se reproduzca de manera offline.

¿Cree usted que se le puede dar uso a Twitch de manera profesional?

Respecto al uso que se le puede dar a twitch como plataforma digital para un uso profesional, considero que presenta una dualidad compleja y que debe ser puesta a analizar para referirnos justamente este tema de profesionalidad, que es bastante complejo también y se debe tratar de definirlo. Todas las plataformas digitales y redes sociales en la actualidad pueden ser mecanismos y soportes en los cuales se puede trabajar un soporte de empleabilidad referente al trabajo referente a los mecanismos de difusión de información, como para los medios de comunicación, como también el catapultar, digamos mediante la publicidad, negocios, proyectos y todo eso, por ejemplo, también tenemos que partidos políticos pueden utilizar estas plataformas digitales. Entonces notamos que si hay una vertiente o una arista que podríamos decir es que estos espacios digitales se pueden utilizar respecto al trabajo y emplearlos de manera profesional. Ese es el primer sentido que debemos destacar ahora respecto a twitch, entendemos que es una red social que está en un carácter de creación de contenido audiovisual en vivo que son esto que llamamos también streaming. Los cuales se iniciaron haciendo características por la difusión de videojuegos, pero obviamente esta red social ha crecido. Y ahora podemos encontrar todo tipo de contenido, respecto a páginas y datos oficiales de lo que sería la misma empresa twitch tuvieron un pico durante pandemia. El encierro por la COVID-19, en la cual sí se mostró una amplia variedad de ejes temáticos y de cómo las personas miraron hacia esta plataforma para mostrar, digamos, sus capacidades y también su contenido, por ejemplo, un médico, un cocinero, un chef, hacer una receta en tiempo real y a la vez la que

tiene esta característica que lo diferencia, o sea twitch de, por ejemplo, un medio de comunicación tradicional que puede tener un programa de cocina, es la capacidad de interactuar de manera real y cercana o sea con las personas que lo observan, en este caso el resto de usuarios de twitch. Y que la conversación que se tiene pareciera que es horizontal, como que existe una retroalimentación tanto entre la persona que está creando el contenido como el usuario que está consumiendo ese contenido. Entonces ahí existe un sentido de empleabilidad para las personas que quieran crear un negocio en el cual puedan catapultar o vislumbrar un escenario de difundir y crear contenido. Ahora. No solo porque se pueda traer, quiere decir que se puede profesionalizar todo este tipo de contenido porque hablamos de que deben existir ciertas regulaciones para todo lo que sea un trabajo, un entorno de regularización. Y esto, al ser digamos una transmisión en vivo, no queda un rezago, o sea, es espontáneo. Hay cosas que no pueden ser, digamos reguladas, controlados, lo cual presenta un inconveniente, digamos el respecto a la profesión que se quiera analizar. Por ejemplo, el periodismo. Hablamos de que si se quiere analizar un evento en vivo, esta nota informativa ese rato, digamos un periodista, quiere analizar lo que publicaron en el New York Times con su comunidad, esa esa es una nota informativa de ese periódico que va a tratar de hacer mirar la realidad, pero todavía va a carecer de datos y la interpretación que realice este creador de contenido en Twitch sobre esa noticia, por ejemplo, analizándola puedes crear Un sesgo en la información puede crear una distorsión de la realidad y así mismo su comunidad puede entender de manera distinta entonces en ese sentido hay que ver que el profesionalizar una plataforma una red social implica una plataforma, una red social implica un proceso ya no solo de las personas que quieran ver el escenario de estos, esto como un escenario de trabajo, sino también que las autoridades, los gobiernos, los Estados, se interesan por cómo se puede regular estos nuevos espacios para la creación de oportunidades laborales.

¿Cree usted que Twitch es una alternativa informal de empleo para los creadores de contenido?

Definir a twitch como una alternativa informal de empleo para los creadores de contenido me parece un error, porque catalogar un empleo de informal en criterios, digamos desde el Estado, es que nos no existen condiciones de paga adecuado que no están asegurados, por ejemplo, al IESS que no tienen esto, lo que sería el Seguro Social, no tienen derechos laborales, no pueden pertenecer a un sindicato. A eso nos referimos con empleo informal y transportar estas características de un lugar de un territorio en específico, a lo que sería e Internet plataformas digitales, en este caso twitch queda un poco ambiguo porque no se puede

aplicar esas leyes de territorio en un espacio digital. Por mucho que los creadores de contenidos en el Ecuador se presentan a al definirse o auto presentarse como creadores de contenidos, podríamos decir que son gestores autónomos independientes en los cuales todo tipo de condiciones laborales va a depender de ellos y no de una empresa, a menos que se cree un acuerdo, digamos con quienes, con la directiva, los empresarios. Que manejen la plataforma de Twitch.

En ese sentido, es equivocado llamarlo como una alternativa informal de empleo si es una alternativa de empleo, pero llamarlo informal es una categoría que no es adecuada, o sea, no está para nada acertado el tema. Respecto de que para reemplazar un el empleo de que es un ingreso mensual, entendiéndose en el sentido más estricto y básico que las personas tienen de empleo, es cumplir unas horas determinadas de trabajo durante un tiempo determinado al mes para recibir una remuneración. En este caso no funciona así porque la remuneración económica va a depender de la Comunidad que tenga el creador de contenido en twitch para recibir un ingreso monetario que lo pueda mantener estable. Claro que también hay cuestiones de publicidad y el alcance que se tiene, pero como se mencionaba antes, este sentido de tener de ser fugaz, de ser una transmisión en vivo, no queda nada en concreto y considero que eso es difícil para una marca trabajar porque no crean las cosas, o sea fugazmente hablando de que estamos en el término de la sociedad snack donde consumimos, consumimos y desechamos, pero la idea es que se tiene que enmarcar y si este creador de contenido no tiene un impacto en su comunidad realmente, porque el hecho de que lo consumo no se tenga una conversación a que él pueda impactar en cómo sus audiencias perciben, recogen la realidad y si pueden, digamos, emplear influir en que consuman algo de una sola marca, un producto está muy alejado todavía, entonces una alternativa de empleo también es me resulta a mi arriesgado verlo de esa manera, porque sí presenta una vez en área de trabajo, pero también unas competencias muy complejas y unas dificultades, afrontar que dependen de factores totalmente externos porque aparte de eso, la persona que trabaje como tratar de contenido tendrá que tener un equipo adecuado para la transmisión, un Internet que tenga una conexión, digamos estable o que sea buena, porque si se pierde no van a poder seguir trabajando de la manera en que lo hacen.

En ese sentido, twitch si es una alternativa para generar en oportunidades de trabajo, o sea un ingreso adicional, pero no creo que pueda ser la fuente principal de una persona para su empleo. Al menos no en una etapa inicialmente, sino como en un proceso de intervención en un proceso de crecimiento que creería que puedo llevar años porque tendría que también una

persona unirse a lo que se consideran tendencias, digamos, de contenido, de tendencias de visualizaciones. Y eso escapa de todos los sentidos de lo que podemos llamar un empleo formal.

¿Qué opina sobre los contenidos de Twitch?

Mi opinión sobre los contenidos en Twitch es que son difíciles de consumir. Me explico. Digamos, presentan un formato que tienden a ser de larga duración, digamos, aproximadamente 2 horas, la transmisión, digamos, de un gran es primer, como puede ser el Rubius y Villanos, por poner unos ejemplos. Obviamente masificados y que son el top y tienen que cumplir ciertos estándares compartidos, según ellos, de las horas que deberían estar al día para mantenerse, digamos vigentes o visibles para para nuevos usuarios. Es complejo para una persona realmente poder consumir algo durante 2 horas de corrido cuando no se sabe la temática y pueden haber 1000 y un cosas que puedan resultar complejas que puede haber un paro en la transmisión que le llegue un mensaje, digamos al primer que le haga una llamada que tenga un paquete que recibir, que tenga que preparar su almuerzo porque hay ciertos. He visto ciertos contenidos que justamente pasa eso. Entonces considero que también tiene que ver mucho con lo que puede ser un cambio generacional, que hay personas que no solo es jóvenes, que no solo les gustan estos contenidos breves, como puede ser en el caso de Tik Tok, sino que encuentran, digamos, un sentido más de cercanía en el proceso de individualización que se estará en Internet, porque, digamos, sí está compartiendo con más personas, pero desde su individualización en su con su dispositivo móvil. Entonces es como que crean comunidad estando lejos, entonces es como que sí me reúno con mis amigos a ver el directo de tal amigo, a ver el directo de tal creador de contenido y estamos comentando y estamos interactuando y es un momento en el que claro ellos se podrían como una actividad normal y cotidiana el ponerse a conversar. De ponerse a estar higiene viendo estos contenidos de los exprima, claro, mientras siguen interactuando entre ellos, que digamos para alguien que pueda ser de una generación como los millennials, que no le resulte tan atractivo a eso que realmente ha. Y un choque generacional entonces con pienso en que los contenidos van enfocados también un tipo de generación que serían los post millennials o los centenials, los cuales tienen esta ambigüedad en consumir tanto contenidos breves como puede ser en la en la plataforma de Tik Tok, como estos contenidos audiovisuales más extensos y que son. Eso también fugaces, porque son transmisiones que no quedan guardadas automáticamente todas en twitch. Entonces pienso que eso, los contenidos van de acuerdo con las generaciones. Y que la variedad de temáticas es algo que se puede explorar desde cualquier red social, pero que en twitch hay la posibilidad de que en un solo directo en una sola transmisión se puede abordar varias temáticas y se puede ir a hilando, conectando

simultáneamente y que todo sea un proceso colectivo, como una charla, como una conferencia, porque a la final hay un claro expositor. Que está ahí, que se iba a recibir una retroalimentación de, digamos, a manera de ejemplo, su público, las personas que lo están escuchando, pero hay que recordar que no hay una clara distinción entre el que sería el creador de contenido y usuarios, porque todos pueden estar en la misma situación, hay ocasiones en las que, claro, el creador de contenido dice, saben que veamos este contenido, veamos este video de tal persona, este video de tal Youtuber y pasa también ser un consumidor. Entonces la línea es bastante delgada entre o la distinción es muy marcada, no con otras redes sociales, quienes usuario y quienes creador de contenido aquí están. A la par, es muy delgada la línea de distinción entre ambos y pienso que eso también está ligado con los contenidos, porque van de acuerdo a cómo va desarrollándose la conversación entre tanto el digamos esto, el creador de contenido que parte de su transmisión con su comunidad, porque su comunidad está en constante flujo de conversación con él y pueden determinar el cambio del contenido que se está realizando en ese momento.

¿Cree que Twitch puede ser una herramienta útil para profesionales de la comunicación?

Mi consideración sobre twitch como una herramienta para los profesionales de la comunicación es que sí, efectivamente, como cualquier red social o plataforma digital, esta es una herramienta que se puede articular perfectamente al trabajo de los comunicadores. Siento que incluso digamos, para plantear la idea de un reportaje o, por ejemplo, simplificar una columna de opinión en la cual va a tener argumentos y va a tener, digamos, el periodista o comunicador, un espacio para expresar adecuadamente sus argumentos. Aquí vendría muy bien este sentido, como digo, de que son formatos más largos, más extendidos, porque se pueden desarrollar y se puede justificar las ideas, digamos o los elementos que se pongan en evidencia, pero claro, en elementos, digamos, del periodismo que encajan en géneros muy marcados como es el de interpretativo y el de opinión, pero si nos referimos, por ejemplo, al género informativo, donde tiene que ser las cosas puntuales, la información veraz, ser instantáneo. Aquí sí se pierde el digamos, la utilidad, no, no, no, no podría efectuar para ese tipo de periodismo. Entonces en algo que sea un flash informativo, twitch no es la plataforma ideal para compartir los contenidos, pero en algo que requiera un mayor trabajo, mayor preparación, mayor investigación y un mayor tiempo de desarrollo para que en este caso, usuarios en vez de audiencia, sea la que pueda recibir. Y aprender toda esa información es bastante útil y muestra un claro escenario para desarrollar de mejor manera y donde también se va a crear un vínculo

con el periodista porque se va a poder entender desde qué, desde cuál es su punto de vista y cómo se cómo se va a expresar también toda esa información. Entonces aquí también podemos entra en cuenta todo lo que sería el lenguaje kinésico proxémico de la persona. ¿Entonces sí considero que es una herramienta útil, pero que es en sí? Con ciertos, géneros del periodismo y hay que entender esa distinción que, aunque los contenidos en adaptables ciertos contenidos están definidos por parámetros o por géneros, los cuales delimitan en donde puede tener un mayor alcance o visibilidad. Justamente esto pasa con twitch, hay un género que es el informativo en el cual no tiene el pico, no tienen un sentido de utilidad adecuado, pero para el género interpretativo y de opinión es bastante útil y De hecho presentan nuevas características que pueden. Fortalecer estos estos contenidos PP para la comunicación.

¿Qué tipo de contenido conoce de Twitch y cuál es el que más resalta para usted?

El tipo de contenido que llegaba a ver en twitch principalmente es de videojuegos, o sea, una retransmisión en la cual el creador de contenido. Se dispone a jugar un videojuego. Y realiza la transmisión de cómo va progresando en la historia de dicho videojuego. Aunque también he llegado a notar algunos que son. Denominados de Chile, en los cuales se plantea que el rededor de contenido conversa con su Comunidad de temas diversos o contando anécdotas y que. Pueden estar, digamos, a ir conversando con la gente que también don y que puede comentar, o sea, con digamos. Al realizar una donación de cierto valor o cantidad en específico, este va a sonar HP. No irrumpiendo en la transmisión, iba a escucharse para todos fuera de que existe la opción gratuita de que se enviará en el chat, pero dependiendo la masividad de usuarios que tenga alrededor de contenido en su prohibición, o sea, que sean los virus. Estos, estos mensajes se pueden ir perdiendo porque resulta en eso, al ser en tiempo real, es constante, constante, constante la interacción parte de que en muchas a veces llegaba a problemas de que también existen los denominados bots que, o sea, como inteligencias artificiales, que solo están ahí para comentar cualquier tipo de cosas o. ¿Felicidad, entonces, Eh? Ese tipo de comunicación sí sigue siendo funcional, pero es bastante limitado, es bastante compleja, presenta bastantes dificultades y sí, hay un sentido de donar para así darle sustentabilidad al creador de contenido. También facilita que puedan destacar el contenido de los usuarios que pagan para ser escuchados. ¿Por todos, en general, ¿no? Y eso son bueno los dos tipos de contenidos que yo conozco de la plataforma de Twitch concretamente.

¿Cree usted que Twitch compite con otras plataformas de streaming como Youtube?

Yo considero que twitch no compite con Youtube. En el sentido de ser plataformas de streaming, porque que plantear que Youtube tiene una trae. La historia está desde la web 1.5. En en Internet. Entonces ha tenido una evolución y un cambio constante, y sí, en cierto momento adjuntó la opción de tener lo que se conoce y como directos que siguen siendo las transmisiones en vivo. Y este sentido de ser de streaming un live. Pero su contenido se sigue priorizando en realmente ser videos que se suben a posterior, o sea que, si requiere una realización de reproducción, producción y postproducción, entonces en ese sentido, Youtube no está en el en la misma discusión o competencia. Con twitch porque twitch surge en un contexto distinto, se plantea distinto porque no busca mantener vídeos a posterioridad, no busca en los millones de reproducciones, sino que es el momento y el alcance que se tiene. Tampoco importan los suscriptores, porque como aquí. Si no se monetiza tampoco de la misma manera, Youtube monetiza mediante los anuncios y la visibilidad que tengo un video, el alcance que llegue a tener también compensado con la cantidad usual de suscriptores que pueda tener un creador de contenido. Entonces la única similitud que pueden llegar a tener es que sí son de contenido visual, han marcado una cree una oportunidad laboral para los denominados depredadores de contenido. Pero el de streaming no es una de las cualidades que tiene como tal Youtube si es una opción que presenta, pero que nunca fue explotada en su totalidad y siempre quedó limitada porque había fallos en la conexión en los comentarios. Entonces no, no están en la misma competencia, pero sí es de destacar que twitch. Generó como un fenómeno también a raíz de pandemia en la cual los creadores de contenido encontrábamos en la plataforma de Youtube mientras era un hacía twitch en el sentido también más monetario por la interacción y porque se aquí solo dependían de la donación de aquí solo dependían de la donación de las personas y que no les requería un esfuerzo como como antes se mencionaba, preparar un video para Youtube generalmente requiere de una preproducción, producción y postproducción, lo que sí requiere también una inversión monetaria. Entonces, en el gran caso de los creadores de contenidos de Twitch. Sí tienen la inversión en el equipo para poder hacer sus transmisiones. Pero fuera de eso no existe un apartado de Po de post producción que incluso llega a ser muy complejo. Contratar editores de video moderadores. En ese sentido, no están en la misma competencia, son dos redes sociales, dos plataformas y también redes sociales que tienen dos concepciones diferentes y pensar que son similares o que están en la misma competencia solo por estar en el apartado de contenido audiovisual es un error.

¿Por qué Twich es una red social que se encuentra en crecimiento?

Bueno, no podría asegurar que twitch es una red social que se encuentra en Renacimiento. Porque considero que las estadísticas han bajado respecto al pico que alcanzaron durante el encierro por la pandemia. No obstante, señaló que la administración de los creadores de contenido de Youtube va a esta a esta plataforma de Twitch se han buscado posicionar y han encontrado nuevas dinámicas de comunicación e interacción con sus usuarios, o sea, con los usuarios de sus comunidades. ¿Qué les he otorgado cierta zona de confort y también es cierto, ya sustento fijo por las donaciones que reciben y para mantener vigente la relevancia de la propia plataforma, están tratando de crear nuevos contenidos o formatos a los contenidos de twitch, que sería más apropiado? Por ejemplo, tenemos el caso de veteranos con este evento que realiza la velada donde propone combates de boxeo no profesionales, siendo algo totalmente casual. Siendo retransmitido por TVE, dicho incluso comprando también los derechos de la Liga Española para Retransmitir los partidos de manera gratuita. Están cambiando las dinámicas que existían, por ejemplo, que antes eso podía solo permitírsele un un medio de comunicación que tenía un hartón, un capital estable y que era de alto impacto. Pero ahora estos creadores de contenido también pueden acceder a lo mismo. La plataforma ideal en la que han podido. Encontrar para transmitir eventos de magnitudes más amplias y globales ha sido twitch entonces, en ese sentido, puede ser que encontremos una línea de crecimiento porque están atrayendo la. Atrayendo la atención, digamos, o sea, están siendo llamativos para nuevos TV. Empleadores de la plataforma ya no solo en trabajadores independientes, sino grandes empresas que van a encontrar en esta plataforma un espacio que puede ser gratuito que no se requiere, o sea pagar para tener la transmisión, entonces podremos notar ahí una brecha de crecimiento. Pero tampoco, como digo, se la puedo asegurar porque los índices han bajado en comparación al pico que se alcanzó en pandemia, lo cual es también bastante obvio y notorio porque las personas que se quedaron paralizadas no podían estudiar o trabajar de la manera que antes hacía y el retomar un ciclo de trabajo de estudio. Esencial, dinámicas como ir al cine, salir a almorzar también son un tiempo que ya no se emplea en estar solo ligado a las redes sociales OA las plataformas digitales. Pero diría que twitch por esto estás vertientes y este atractivo que presenta de los eventos a tranning escala que se están realizando, que nunca pudieron ser planteados, por ejemplo, en Youtube, ahora son, ahí está la brecha de crecimiento.

¿Qué opina de la idea de crear contenido en Twitch?

Crear contenido en Twitch me parece un poco el limitado a la visión que yo tengo, porque como digo yo no siento que exista una reproducción o un mismo sentido de producción,

porque a veces se llegan a ver desperfectos este de como os digo, este sentido espontáneo de que hacen las cosas en durante la transmisión. En no, no me he ejemplifica para mí que se toman en serio es como que a veces solo prenden la Cámara y dicen, Bueno, qué vamos a hacer hoy y se va decidiendo y no a mí ese contenido no me resulta atractivo, o sea, como persona que. Que puede eso consumir contenidos audiovisuales visual, cualquier red social. Es la manera en que yo lo pienso, considero que, por ejemplo, ese si seguirá siendo 1 de los atractivos y con puntos fuertes de Youtube, que la profesionalidad con la que se puede tomar hacer un video puede alcanzarla de un estudio de cine. Pero a su vez, también puede mostrar la frescura de algo totalmente independiente y casual de desde un grupo de adolescentes que en el colegio deciden hacer un proyecto o un video compartiendo sus experiencias. Ha en Youtube se puede ver ese sentido de que los contenidos pueden ser tanto profesionales como casuales y de totalmente inexperiencia. Pero en twitch los contenidos sí, siento que va un poco ligado a la característica que tiene el creador o la persona que está, o sea haciendo esa transmisión. Entonces si la persona no tiene un atractivo. Un capital social, veo limitado el crecer y veo empobrecido el contenido que va a realizar porque de verdad manejar un buen tema de conversación deberá tener conocimientos amplios para poder hablar sobre varios temas de verdad. También interesarse sobre las cosas que le piden las personas de su comunidad. Entonces piensa que el contenido ahí no, no me parece tan atractivo, sino algo limitado en realidad.

