

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



**La generación de capital social en la plataforma
Twitch: prácticas, usos e implicaciones en la vida
cotidiana de los *streamers***

TESIS

Que para obtener el grado de
Licenciatura en Sociología

PRESENTA

Karla Desireé Delgado Alvarez

DIRECTOR DE TESIS

Doctor José Ángel Garfias Frias

Investigación realizada gracias al Programa de Apoyo a Proyectos de
Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT) de la UNAM
IA302218

<<Industrias creativas y procesos de transmediación. Aportes para su
estudio>> Agradezco a la DGAPA-por la beca recibida.

Ciudad Universitaria, Cd. Mx., 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Antes que nada, agradezco a mi padre Samuel Armando Delgado Espinosa y a mi madre, Susana Alvarez Mendez por su apoyo incondicional a lo largo de mi vida, por entender y aceptar mis gustos y decisiones. La base de una sociedad es la familia, así que también doy gracias a todos y cada uno de mis familiares. Crecer con mis tíos, abuelos y primos, así como ser hija única, afecta en cómo pienso y como crecí, sin ellos no sería lo que soy actualmente.

Agradezco a mi carrera, que me dio un enfoque de ver y pensar las cosas. Así mismo puedo decir que yo soy lo que socialmente me ha formado a través del tiempo y gracias a esta hermosa carrera, conocí a grandes amigos y compañeros. Gracias a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, en donde conocí a mi asesor de tesis y amigo, José Ángel Garfias Frías quien en poco tiempo se ha convertido en una persona muy importante para mí, pues compartimos el mismo gusto hacia los videojuegos y la investigación.

También quisiera dar las gracias a todas las personas que me han marcado para bien como para mal, ya que cada experiencia por efímera que parezca ha logrado que me desenvuelva de cierta manera. Le doy gracias a mis amigas de la primaria y secundaria. Uno creería que el primer acercamiento a los videojuegos es por un primo o amigo, sin embargo, mi primer contacto a los videojuegos fue en la computadora y posteriormente en consolas con mis amigas. Sin esto quizás no hubiera tenido ese amor y nostalgia hacia un juego de video.

Mi padre siempre me decía que los amigos se cuentan con los dedos, pero yo me siento afortunada, pues no podría decir únicamente unos pocos nombres. Mis amigos siempre me han aportado cariño, confianza y apoyo de mil maneras, así que también se los agradezco de todo corazón. Seguramente si están leyendo mi tesis es porque a ellos me he referido, así que no hace falta nombrar a cada uno, está implícito.

Y por último pero no menos importante, agradezco a la vida.

ÍNDICE

• Introducción.....	4
• Capítulo I, Twitch y redes sociales.....	7
○ Videojuegos.....	8
○ Redes sociales por Internet.....	16
○ Twitch.....	22
• Capítulo II, Capital Social y Vida Cotidiana.....	45
○ Capital Social.....	46
○ Vida Cotidiana.....	54
• Capítulos III, Estudio etnometodológico de Twitch.....	59
○ Explicación de la metodología.....	60
○ Casos.....	61
○ Análisis de casos.....	78
• Conclusiones.....	83
○ Referencias bibliográficas.....	87

Introducción

Durante los últimos años nos hemos encontrado inmersos en un fenómeno social desconocido actualmente: La introducción de los videojuegos en línea y segmentos de la población que habían estado fuera del ámbito del videojuego hasta el momento. La aparición de lo que se denomina consolas de octava generación, como lo son el *Xbox One*, *Wii U* (y por mencionar a su predecesor el Nintendo Switch, consola portátil de novena generación) o *Play Station 4*, han supuesto una auténtica revolución tecnológica y social. El aspecto de los videojuegos en los últimos años ha generado que éste desbanque a otras industrias del entretenimiento como el cine o la música. Con lo que respecta a Twitch, es una plataforma que ofrece el servicio de *streaming*¹ o transmisión de video en vivo. Este sitio que se especializa en el tema de los juegos de video, transmisión de *eSports*², usuarios que se dedican a grabar sus partidas mientras juegan y está dedicado a videojuegos, pero no limitado a ellos.

Hace unos años cuando iba a la preparatoria, platicaba con mi amigo que es *gamer* (al igual que yo) "¿te imaginas que pagaran por jugar videojuegos?", ese era nuestro sueño y me sorprendió como actualmente la tecnología ha avanzado a tal punto (hasta hace unos años en donde se veía al videojuego únicamente como ocio o algo no productivo) que ha evolucionado ese imaginario social hacia el tema de los videojuegos y de las personas que juegan. Aquella pregunta ahora es una realidad, se puede vivir de jugar videojuegos ya sea creando contenido, siendo profesional, diseñando videojuegos, aprovechando los conocimientos en publicidad y es por ello que me interesó investigar este tema, cómo es que se da

¹ *Streaming* es la palabra denominada transmisión, retransmisión, descarga continua. La distribución digital de contenido multimedia por una red de computadoras. En la forma en la que el usuario utiliza el producto al tiempo en el que se descarga.

² Del inglés *electronic sports* (deportes electrónicos). Los *eSports* son la parte competitiva de los videojuegos. Ya sea a nivel amateur o profesional, los *eSports* consisten en ligas o torneos de videojuegos donde, al igual que en cualquier otro deporte, existen fases clasificatorias, eliminatorias, categorías y sus respectivos premios, financiados generalmente por patrocinadores.

el capital social dentro de una plataforma adaptada para el *gaming* y la primera con esa temática de donación a jugadores de videojuegos.

A lo largo de este trabajo se pretende explicar cómo funciona esta plataforma llamada Twitch, la primera de su tipo que surge de la teoría donde su creador pensaba que a las personas les gustaba mirar a otra gente y junto con tres amigos creó lo que antes era conocido como *Justin.tv* en donde Justin Kan, (su creador) se grababa a sí mismo desde su perspectiva. Únicamente cuando dormía lo podían observar directamente a él y poco a poco se fue haciendo popular y obteniendo patrocinios. Esta idea nombrada así por Kan como *lifecasting* fue lo que derivó al surgimiento de Twitch *Interactive* que contaba con diferentes canales y al obtener un mayor crecimiento la parte de videojuegos con respecto a las demás, se fue especializando en éstos. El objetivo es centrarse en la comunidad de la plataforma, así como explicar cómo es que se va formando el capital social y cuáles son las condiciones necesarias para que se genere, estas son unas de las premisas que se pretenden analizar a lo largo de esta investigación.

Además, en este trabajo se sumergirá al lector a través de los años para conocer la historia los videojuegos desde *Nought and crosses*, las maquinitas *arcade* que surgieron gracias al conocido *Atari* y al famoso *Pong* hasta la realidad virtual. Mencionando algunos videojuegos que crearon impacto cultural y analizando los aportes hacia la sociedad. Se verá también el desarrollo de las redes sociales y de Internet desde la web 1.0 hasta como lo conocemos hoy en día.

Para comprender cómo se genera el capital social y lo que es, fue necesario una recopilación de diversos autores como lo son: Karl Marx, Bordieu, James Colaman, Robert Putman, Francis Fukuyama, Phillip Howard, Alejandro López Novelo, entre otros ya que aportaron la teoría necesaria para la creación del concepto, el cuál no hay una definición exacta o inequívoca sino la colaboración de muchos para su comprensión.

También se retomarán los aspectos tanto positivos como negativos dentro de Internet, así como la cuestión del género dentro del ámbito de los videojuegos y de la plataforma en sí. Esto es posible en base al trabajo de observación de la plataforma a lo largo de tres años. Se tratará de comprender por qué existen más espectadores en cierto canal respecto a otro, analizando y mencionando las motivaciones que tienen los espectadores.

Se realizaron tres entrevistas a profundidad hacia *streamers* de la plataforma de Twitch, ellos son mejor conocidos en redes sociales como: GuisGaming, EpsilonCat y Porky. Elegidos por cumplir con ciertas características en específico como lo son: la nacionalidad mexicana, que a lo largo de su travesía dentro de esta red social han llegado a tener un gran número de espectadores, también porque estuvieron de acuerdo en aparecer en las entrevistas y porque los tres han participado en la recaudación de fondos hacia alguna causa social y relatan su experiencia. Esto con el fin de comprobar si se crea o no una comunidad que puede dar pie a patrocinios, a través de la plataforma de Twitch.

Se tomaron en cuenta algunas variables rescatadas en su mayor parte cualitativas de la teoría del concepto de Capital Social como lo son: la igualdad, la interdependencia, buena voluntad, el compañerismo, empatía, simpatía, la confianza, el apoyo mutuo, mutua obligación, participación, entre otros aspectos.

Esta investigación es meramente con el fin de generar conocimiento, aportar a la ciencia y la investigación. También el objetivo primordial es crear conciencia para que los videojuegos se sigan tomando en serio, alentar a su estudio y romper con el paradigma que únicamente son pérdida de tiempo. Los primeros dos capítulos son teóricos, tratando de explicar los conceptos de la forma más sencilla. El último capítulo es práctico y presenta los distintos casos de estudio en los cuales se sustenta la aportación social. Sin más preámbulos invito al lector a acompañarme en esta aventura y sumergirse al conocimiento de los temas ya mencionados con anterioridad.

Capítulo I



Panorama histórico de los videojuegos y Twitch

El presente capítulo se divide en tres partes. La primera está enfocada a los videojuegos, en donde se ofrecerá un recorrido histórico de la industria a partir de sus consolas desde los primeros prototipos como Atari y de los primeros juegos revolucionarios como lo es *Tennis for Two* que se convertiría más adelante en el famoso *Pong* que marcaron pauta al inicio de la industria de los videojuegos. Actualmente las grandes empresas de videojuegos son: *Nintendo*, *Microsoft* y *Sony*. También se verán los impactos sociales y culturales que conllevan además de ser videojuegos en donde se han transformado en referencias como lo son: los memes en las redes sociales, tendencias, noticias, eventos, etcétera.

La segunda parte está destinada a redes sociales, que cabe mencionar que por redes sociales (como comúnmente se les llama) me refiero a las plataformas electrónicas de interacción social o redes sociodigitales. En esta segunda parte se planea un recorrido que muestre históricamente cómo se fue dando el surgimiento de Internet desde la web 1.0 y sus diferentes usos, así como la transformación y cambios que han tenido hasta llegar a ser como las conocemos hasta el día de hoy. Todo esto gracias a la tecnología y explicando cómo es que la gente ha hecho uso de estas herramientas, adaptándolas a sus necesidades.

En tercer y último apartado, se hablará de Twitch. Plataforma que analizaremos a lo largo de los siguientes capítulos y base fundamental de esta investigación. Se pretende explicar y describir su función, su interfaz, su historia y cómo es que ha logrado crear tanto comunidad como capital social. También se hablará de cuestiones de género que se han observado en esta plataforma, así

como la procuración de fondos que es parte importante para entender su funcionamiento.

Sin más preámbulos invito al lector a repasar diversos temas en este capítulo como lo son los videojuegos y la plataforma de Twitch, así como todo lo que esto representa. En caso de ser nuevos en estos temas, se pretende explicar de la forma más sencilla este universo quizás lleno de palabras nuevas, experiencias no vistas con anterioridad, pero seguramente nombradas por algún conocido.

No podemos negar que cada vez más necesitamos de la tecnología en nuestra vida cotidiana, desde usar el GPS para poder llegar al lugar de destino, como navegar en Internet ya sea para buscar información o para pasar el rato. Así mismo ha ocurrido en los videojuegos que se han ido adaptando a las necesidades de la sociedad desde las videoconsolas hasta los videojuegos portátiles.

1.1 Breve historia de los videojuegos

En este apartado se invita al lector a conocer un poco de los acontecimientos importantes que surgieron para poder llegar a lo que conocemos como videojuego. Se explicará su transición, así como el impacto social que ha generado, su aceptación y transformación con el paso de los años.

¿Qué son?, ¿Cómo surgieron?, ¿Cómo se han ido transformando a través del tiempo? Estas son algunas de las preguntas que se pretenden responder. Así como hay cierto segmento de personas que han tenido acceso a los videojuegos (las cuales seguramente dominan este tema por completo), existen muchas otras

que no han tenido esa oportunidad, pero a pesar de ello, seguramente han escuchado críticas tanto positivas como negativas respecto a los videojuegos.

Existe un sinnúmero de videojuegos que se podrían nombrar, pero creo más acertado mencionar únicamente los videojuegos más representativos y que marcaron aspectos importantes de lo que ahora conocemos como videojuegos. Sería un trabajo muy arduo mencionar absolutamente todos los videojuegos y consolas creadas, por tanto, se omitirán bastantes, pero no sin mencionarlas en orden cronológico. Se pretende hablar de los precursores y los que lograron un gran impacto social, esto con el fin de dar un panorama de la llegada de Internet y la revolución dada con esto. Todo con el fin último de entender mejor la relación entre los videojuegos y el impacto social que han tenido.

Johan Huizinga con su texto titulado *Homo Ludens* (2007), nos dice que "Todo juego es, antes que nada, una actividad libre. El juego por mandato no es juego, todo lo más una réplica, por encargo, de un juego. Ya este carácter de libertad destaca al juego del cauce de los procesos naturales." (Huizinga, 2007: 20) En esta misma lógica, destacamos la característica de propia voluntad para el hecho de jugar. Que debemos entender como una característica fundamental en cómo es que las personas inician a jugar, no por obligación sino por gusto. A continuación, se explicará el significado de videojuego seguido de los más representativos.

Comenzando con qué es el videojuego, el Diccionario de la Real Academia Española dice que "es un juego electrónico que se visualiza en una pantalla." (2001). Fue en el año de 1952 con el desarrollador Alexander S. Douglas, que surgió el primer videojuego llamado *Nought and crosses* o mejor conocido como OXO, una versión computarizada de lo que coloquialmente conocemos como "jugar gato", que permite enfrentar al jugador humano contra la máquina por primera vez.

Es con William Higginbotham (el primero que aportó en la creación de un juego en donde se podía jugar entre dos jugadores humanos) que, a través de un

programa para el cálculo de trayectorias y un osciloscopio, creó el juego llamado *Tennis for Two* o en español Tenis de mesa, lo que se convertiría más adelante y comercialmente como *Pong*. (Cuenca y Velazco, 2018) Estos fueron los precursores de lo que ahora entendemos por videojuegos.

El primer juego programado se creó en el año 1962 por Steve Russell, llamado *Spacewar*. Más tarde surgieron modelos comerciales como las máquinas tragamonedas o *Coin op*, creadas por Nolan Bushnell. Pero fue hasta la creación de *Atari*, el primer éxito comercial en 1972, donde la máquina era colocada en lugares populares volviéndose accesible para el público. De *Atari* también se puede destacar el famoso *Tetris*, videojuego que consta de un *puzzle* o rompecabezas, diseñado y programado por el ruso Alekséi Pázhitnov, lanzado el 6 de junio de 1984. Se mencionarán a continuación los aportes sociales que se generaron a partir de Atari. Facultat d'Informàtica de Barcelona [2008]

Volviendo al tema de *Tetris*, el impacto cultural de *este juego* ha sido de tal medida que, en noviembre del año de 1995, estudiantes universitarios iluminaron 15 pisos del Departamento de Ingeniería Eléctrica en la Universidad Técnica de Delft, convirtiendo así el edificio en un juego de *Tetris* (Ibíd.) y desde ese entonces se ha recreado esta acción en diferentes partes del mundo gracias a la globalización y al uso de la tecnología. En la actualidad, existen versiones del mismo juego o de otros juegos llamados emuladores que se pueden obtener en la comodidad del teléfono celular, logrando que algunos juegos se vuelvan portátiles y así rescatar esa nostalgia de aquellas épocas.

Otro dato importante es la *Brown Box*, la primera consola de videojuegos casera, creada por Ralph Baer en el año de 1972, que marcó el comienzo de lo que parecería ser una sólida industria económica. Mientras que el juego conocido como *Pong* ayudó a consolidar el mercado en tragamonedas, Baer (con el éxito de su consola casera) fue el pionero en el ámbito de consolas de videojuegos. Facultat d'Informàtica de Barcelona [2008]

El primer personaje de videojuegos es *Pac-Man*, creado en el año de 1980, fue el responsable de que se le tomara importancia a la creación de una historia dentro del videojuego. Gracias a *Pac-man* podemos observar que este y otros personajes importantes dentro de los videojuegos no se quedan únicamente dentro de la pantalla, sino de ahí se desprenden productos que más adelante se comercializarían, tales como: caricaturas, playeras, *stickers*, entre otros productos (Cuenca y Velazco, 2018).

En el año de 1979, como señalan Cuenca y Velazco (2018), al no darles crédito a los diseñadores de videojuegos, Warren Robbinet creó dentro del juego *Adventure*, el primer *easter egg*³. Este avance nos deja como enseñanza la creatividad de los desarrolladores. Al no apoyarlos como merecían, inventaron por primera vez algo más allá escondido dentro del propio videojuego que sólo pocos podían conseguir, dándose a sí mismos ese reconocimiento que las compañías no les daban.

El *Nintendo Entertainment System* o *NES* fue el precursor de varias franquicias que en algunos casos significaron trilogías de los títulos en el propio sistema. Por nombrar algunos juegos importantes de esa consola, lo son: *Double Dragon*, *Ninja Gaiden*, *Castlevania*, *Contra*, entre otras sagas ajenas a *Nintendo*.

Otro de los juegos más representativos es *Super Mario Bros*, apareciendo en el año de 1985 (Ibíd.), causando una revolución a comparación de otros juegos y que prevalece con esa fama gracias a sus personajes. Este juego desarrollado por Nintendo, suponía un estallido de creatividad, donde por primera vez se tenía un objetivo y un final en un videojuego. Posteriormente muchas otras compañías tratarían de emular dicho estilo de jugabilidad. Facultat d'Informàtica de Barcelona [2008] Las palabras de Shigeru Miyamoto respecto a Mario Bros fueron “Nuestro único objetivo es hacer juegos divertidos, y nos esforzamos al máximo para

³ Mensaje, objeto o característica oculta dentro del funcionamiento normal del juego, y que nada tiene que ver con él, que los desarrolladores crean intencionadamente para mostrar mensajes especiales de agradecimiento a fans o familiares, fotografías del equipo de desarrollo, chistes internos y contenidos similares. Generalmente son extremadamente difíciles de encontrar y pueden aparecer muchos años después del lanzamiento del juego. Existen aficionados cazadores de este tipo de mensajes ocultos.

lograrlo. Creo que la creación de personajes de videojuegos es sólo un paso más para conseguirlo. Si los juegos de Mario no fueran divertidos, el personaje nunca habría sido popular”.

Un aspecto para destacar de las consolas es que estas comenzaron a ser portátiles, fenómeno que inició en la década de los setenta con los primeros juegos completamente electrónicos producidos por Mattel, que no se consideraban como videojuegos hasta que fueron creciendo. No fue hasta el lanzamiento de la *Game Boy* cuando las consolas portátiles tuvieron realmente éxito.

Cabe mencionar que los videojuegos ya nombrados son considerados como videojuegos clásicos. A partir del avance tecnológico, la llegada del 3D y los videojuegos en línea, los videojuegos empiezan a ser considerados como contemporáneos, que se revisarán a continuación.

Con la llegada en los años noventa de las videoconsolas, se dio un importante avance tecnológico gracias a la llamada generación de 16 bits, la cual estaba conformada por la *Super Nintendo Entertainment* de Nintendo, la *Mega Drive*⁴, la PC Engine de NEC (conocida como *Turbografx* en occidente) y la CPS Changer de Capcom. Gracias a estos se generó un aumento respecto a la cantidad de jugadores. El CD-ROM logró un avance en los diferentes géneros de videojuegos, que fueron posibles por las nuevas capacidades técnicas.

De ahí se podría mencionar *Doom* como un gran avance en donde se empieza a crear lo que ahora conocemos como 3D. "Referente a las ya antiguas consolas de 16 bits, su mayor y último logro se produciría por el SNES mediante la tecnología 3-D de pre-renderizados de SGI, siendo su máxima expresión juegos como *Donkey Kong Country* y *Killer Instinct*." (Facultat d'Informàtica de Barcelona)

La generación de 32 bits logró establecer un lugar esencial en el mercado con videoconsolas como: Sony PlayStation y Sega Saturn en Japón. Respecto a generaciones de 64 bits, lo fueron Nintendo 64 y Atari Jaguar.

⁴ O también conocida como Genesis, una videoconsola de sobremesa de 16 bits desarrollada por Sega Enterprises, Ltd. Fue la tercera consola de Sega y sucesora de Master System.

La aparición de la consola de Sony surgió de un proyecto con Nintendo llamado SNES PlayStation que se basaba en un periférico para SNES con lector de CD, pero Nintendo rechazó la propuesta de Sony ya que Sega desarrolló algo parecido sin éxito, entonces Sony lanzó independientemente PlayStation. Esto generó que los *arcades* fueran en descenso de popularidad al aumentarse el acceso a consolas y ordenadores más potentes.

Una de las consolas portátiles más populares fue la *Game Boy* siendo dominadora en el mercado. La consola más popular en esa época era la PlayStation y en PC los juegos más populares eran los FPS o juegos de acción en primera persona, también lo eran los RTS (juegos de estrategia en tiempo real por sus siglas en inglés). Las conexiones entre ordenadores e Internet facilitaron el juego *online* o multijugador, así surgieron los MMORPG (juegos de rol multijugador online).

Se ha llegado a un punto clave de los videojuegos, el avance a los videojuegos en línea, que gracias a esto, se dio la posibilidad de interactuar con los demás, sin necesidad de estar físicamente al lado de la persona y a partir de ello se dieron muchos fenómenos sociales interesantes que se pretende ir describiendo en los siguientes capítulos de este trabajo.

Con la llegada del *PlayStation 2* de Sony en el 2000, *Microsoft* se motivó y lanzó su consola *Xbox* un año después. Con este factor, se desarrollaron muchos juegos y se comenzó a crear juegos exclusivos para cada consola. Se puede observar que los juegos son producto cultural reflejando valores de los productores. Para recrear una construcción del mundo de acuerdo con su propia cosmovisión. Cabe destacar que con esto se conforman las ideologías dentro de los videojuegos, por ideología refiere a que "La ideología es un sistema de representaciones que sirve para mantener las relaciones existentes de dominación de clase al orientar los individuos al pasado más que hacia el futuro, o hacia imágenes que ocultan las relaciones de clase, y se apartan de la búsqueda

colectiva de cambio social". (Thompson, 1993: 64) Dentro de los videojuegos la visión del mundo que se presenta siempre será el de la cultura dominante, como por ejemplo en el caso de los videojuegos creados en Estados Unidos, tomarán partido sin decirlo explícitamente, por el tipo de gobierno y sociedad que representan.

Uno de los juegos más importantes que impulsó el juego en línea fue Halo, un *First Person Shooter* o juego de disparos en primera persona, creado en el año 2004. El género de *First Person Shooter* tuvo sus orígenes en las computadoras personales en el cual su atractivo eran los duelos en línea. A su vez, los mandos o controles fueron mejorando para hacer posible esta experiencia en consolas de videojuegos. La compañía responsable del juego de Halo fue Bungie, una empresa independiente, que crearía una de las sagas más importantes de la industria en la última década. Hasta nuestros días la saga de Halo continúa y ha traspasado los medios de videojuegos, ya que se han generado películas, accesorios, e infinidad de productos además de los juegos y las consolas inspiradas en éstos.

La tecnología no se detuvo y el siguiente paso significó una revolución con la consola *Wii*, del lado de *Nintendo*, creando así una de las primeras consolas de su tipo en donde el mando o control tenía un sensor de movimiento, logrando expectativas del jugador para moverse y con ello poder pensar que los videojuegos no eran sólo un medio de distracción sino podrías ejercitarte mientras te divertías, este fue el concepto principal de la consola. Más adelante con esta propuesta para la interfaz, se trató de adaptar a experiencias más complejas. En septiembre de 2010 se creó el *Playstation Move* que combinaba mando y cámara, siendo más preciso y vendido nueve millones de ejemplares, esto respecto a la compañía creadora, *Sony*.

La competencia del lado de *Microsoft* fue el *Kinect*, creado en noviembre de 2010, vendiendo así 20 millones de unidades. Se lanzó con un rediseño de la consola y un reconocimiento facial, captura de movimiento y reconocimiento de voz, servía también como micrófono para platicar en línea. El desarrollo de interfaz

visual iba muy avanzado, las cámaras podrían ser una buena opción y esta interfaz podría sustituir al control, en el aspecto negativo, carecía de precisión.

Según Negroponte "Cuanto más sepa la computadora sobre su posición, su postura y la naturaleza particular de sus ojos, tanto más fácil le será saber hacia dónde está mirando usted. El sistema funcionará aún mejor si se utiliza en forma concomitante con otro canal de entrada: la palabra hablada."(Negroponte, 1995, pp. 85). En donde antes de que existiera este tipo de tecnologías, ya se presentía que algún día existirían, así mismo ha pasado con la realidad virtual o aumentada que hemos visto en películas y ahora es una realidad que siguen mejorando. El impacto cultural con este avance es tal, que nos muestra las infinitas posibilidades que se pueden lograr a través de las máquinas.

Actualmente las consolas que lideran el mercado son el *Nintendo Switch* con la característica de la portabilidad, la consola *Xbox One* (con sus versiones más renovadas como lo es la *Xbox One X*, etcétera) y el *PlayStation 4*. Podría ser que próximamente y no dentro de muchos años lo que domine el mercado sea la tecnología a base de realidad virtual, realidad aumentada y hologramas, pero a pesar de que ya están en venta estos prototipos, faltan ajustes y el poder contar con precios accesibles para el público. También que el consumo de la televisión se ha ido desplazando poco a poco al *streaming* como lo es la aparición de *Netflix* entonces los medios tradicionales se tendrían que adaptar a éstos cambios.

Se tiene en el imaginario colectivo que los *gamers* o jugadores son una comunidad de personas solitarias, pero un artículo titulado *Los adolescentes y los videojuegos* escrito por Rodrigo León Jariego y María José López López desmiente esto diciéndonos que "la práctica de los videojuegos no parece ser una actividad en solitario, ya que el 54% de los sujetos juegan en compañía, de sus hermanos preferentemente (32'5%) o de sus amigos (18'1%)." (León y López, 2003: 5) esta aseveración y al conocer la breve historia de los videojuegos podemos tener un panorama más amplio que nos permite analizar la comunidad de los jugadores desde cuando se jugaba en las maquinitas de las tiendas, rodeado de más personas, llámense espectadores (mientras esperaban su turno

para jugar) y así ser reconocidos como buenos jugadores ante los demás o tener ese protagonismo de que los vean jugar y más adelante con la llegada de Internet y la implementación del *chat* de voz ha logrado que la comunicación sea en tiempo real y con personas otras partes del mundo. Gracias a la tecnología y la necesidad humana de relacionarse o de ser aceptado por los otros crea el concepto base de la plataforma Twitch de la que se hablará más adelante.

Sin más que decir, se espera dar a entender un poco del proceso del surgimiento de los videojuegos y de todo lo que esto conlleva para así comprender la llegada de Internet y próximamente la interrelación de los usuarios. También cabe mencionar que los hallazgos encontrados en este capítulo son que los videojuegos han surgido por generaciones. Si se les pregunta respecto a aquellos videojuegos que conocen, a las personas que cuentan con diferencias entre las edades de los individuos, se tendrá una respuesta distinta a diferencia de aquellos que tienen edades similares. Estos últimos conocerán más fácilmente aquellos videojuegos mencionados de acuerdo con su edad generacional. En esta misma lógica, no es difícil comprender por qué las personas mayores no tienen esa facilidad o accesibilidad de manejar la tecnología o los videojuegos por el hecho de que en su época no existían, para ellos no les es esencial el hecho de aprender a manejarla; en cambio, las personas más jóvenes, que al nacer esto ya existía, van creciendo con la tecnología y esto provoca que tengan un razonamiento intuitivo hacia la tecnología utilizada ya sea en redes sociales, Internet y videojuegos.

1.2 Redes Sociales por Internet

El surgimiento de las tecnologías que implica una modificación en las prácticas para la sociedad lo es la llegada de Internet, este cambio tecnológico ha generado

un cambio radical en la forma de comunicarse, relacionarse y ciertos hábitos que antes de su llegada no existían. A través de este capítulo se pretende explicar cómo surgió y cómo se ha ido transformando hasta convertirse en lo que ahora conocemos como redes sociales. A partir de ello, el impacto que se ha dado en la sociedad, los usos, costumbres e interrelaciones entre las personas a través de estas herramientas y objetivo de la investigación como lo son, Internet y las redes sociales. Hay que tener en cuenta que el concepto tanto de Internet está correlacionado con el concepto de redes sociales.

Por poner un ejemplo, sin duda la llegada del GPS facilitó la manera en que nos ubicamos y nos desplazamos en cualquier parte del mundo sin tener que pedir indicaciones, basta con abrir *Google Maps* y activar tu ubicación para saber hacia dónde caminar. Por otra parte, ha generado requerir cada vez más de ese tipo de tecnología y no de nosotros mismos. Esto implica un gran cambio y ha modificado numerosas prácticas e interacciones. Lo importante de la llegada de Internet es la forma en que se puede analizar la sociedad a través de las redes, nuestro objetivo principal se centra en esta idea para más adelante enlazarlo con los videojuegos. Se hablará después de Twitch, plataforma vista como una red social para jugadores que permite visualizar la cultura *gamer*.

De los orígenes de Internet, López Novelo nos dice:

Asimismo, Internet se presenta hoy como un desarrollo tecnológico que impulsa la colaboración, la interacción y la relación social entre sus usuarios, posibilitando con ello la construcción de relaciones sociales de carácter formal o informal, o bien, la construcción de redes sociales digitales, por medio de las cuales los individuos interaccionan e interactúan en la consecución de objetivos y bienestar comunes, que a la postre posibilitan la creación de capital social. (López, 2011: 16)

Cuya premisa es cómo las redes sociales digitales crean interacción entre los individuos y así logran la aparición de capital social.

Del tema del surgimiento de Internet, este concepto se creó a partir de una idea que tuvieron un grupo de investigadores de diferentes universidades y de distintas áreas de interés para poder trabajar juntos a pesar de estar separados espacial y físicamente, a través del uso de computadoras conectadas entre sí.

Uno de los predecesores de Internet es ARPANET, tecnología desarrollada por Robert Kahn, el cual desarrolló la comunicación entre sistemas operativos disímiles y computadoras. (López, 2011: 20) Cabe destacar que Internet ha ido mejorando con el paso de los años en muchos aspectos, no siempre ha sido como lo conocemos, se fue dando el proceso poco a poco, sin embargo, existen características que se siguen conservando.

Con esto queda de manifiesto que desde sus orígenes la red fue utilizada como instrumento para la transmisión de datos, información y conocimientos, y la colaboración entre iguales. De acuerdo con Licklider, primer director de ARPANET, el objetivo a alcanzar era la estimulación de la investigación en el campo de la informática interactiva. (López, 2011: 23)

Para entender mejor este proceso, Novelo nos plantea siete etapas, las cuales son:

AÑO	SUCESO.
1960	Aparece el texto "La simbiosis del hombre y la máquina". De Joseph Licklider.
1961	Leonard Kleinrock da a conocer su investigación sobre "la conmutación de paquetes entre computadoras".
1965	Lawrence K. Roberts logra la comunicación entre computadoras.
1968	Lawrence K. Roberts establece las especificaciones para el proyecto ARPANET.
1968	Robert Khan crea la estructura global para ARPANET.
1969	Se establece el primer nodo del proyecto ARPANET en la Universidad de California en Los Angeles (UCLA).
1972	ARPANET conecta a todas las agencias e institutos de investigación del Departamento de Defensa de Estados Unidos y cerca de 50 universidades.

Tabla 1: Capital social por Novelo

FUENTE: *La construcción de capital social en las redes sociales en Internet: discutamos México en Facebook de Roberto Alejandro López Novelo. En: <http://132.248.9.195/ptd2013/abril/0692895/Index.html>. Consultada el 20 de febrero de 2019.*

Esta tabla (número uno) fue basada en construcción propia del autor y cabe destacar que es verdad que surge desde personas tanto norteamericanas como

estudiantes de gran nivel académico, pero es el aporte que engloba a muchas más personas.

El primer motivo del surgimiento de Internet fue gracias a lo siguiente:

La intención básica era poner en contacto no sólo computadoras con computadoras, sino también investigadores con investigadores y centros de investigación situados en diversas regiones del mundo, de acuerdo con los pioneros de Internet, se buscaba generar una incipiente colaboración a través de la informática. (López, 2011: 26)

De aquí la idea relacionada con capital social que se verá más adelante.

Volviendo a sus orígenes, dentro de las primeras aplicaciones en Internet, lo fue el correo electrónico en el año de 1972 creado por Ray Tomlinson. Más adelante, la *world wide web* o "www" en donde Berners tenía la idea de construir un espacio para que la información se pudiera relacionar entre sí. Estas aplicaciones aportaron a las dinámicas que mantienen las relaciones sociales a pesar de estar separadas geográficamente.

Otro de los antecesores importantes para tener una idea clara de lo que es Twitch, lo es *Internet Relay Chat* o por sus siglas en inglés, IRC el cual fue un espacio donde se reunían personas en diferentes canales o *room*, que constaban en grupos donde los internautas coincidían con el propósito de chatear de diferentes temas y constaban de ser públicos o privados éstos canales.

Los grupos de discusión o en inglés *newsletters* igualmente fueron antecedente de las actuales redes sociales, donde los usuarios estaban suscritos en temas específicos, para así generar debate y poder discutir diferentes puntos de vista, compartiendo un mismo tema en común. Para poder acceder a ello era necesario contar con un lector de noticias (*news reader*) o a través del servicio usenet.

La llegada de la *word wide web* fue de suma importancia para lo que conocemos actualmente, creada como plataforma de trabajo. Inició con la web 1.0,

la cual servía para la publicación de contenidos de empresas y servicios, tenía costo y no había accesibilidad en la participación de usuarios. Diseñada para empresarios y consumidores, intentando ser un modelo rentable para algunas empresas.

Más adelante surgió la web 2.0, donde Novelo nos explica más a fondo:

El concepto web 2.0, debe su origen a una tormenta de ideas entre los equipos de O' Reilly Media y Media Live International a mediados de 2004, fortalecido por la primera Web 2.0 Conference en octubre de ese mismo año... O Reilly publicó en septiembre de 2005 lo que hasta hoy es la principal referencia del concepto. (Novelo, 2011: 40)

Lo que respecta la web 1.0 de la 2.0 es que en esta última contribuyó en la colaboración y participación de los usuarios, también la gratuidad de contenidos que no se veían en el 1.0, entre otras cosas.

El concepto redes sociales o en inglés, *social networking* según Novelo son "todas aquellas aplicaciones que permiten la interacción, formación de comunidades e intercambio social." (Novelo, 2011: 47) Twitch por su parte cuenta con un *chat* en tiempo real, que como se irá explicando más adelante, esto genera discusión, interacción e ideas.

Con esta definición, podemos ir entrelazando el concepto de Capital Social ya que aporta en ámbitos sociales, profesionales y culturales, etcétera. Llevándose a cabo en dinámicas sociales de los internautas, así pueden participar activamente relacionándose, colaborando e interactuando en este espacio. Cabe destacar que no todos tienen acceso a este tipo de tecnología, pero poco a poco esta brecha se ha ido mejorando.

En el texto de Nicholas Christakis y James Fowler (2010) nos da una definición de comunidades diciendo lo siguiente "Las comunidades se definen por conexiones estructurales y no necesariamente por ningún rasgo particular que pueda conectar a sus miembros entre sí." (Christakis y Fowler, 2010: 25) este

concepto lo recalco porque más adelante se pretende hablar de la creación de comunidades dentro de la plataforma de Twitch entonces debemos tener el concepto bien presente. También dice que “una red social es un conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos.” (Christakis y Fowler, 2010: 25) para tomar en cuenta que Twitch está definida como una red social y no un buscador a pesar de tener esta opción.

Ese mismo texto define una comunidad en red como “un grupo de personas que están mucho más conectadas entre sí de lo que están con otros grupos de personas conectadas en otras partes de la red.” (Christakis y Fowler, 2010: 24) lo que distingue específicamente a Twitch de otras redes sociales es su comunidad, que engloba a jugadores profesionales, fans de ellos y en general que comparten una característica en común (pero no únicamente) que la mayoría son amantes de los videojuegos.

Señalando también un punto indispensable y característico de las personas es que “Las redes sociales reales y cotidianas evolucionan orgánicamente a partir de la tendencia natural de toda persona a establecer relaciones y a hacer pocos o muchos amigos, a tener una familia grande o pequeña y a trabajar en lugares donde se establecen relaciones anodinas o acogedoras.” (Christakis y Fowler, 2010: 25) diciéndonos así que somos sociables por naturaleza.

Para comprender por qué los vínculos pueden hacer que el todo sea mayor que la suma de sus partes nos menciona *la quinta regla: la red tiene vida propia* y esta nos dice que “Las redes sociales pueden tener propiedades y funciones que sus miembros ni controlan ni perciben. Para comprender estas propiedades hay que estudiar al grupo entero y su estructura y no sólo a individuos aislados.” (A. Christakis & H. Fowler, 2010: 36) que más adelante tomaremos como referencia al hacer las entrevistas a profundidad.

1.3 Twitch

En este capítulo se hablará de Twitch iniciando con su historia. Existen además muchas otras plataformas de transmisión en vivo pero me enfoqué en particular en esta por ser la más especializada hacia los videojuegos y porque al probar con otras me agradó la interfaz, la comunidad y su historia. Actualmente es la plataforma líder de *streaming* en vivo y su competencia directa es Facebook Gaming.

Se hablará además de su logo así como el color que lo distingue para crear una imagen de esta. Seguido de esto, se mencionará el reglamento y las condiciones de uso dentro de esta plataforma como lo son los juegos que están prohibidos y el por qué. Se describirá la dinámica que se lleva a cabo entre sus usuarios, en qué consiste la plataforma, así como una jerarquía y terminología existente.

Se pretende hablar de los lineamientos básicos para realizar una transmisión en vivo ¿Cuáles son los requerimientos básicos o necesarios para hacer directos? Hablando del software y el equipamiento.

Se analizará el impacto que ha tenido en la sociedad con estadísticas del consumidor ¿Qué videojuegos son los más vistos? Y con ello se pretende explicar por qué cambian las tendencias o qué pasa con estos números.

Otra de las premisas a analizar es el cómo destacar ¿Por qué razones la gente observa un canal en específico? Son unas de las preguntas que se tratarán de responder a lo largo del capítulo basadas en las motivaciones de los espectadores.

Más adelante, se hablará de la procuración de fondos dentro de la plataforma ¿ayuda al prójimo? Twitch no solamente es un medio por el cual puedes recaudar dinero para ti mismo, sino puedes hacer pequeñas campañas para ayudar a los demás.

Por último, el tema de género dentro de Twitch que también es crucial de mencionar ya que hace poco se tenía en el imaginario social que los videojuegos eran cosa de hombres. Se explicarán los comportamientos misóginos que salen a la luz por el simple hecho de ser mujer y jugar videojuegos. Todo esto basado en observación a lo largo de casi tres años. Al final se dará una conclusión respecto al tema, para cerrar este capítulo.

Historia de Twitch:

¿Qué es Twitch? ¿Cómo surgió? ¿Cómo se convirtió en propiedad de *Amazon*? Todo esto se explicará en breve, su historia y sus implicaciones sociales, cómo de llamarse *Justin.tv* pasa a ser *Twitch.tv* y más adelante, Twitch Interactive y qué es lo que implica ajustar el nombre de la plataforma. Se planea un recorrido a lo largo de estos cambios ya mencionados para entender su proceso y comprender así como es que esta plataforma tiene las características necesarias para ser proveedora de capital social, además de ser una red social que contiene la mayor parte de espectadores que gustan de videojuegos. No podemos negar, tampoco que al paso del tiempo la tecnología se ha ido adaptando en base a las necesidades de los consumidores y a su vez, ha dado paso a la creación de nuevas formas de relacionarse y comunicarse en diferentes espacios dentro de esta red llamada Twitch. Sin más que decir, se les invita a explorarlo a lo largo de este apartado.

Iniciando con ¿Qué es Twitch? Twitch es una plataforma que ofrece el servicio de *streaming* de video en vivo, propiedad de Twitch Interactive, una empresa subsidiaria de *Amazon*⁵. Este sitio se especializa en videojuegos, transmisión de *esports* (videojuegos electrónicos) y usuarios que se dedican a grabar sus partidas mientras juegan. Está dedicado a videojuegos, pero no limitado a éstos.

⁵ Amazon.com, Inc. es una compañía estadounidense de comercio electrónico y servicios de computación en la nube. Inició vendiendo libros, teniendo una plataforma intuitiva y en el año de 2014 en agosto, compra Twitch.

Un poco hablando de la historia de Twitch, antes de llamarse así, Twitch era *Justin.tv*, un sitio web que surgió de la idea del *lifecasting* que inició con uno de sus creadores, Justin Kan grabándose las 24 horas al día, los siete días de la semana. En un post de Washington, se hablaba de esto explicándonos que transmitía en vivo todo lo que hacía, incluso el ir al baño. Él brindaba su número para que sus fans le llamaran y existía una sala de *chat* que facilitaba la discusión. Lo que forzaba a Kan a salir, ser sociable y hablarle a las personas, según sus propias palabras.

Justin.tv surgió de la teoría que tenía Kan de que a la gente le gustaba observar a otras personas, Justin tenía 23 años en ese entonces y logró tener patrocinios de diferentes marcas como *Zipcar*⁶ y *Bawls Guarana*, una bebida energética.

Más adelante la plataforma ofreció servicio de video en donde se tenían contempladas diferentes categorías, fue cuando los creadores observaron que tenía mayor crecimiento el contenido respecto a videojuegos que decidieron especializarla.

Se cataloga a sí misma como "La plataforma líder en el mundo y una comunidad para los jugadores, la cultura de los videojuegos y las artes creativas". Su fin es divertirse viendo cómo las demás personas juegan y al mismo tiempo interactuar en tiempo real escuchando lo que dice el jugador y respondiendo a través del *chat*, donde puedes socializar con personas las cuales comparten los mismos gustos de videojuegos. Además tiene la función de poder suscribirse para apoyar al creador de contenido obteniendo beneficios como no tener comerciales en ese canal, tener íconos exclusivos y algunos otros que decida el emisor.

Interfaz:

Antes de proseguir, considero importante la descripción de la plataforma (cómo luce la interfaz) el cómo poder distinguirla de otras, para así ser más concisos en

⁶ Zipcar es una empresa estadounidense que brinda servicios de *carsharing* o automóviles compartidos a sus miembros mediante reserva previa y con tarifas de uso por hora o por día.

el funcionamiento de esta. Una de las características visuales al pensar en Twitch y como un buen trabajo de marketing, lo es su logo. Este logotipo, (así como al hablar en Facebook y que lo primero que pienses o recuerdes es su color azul) en el caso de Twitch lo principal del diseño es el color morado que hasta hace poco Twitch renovó, siendo las imágenes del lado izquierdo su primera versión durante muchos años y del lado derecho, la actualizada. Visto de la siguiente manera:

Figura 1: Twitch antes y después



Figura 2: Ícono de Twitch antes y después



En la figura uno podemos observar el logotipo, la fuente en particular que tiene y color que distingue a Twitch siendo el color morado el que predomina en ambas versiones. En la imagen del lado derecho de un tono más chillón y con letras ya de color negro. En la figura dos, podemos observar el símbolo que caracteriza la plataforma. Es el ícono en las diferentes versiones ya sea de la computadora o de la aplicación del celular. Fue el 26 de septiembre del 2019 cuando renovaron el logotipo después de años de tenerlo como en las imágenes del lado izquierdo.

Dentro de la plataforma Twitch, en la interfaz de su inicio, nos muestra videos en vivo de los canales con más espectadores o los más populares del momento, también está dividido por categorías o juegos en donde hay filtros ya sea por canales en vivo, videos o clips y dependiendo el juego seleccionado, se tienen contempladas más opciones de búsqueda.

Cabe destacar que esta plataforma ha llegado a convertirse un medio de vida para ciertas personas, llámense *streamers* o también conocidos como creadores de contenidos y con ello hay que abordar el aspecto de los ingresos. Estos se juntan de diferentes maneras: por suscripciones pagadas, suscripciones a Twitch Prime, suscripciones regaladas, Ads, Cheering, venta de juegos, extensiones o recompensas. En el panel de control es donde se encuentra esta información. De los ingresos estimados, se tiene que restar la parte de Twitch, las cuotas e impuestos. Se debe enlazar alguna forma de pago y así se envía 15 días después del final de cada mes si el saldo recaudado llega a \$100 USD o más. De no ser así, se recorre lo obtenido hasta llegar a la meta, los cien dólares.

Años atrás, existía poca cantidad en la publicidad dentro de Twitch, siempre eran los mismos comerciales, actualmente hay más variedad hasta por regiones (comerciales dependiendo el país) y son más constantes. Esto me recuerda cuando tiempo atrás no habían comerciales en YouTube y ahora cada cierto minuto dentro del video salen continuamente. Esto se debe al sustento y cantidad de usuarios que visualizan los videos y que es más rentable agregar la publicidad dentro de estas plataformas de video.

Reglamento dentro de Twitch:

Es verdad que en esta plataforma es válido decir groserías o malas palabras sin censura, pero en la normativa de Twitch está definido que no se puede hacer contenido sexual y hablar de ciertos temas polémicos. También respecto al copyright de la música que se usa en la transmisión se está luchando porque no se tenga que tomar medidas ya que es un uso únicamente con fines de entretenimiento, se censura automáticamente la grabación si contiene una pieza musical que no está permitida, silenciando esa parte en el video. Una acción más libre que en las redes de YouTube Gaming (que ese concepto no les funcionó y cerraron la versión *gaming* de YouTube) o en Facebook Gaming que si contiene algo así te bloquean totalmente el video y cortan tu transmisión en vivo.

También ha habido casos que transmiten programas con derechos de autor, por dar un ejemplo *Game of Thrones* esta famosa serie de HBO el día que salía el capítulo nuevo mucha gente lo transmitía en canales con cuentas falsas para que no banearan su cuenta original y la plataforma suspendía a los que lo llegaban a hacer, pero seguramente no a todos también dependía del título que le pusieran al directo si era más fácil o no de encontrar.

Existen ciertos juegos que están prohibidos de transmitir dentro de Twitch y esto es por la clasificación oficial de ESRB⁷ es sólo adultos o porque el juego infringe las Directrices de la comunidad en lo que respecta a discurso del odio, sexo, desnudez, mutilaciones o violencia extrema. A continuación, se mostrará la lista de juegos prohibidos de transmitir, hay que tomar en cuenta que se actualiza constantemente para que no haya inconvenientes y viene dentro de las directrices de Twitch.

Figura 3: Videojuegos prohibidos. Octubre del 2019.

Videojuegos prohibidos	
<p>Videojuegos prohibidos sin clasificación Solo adultos</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3DXChat • Artificial Girl 1, 2 y 3 • Artificial Academy 1 y 2 • Battle Rape • BMX XXX • Cobra Club • Criminal Girls • Dramatical Murder • Ethnic Cleansing • Genital Jousting • Grezzo 1 & 2 • Harem Party • House Party • HunieCam Studio • HuniePop • Kamidori Alchemy Meister • Negligee • Porno Studio Tycoon 	<ul style="list-style-type: none"> • Purin to Ohuro • Purino Party • Radiator 2 • RapelAy • Rinse and Repeat • Sakura Angels • Sakura Beach 1 y 2 • Sakura Dungeon • Sakura Fantasy • Sakura Santa • Sakura Spirit • Sakura Swim Club • Second Life • Suck My Dick or Diet • The Guy Game • The Maiden Rape Assault: Violent Semen Inferno • What's under your blanket !? • Witch Trainer • Yandere Simulator

Tomada de: https://help.twitch.tv/s/article/list-of-prohibited-games?language=es_MX

Algo que muchas personas desconocen es que no se puede transmitir en tiempo real directos de alguien más, porque incumple en derechos de contenido ya se intelectual o creativo. Únicamente está permitida la retransmisión (en inglés *co-stream* y es cuando el canal haya acabado de transmitir en vivo).

⁷ Entertainment Software Rating Board (ESRB) es un sistema norteamericano para clasificar el contenido de los videojuegos, y asignarle una categoría dependiendo de su contenido.

También en el reglamento dice “Está prohibida toda desnudez y todo atuendo cuya intención sea sexualmente sugestivo. Atuendo (o falta de atuendo) con la intención de ser sexualmente sugestivo incluye ropa interior, ropa íntima, o exponer/enfocar genitales masculinos o femeninos, nalgas o pezones.” (Desnudez, Pornografía y Otro Contenido Sexual [2020]) Haciendo referencia a “vestimenta sugestiva” lo menciono porque existe gran polémica y diversas perspectivas en torno a las mujeres *streamers* realizando críticas acerca de la forma en la que deciden mostrarse ante las cámaras mostrando atributos para obtener más seguidores.

Por un lado, consideran que si es contenido de videojuegos, se remita a estos y no están de acuerdo que se centre más la cámara a la persona o que el atuendo no es apropiado (entre otras cosas) pasando el juego a un segundo plano pero aun así no están incumpliendo las normas, entonces abre brecha a poder llegar a ser una estrategia de *marketing*.

Por otro lado, las personas defienden que están en su total libertad y que eso no influye en el contenido. Pero es verdad que son dos opiniones completamente opuestas y no existe un punto intermedio o en donde se les dé gusto a todos. Si bien puede que los límites incumplan o no con las normas impuestas por Twitch, es meramente bajo el criterio de la plataforma y la moderación de los canales tanto el contenido depende de ellos y del contexto del video.

Sean cual sean las intenciones (ya sea por gusto o por ganar vistas) los espectadores están obligados a respetar las decisiones que las mujeres (en este caso) tomen respecto a su contenido, sin hacer uso de insultos, ni mensajes sugerentes hipersexualizando sus cuerpos. También si no están de acuerdo en este tipo de contenido lo que se puede hacer es no consumirlo. Más que criticar el contenido de cada persona, si se busca hacer un cambio, se debe iniciar por el consumidor y si no existe el tipo de contenido que uno espera, también invitaría a iniciar a crearlo.

Si se incumple con las reglas existen diferentes sanciones dependiendo de la gravedad del asunto, estas van desde un baneo de 24 horas, tres días, una semana, un mes hasta el baneo permanente. Ya sea que reporten al canal y pase por filtros de revisión o la plataforma lo regule. Entre menos espectadores se tenga en el canal, más difícil es que se haga saber a Twitch que incumple con ciertas reglas, por ejemplo: con un sólo reporte, puede que no se tome en cuenta su revisión, por tanto, sería más fácil que el canal pase desapercibido. El tener muchos espectadores y que obtengan muchos reportes hacia una misma cuenta por el incumplimiento de alguna norma, generaría prioridad en su revisión pero a su vez también podría ser contraproducente. Donde se le otorgara una sanción menor por esa popularidad y por los ingresos obtenidos hacia la plataforma.

Dinámica y jerarquía en Twitch:

La dinámica de los usuarios dentro de la plataforma de Twitch se definirá a continuación. Se debe tener en mente que la plataforma surge de la idea de las suscripciones y donaciones, visualizar los canales es completamente gratis.

Iniciando por los ya mencionados "creadores de contenido" o también conocidos como *streamers* que son usuarios dedicados a grabarse en tiempo real al jugar. Para esto hay dos formas de transmitir, ya sea por celular o por computadora. Muchos de los jugadores, suelen utilizar jerga incomprensible para los que no están inmersos en los videojuegos, la cual se parece mucho a una lengua franca.

Para entender a los espectadores, debemos tener en cuenta el comportamiento de las personas dentro de un grupo, conceptos como psicología social o de las masas donde Freud nos dice:

Cuando se habla de psicología social o de las masas, se suele prescindir de estos vínculos y distinguir como objeto de la indagación la influencia simultánea ejercida sobre el individuo por un gran número de personas con quienes está ligado por algo, al par que en muchos aspectos pueden serle ajenas (Freud, 1921: 67)

Cabe destacar que existen jerarquías dentro de Twitch y son las siguientes:

- Donadores: Son personas que apoyan al canal, ya sea con dólares o euros. Recientemente se implementó una función que se llama “bits” que es la moneda del canal en donde apoyas con un mensaje en la pantalla, la primera vez que compres *bits* te cuesta \$200 MX y te dan un total de 1000 *bits*.
- *Viewers* o espectadores: Están presentes en la transmisión y pueden contar o no con una cuenta de Twitch. Son aquellos observadores que participan activa o pasivamente, pero no dejan su *follow* en el canal.
- *Streamers*, creadores de contenido o emisores: Son las personas encargadas de subir los videos transmitidos en tiempo real y grabarse a ellos mismos.
- Seguidores o *followers*: Aquellos que siguen o dejan su *follow* al *streamer* dentro de Twitch y/o en sus redes sociales.
- Suscriptores: Son los que pagan una vez al mes por recibir recompensas dentro del canal (esto tiene un costo de 4.99 USD y el pago puede ser renovado automáticamente) o si tienen contratado Twitch Prime, uno de sus beneficios es que cada mes pueden suscribirse gratis
- *Mods* o moderadores: Son ayudantes del *streamer* y cuentan con permisos especiales para darle tiempo fuera en el *chat* a alguien o *timeout* (en inglés) a los espectadores que falten al respeto o si el *streamer* lo pide (normalmente son amigos de este).
- VIP: por sus siglas en inglés de *very important people*, es una insignia que le pueden dar al espectador por los motivos que el emisor quiera, ya sea por ser su amigo o por llevar mucho tiempo visualizando el *stream*.

Por último, procederé a explicar otra dinámica. El dar *host* u hospedaje, así como el dar *raid* se puede describir como que un *streamer* al dejar de transmitir, le pasa los espectadores de su canal a otro creador de contenido de su agrado. Este normalmente le agradece la ayuda, ya que ahora cuenta con más personas que lo miran y así se da a conocer a más personas.

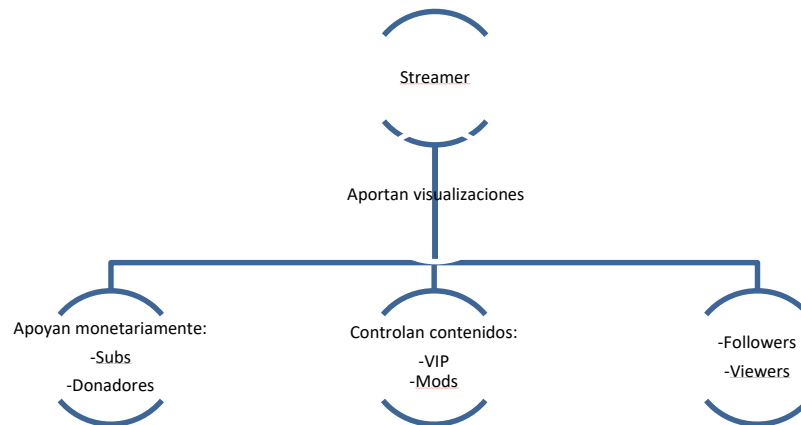


Figura 4: Jerarquía en Twitch, creación propia.

Podemos darnos cuenta que existen vínculos y el personaje principal, llamado *streamer* está ligado a la gente por algo, ya sea por jugar el mismo videojuego, por identificación (puede nacer a raíz de cualquier comunidad que llegue a percibirse en una persona que no es objeto de las pulsiones sexuales) o por otras razones o características.

Cómo realizar transmisiones en vivo en Twitch:

Entre los softwares más conocidos para transmitir en vivo están: Open Broadcaster Software Studio, Streamlabs OBS, Xsplit por mencionar algunos y recientemente salió la beta de Twitch Studio.

Las condiciones óptimas que se requieren para transmitir en vivo sin inconvenientes en la computadora son:

- Una computadora potente para así hacer uso de varias aplicaciones a la vez, así como una buena tarjeta gráfica para que ahí se codifique el directo.
- Buena conexión a internet: para que la transmisión no se pause.
- Conocimiento en softwares como OBS, Streamlabs o algún otro programa para transmitir, así como en su configuración adecuada dependiendo de las características con las que se cuentan.

- Conocimiento básico en: informática, audio, actuación, diseño, *marketing* y el uso de diferentes herramientas o programas auxiliares para su configuración.

Otros accesorios opcionales utilizados para la realización de *streaming* son:

- Cámara web: para que los espectadores se familiaricen con quién es el que está del otro lado de la pantalla.
- Dos pantallas: para leer los comentarios del *chat* en vivo y sea más sencillo.
- Micrófono: ya sea profesional, *headset* o desde la cámara web, esto con el fin de convivir con amigos dentro del juego o para comunicarse con sus espectadores.
- Auriculares: para escuchar los sonidos dentro del juego o a la otra persona dentro de este.
- Pantalla verde o *chroma key*: se utiliza como en el cine, para modificar el fondo.
- Buena iluminación: existen jugadores que depende qué quieran que se observe desde la cámara que hasta cuentan con luces RGB de colores para adornar o tienen aros de luz para dar una buena iluminación frente a la cámara.
- Silla *gamer*: existen en el mercado sillas especializadas como en las oficinas, las cuales te permiten permanecer cómodo estando sentado por un tiempo prolongado.
- Capturadora: para mejorar el rendimiento y quitarle procesos a la computadora o si se requiere grabar en alguna consola de videojuegos.
- Espuma acústica para ruido: si se pretende algo más profesional, al punto de que sea como estudio. Ciertos creadores de contenido invierten en esto.
- Teclado personalizable de 6 teclas para *streaming*: un aparato que te facilita la manipulación de accesos directos que llegues a necesitar.

Este sitio es dedicado a la cultura *gamer*, considerado como una videoteca para los interesados en el tema de los videojuegos. Por nombrar algunos de los juegos

consultados en esta plataforma lo son: *League of Legends*, *World of Warcraft*, *Counter Strike*, *Dota 2*, *Starcraft*, *Fortnite*, entre muchos otros. También se ofreció a sus usuarios la posibilidad de seguir en directo conciertos, tales como el DJ y productor Steve Aoki y eventos como las luchas.

Cabe mencionar que uno de los *iconos* que están dentro de la plataforma es el de Bob Ross (fue un pintor, instructor de arte y presentador de televisión estadounidense creador de *The Joy of Painting*) y esto es debido a que los fines de semana pasan las compilaciones de sus videos transmitidos en la sección de "creativo" el cual tuvo mucho éxito y a pesar de haber fallecido o quizás por eso mismo (la nostalgia) es que el canal cuenta actualmente con 32,061,132 visualizaciones desde su aparición hasta el día de hoy, consultado el 3 de diciembre del 2019 a las 10:20pm. Y tiene más de un millón de seguidores. Otro fenómeno interesante es que el *chat* del canal es activo, la comunidad es muy amable y entre ellos se responden. Cuando dice una frase como "no es un error, es un accidente feliz" todos en el *chat* escriben lo mismo y usan el ícono que tiene su cara. Estas y muchas otras formas más son ejemplos de cómo la gente interactúa dentro de la plataforma.

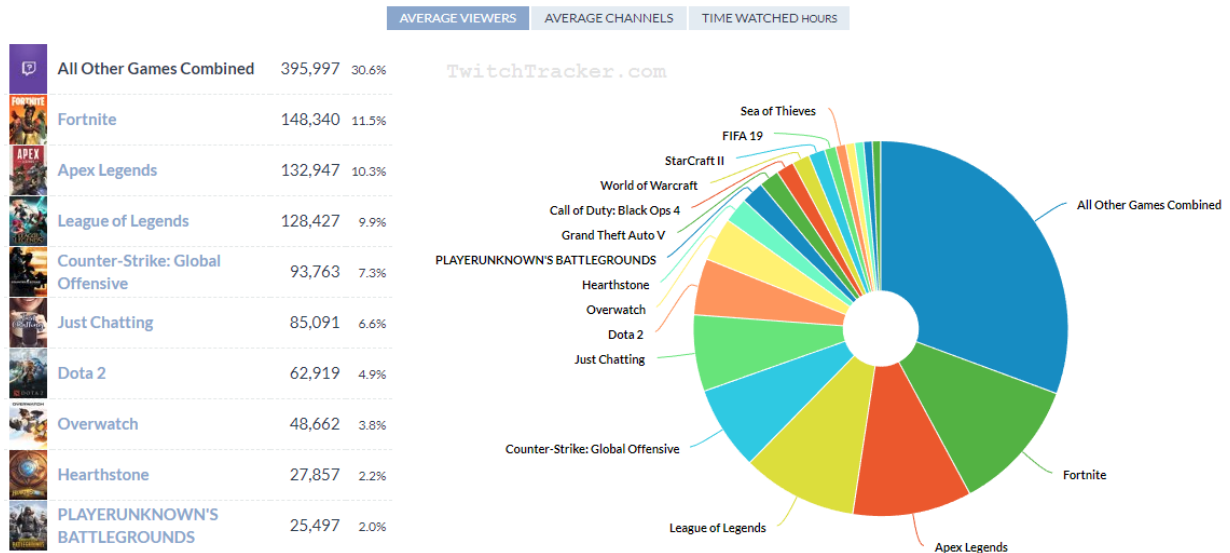
Para poder potencializar la dinámica relacional Novelo nos menciona ciertos puntos, los cuales mencionaré a continuación. Éstos describen la plataforma de Twitch y son: la flexibilidad en la plataforma y la facilidad de su utilización. Twitch se distingue por ser un espacio social de total libertad.

Impacto:

De lo que se trata en este apartado es analizar la tendencia de los jugadores, para ello se tomará en cuenta estadísticas donde se pueden observar los juegos más vistos actualmente. En la siguiente imagen también se puede observar las diversas opciones de estadísticas como la cantidad de canales que transmiten ciertos videojuegos y las horas vistas. Teniendo en cuenta estos datos se puede establecer una relación en donde sea más fácil entender la oferta y demanda dentro de Twitch para así poder jugar algo que tenga pocos creadores de

contenido o canales de ese juego en particular en comparación a la cantidad de espectadores. Esto con el fin de ser más fácil de ser visualizado dentro de la plataforma.

TOP GAMES ON TWITCH LAST 7 DAYS



Gráfica 1: Porcentaje de espectadores en Twitch

En: TwitchTracker.com febrero del 2019.

Como se puede ver en la gráfica número uno, al ser demasiados videojuegos existentes que se transmiten dentro de la plataforma, los no considerados terminan ocupando la mayor cantidad de espacio en la gráfica. Sin embargo, el juego que tiene actualmente más espectadores es *Fortnite*, seguido de *Apex Legends* y *League of Legends*. Algo interesante es que después de *Counter Strike: Global Offensive*, la categoría de *Just Chatting* tiene más espectadores. Esta categoría trata de la vida cotidiana, se puede hablar de casi cualquier tema, se pueden grabar viendo videos o normalmente ponen la cámara en toda la pantalla y ponen atención en convivir con sus espectadores y leerlos a través del *chat*. Esto nos remite a la necesidad del ser social que es necesario cumplir por ambas partes: tanto de los espectadores como por el emisor.

Cabe mencionar que esta tabla cambia constantemente, tan seguido como las tendencias, por eso está dividido en semanas. Esto puede cambiar ya sea por

algún parche del juego, alguna modalidad extra, un juego nuevo o torneos en línea transmitidos por Twitch, entre otras cosas.

A continuación, y tomando en consideración los tres primeros juegos más populares se evaluará su tendencia.

TOP GAMES THROUGH HISTORY BY WEEK



Gráfica 2 en: TwitchTracker.com febrero del 2019.

En esta gráfica se puede observar que el juego *League of Legends*⁸ se ha mantenido estable a pesar de que han sacado juegos nuevos constantemente y considerando que fue su aniversario de diez años de existencia, lo cual es importante de destacar ya que al paso de los años, la gente se va olvidando de juegos anteriores y se va actualizando con los juegos más nuevos y en este caso en particular y por lo menos de momento, no ha pasado aún.

⁸ Los jugadores asumen el papel de un “invocador” que controla un “campeón” con habilidades únicas y pelea contra un equipo de otros jugadores o campeones controlados por computadora. Es un juego gratis de género multiplayer online battle arena (MOBA: en el que un jugador controla un solo personaje en uno de los dos equipos), un videojuego considerado deporte electrónico de estrategia en tiempo real desarrollado y publicado por Riot Games para Microsoft Windows y Mac.

De *Fortnite* (un juego del género *Battle Royale*) es interesante mencionar que se fue impulsando poco a poco hasta llegar a su máximo esplendor y de ahí bajó considerablemente.

En el caso de *Apex Legends* por el contrario, fue tendencia en un primer momento, esto debido a la emoción que había y por ser un juego nuevo. En la gráfica se puede observar que este juego va en caída constante.

Es necesario pensar en estas gráficas como un análisis de los juegos en un tiempo determinado, ya que las capturas están tomadas en la fecha estipulada debajo de la imagen y seguramente al leer este texto ya habrán cambiado esas tendencias por diversos factores. Es importante estar actualizados y tratar de entender qué es lo que se deriva del consumo respecto a factores del juego y de los espectadores. Con el fin de poder decidir qué juego transmitir si se quiere tener mayor audiencia y más visualización al canal.

Para destacar o resaltar dentro de la plataforma Twitch:

Por creación propia de análisis de observación y encuestas a lo largo de casi tres años, considero importante destacar lo que he notado en canales de Twitch de la comunidad de hispanohablantes y más específicamente en el juego *League of Legends* (que es el que he analizado más) basándome en la cantidad de espectadores y características que buscan los usuarios al elegir un canal procederé a nombrar puntos clave que buscan las personas cuando deciden qué ver o por qué motivos lo verían. Basándome también en autores como Goffman, que explica lo siguiente:

Cuando un individuo llega a la presencia de otros, estos tratan por lo común de adquirir información acerca de él o de poner en juego la que ya poseen. Les interesa su status socioeconómico general, su concepto de sí mismo, la actitud que tiene hacia ellos, su competencia, su integridad, etcétera.
(Goffman, 1959: 13)

Muchos de los internautas que apoyan a cierto creador de contenido basándose en la pregunta ¿Qué es lo que motiva al espectador a ver tu contenido? Han sido observados o apoyados en un primer momento por las siguientes razones, que tienen que ver con las motivaciones que tienen los espectadores hacia los creadores de contenido:

- Por identificación: Ya sea que cumpla con valores semejantes, por una u otra razón siente ese placer en querer ser como él o sentirse identificado con esa persona.
- Por ser jugador profesional: se relaciona con el sentido de admiración y aprendizaje, los espectadores normalmente buscan aprender de los mejores y es lo que buscan al consumir este tipo de contenido, apoyan al individuo, pero no necesariamente generan un lazo estrecho ya que es más una figura pública para ellos.
- Por la atracción física: si la persona juega el mismo juego que te gusta y además le añades que te atrae, es un extra en donde decides pasar horas mirando o interactuando con esa persona.
- Por ser divertido: como pasa con la televisión, uno elige un canal en donde se la está pasando bien y sacia su necesidad de entretenimiento.
- Por la interacción recibida: otro de los motivos por los cuales alguien decide quedarse en cierto canal es por ser reconocido dentro del *chat*, a muchas personas les gusta que recuerden su nombre y/o no sea simplemente una emisión, en donde únicamente se dé información de algo, sino buscan el ser escuchados para que la comunicación humana no sea limitada. Y si tienen muchos espectadores y se toman la molestia de leerlos, es un extra.
- Por el contenido: si consideran que es de calidad, que les aporta algo. Los primeros minutos de visualización son claves para que la gente permanezca en ese canal.
- Por los sorteos: ya sea realizando dinámicas constantemente de parte del *streamer* para sentirse parte de la comunidad. A los espectadores les gusta participar en sorteos si es que no requiere esfuerzo o dinero. También tiene

que ver con la recompensa o premio, que les agradezcan ese apoyo por seguirlos en sus redes o hacer difusión del canal cumple esta parte de satisfacción mutua (entre el emisor y el receptor). Entre más actividades o dinámicas se hagan y guste de la gente, más usuarios se van acercando.

- Por recomendación: ya sea por cualquiera de los puntos ya mencionados, alguien comienza y se queda a ver la transmisión de un canal nuevo para ellos si es recomendado por alguien más.
- Por ser famoso: Por mencionar algunos casos dentro de Twitch ha sido el de Mia Khalifa y Werevertumorro, entre otros personajes de diferentes medios que ya cuentan con muchos seguidores y comienzan a hacer transmisiones en vivo en la plataforma de Twitch, por el simple hecho de la curiosidad inicialmente ven o buscan a estos personajes dentro de la plataforma.

También las relaciones sociales que se hacen dentro de esta plataforma, como contactos son bases para ayuda mutua y poder destacar. De aquí se desprende para que el contenido audiovisual sea conocido y ha habido historias que gracias a esta red social se convierten en *influencers* o jugadores profesionales, analistas, *casters* (comentaristas en español) y también en la categoría de *Creative*, donde muchos editan en *Photoshop* o practican el dibujo digital llegan a ser contratados más allá de esta plataforma. Incluso para la creación de íconos del canal o en inglés, los *emotes* dentro de Twitch. Todo esto mencionado es un ejemplo más claro de cómo se va formando el capital social dentro de la plataforma.

Cabe mencionar que, si se pretende empezar a realizar transmisiones o vivir de ello, debe ser un trabajo constante y de preferencia tener horarios. Entre más tiempo se transmita, mayor la posibilidad de darse a conocer o tener más minutos de visualización. No hay una fórmula en específico para poder destacar, pero estas recomendaciones han sido parte de lo que me he percatado a lo largo del tiempo haciendo análisis de observación y con las entrevistas. Así que mi recomendación es prueba y error para ver qué le funciona a cada persona dependiendo de sus propios talentos, ejemplo: alguien puede ser muy sociable

pero no jugar demasiado bien, entonces se debe trabajar aquellas cualidades para sobresalir dentro de este medio.

Twitch como procuración de fondos:

En el sismo del 19 de septiembre del 2017, muchos de los *streamers* mexicanos recaudaron fondos para los afectados, lo cual tenía una causa de filantropía, para dar apoyo a los que lo requerían en ese desastre natural. Lo que respecta a filantropía tenemos que tomar en cuenta que la raíz de la palabra viene de “amor” y “hombre” y se refiere a reducir el sufrimiento humano y dar apoyo a quien menos tiene.

Este panorama me abrió pauta a querer asociarlo ya que tienen muchas cosas en común, es la teoría que muchos que se dedican a transmitir en vivo en la plataforma de Twitch desconocen y que al paso del tiempo van empleando estas fases sin si quiera darse cuenta de ello.

Mónica Stettner habla respecto a procuración de fondos y la filantropía basándose en el texto llamado *Achieving Excellence in Fund Raising* escrito por Hank Rosso's en el año 2011. Nos menciona que las fases de la procuración de fondos son: el análisis, la planeación, ejecución, agradecimiento y rendición de cuentas. Como Twitch es una plataforma en donde apoyas directamente al *streamer* todos estos aspectos se relacionan en concreto con la plataforma. Hablaremos más a continuación de cada una de esas fases que son esenciales para el cumplimiento exitoso de causas sociales dentro de la plataforma de Twitch.

Empezando por análisis, se refiere a observar el mercado, a la pertinencia de la causa, la competencia, entre otras cosas. De la planeación, hace énfasis en la elaboración del caso, definición de objetivos, necesidades, metas financieras, prospectos, tipos de donativos, duración de la campaña, voluntarios que participen y las técnicas de solicitud de donativos. De la ejecución trata de la etapa de solicitud de donativos y su realización. Agradecimientos, es de suma importancia ya que sin el apoyo y colaboración de las personas no se podría lograr aquella causa. Rendición de cuentas es la parte enfocada a plasmar cómo se utilizaron los

recursos para que todo sea transparente y la parte de resultados en donde se comprueba si se llegó a su cometido.

Las personas que componen la procuración de fondos lo son: el patronato y presidente o líder (en el caso de Twitch sería el propio *streamer* o creador de contenido). Con lo que respecta al primero, el patronato es el grupo de personas que se unen para apoyar una causa en común (en nuestro caso serían los espectadores y/o donadores). Los miembros de un patronato son los voluntarios principales para la causa. El rol del presidente o líder debe de ser aquel que tenga visión, que sea imparcial, que sea visible sin ser protagónico y que tenga calidad humana. Las razones para ser miembro de aquella causa pueden ser por pertenencia, identificación con la causa, por sentir culpa o por tradición, entre otros aspectos.

Aquel prospecto puede convertirse en un donante y aquel "no" se puede convertir en un "sí" al averiguar quiénes apoyan o les interesa la causa. También se puede aportar con donativos en especie. Hay que considerar también que las relaciones con prospectos se pueden construir a través de relaciones y no encuentros (para que sean relaciones a largo plazo).

Todos estos aspectos ya mencionados son tomados a partir de la teoría respecto a la procuración de fondos ya que son bastantes a fines a la plataforma de Twitch que tiene ese objetivo principal de ingresos a través de donaciones. Por tanto, es una estrategia el poder retomar esta teoría (aunque no fue vista a profundidad pero si mencionada) para tenerla en cuenta y emplearla, sobre todo si se pretende ayudar en alguna causa social a futuro.

Cuestión de género dentro de Twitch:

Otra cuestión importante dentro de Twitch es el caso de género dentro de esta plataforma. Expresiones como "Eres mujer, deberías estar en la cocina." o "No deberías estar jugando videojuegos por ser mujer." son unas de las frases más comunes escuchadas dentro del ámbito los videojuegos, en donde se puede ver claramente la discriminación y pautas sociales existentes. Así como la crítica a

las mujeres que se pasan mostrando su cuerpo para llamar la atención más de lo que juegan dentro de la plataforma.

En gran medida los canales de mujeres que más destacan en la plataforma pueden ser identificados por ciertas características como el ser atractiva a la vista, ponerse poca ropa, mostrar escotes, algunas se la pasan haciendo *zings*⁹ en la mayor parte de la transmisión o destacan por poner prioridad en su cámara web (el tamaño que abarca es en mayor medida su rostro o cuerpo a comparación de la transmisión del juego). Lo que causa que algunas personas que las observan les falten al respeto en ciertas ocasiones y analizando el comportamiento que ellas toman en estas situaciones puede ser desde que a algunas mujeres parece no afectarles mientras se les hagan donaciones, mientras que a otras por el contrario prefieren no leer el *chat* o ignoran ese tipo de comentarios. Lo que es cierto es que estas características generan mayor cantidad de espectadores ya sea por el morbo, por las ganas de estar molestándolas u otras variables.

Es importante señalar que dentro de Twitch existe gran variedad entre los canales de jugadoras mujeres o diseñadoras, no únicamente las características ya mencionadas que tienen que ver con *marketing*, muchas otras ni cámara web deciden poner y así se concentran mejor, algunas muestran lo que dibujan y conviven con el *chat*, otras más no leen el *chat* y sólo juegan, al final depende de cada chica y de cómo decida presentarse en la web.

Quizás por el anonimato dentro de Twitch y lo fácil que es el crear una cuenta sea que la razón principal por la que existe mucho *hate* o comportamientos tóxicos dentro de la comunidad ya que a su vez no reciben más que un baneo dentro de ese *stream* al que están molestando y a pesar de que los usuarios pueden ser reportados, nuevamente pasan por un filtro en donde Twitch determina el castigo.

⁹ Un *zing* consiste en escribir un mensaje en el cuerpo o en un papel, que puede ser el nombre de alguien o cuenta de Twitter, Facebook o alguna otra red social y sacar una foto. Para crear el *zing* sólo debes tomar la foto con el mensaje o nombre de la persona que quieres publicitar.

Otro aspecto a considerar del género es que dentro de los eSports, el número de mujeres en participar en torneos es menor en títulos competitivos, aproximadamente una mujer por cada diez hombres. Esto ocurre porque es más complicado que no sean vistas únicamente como publicidad (prefieren contratarlas por la belleza o cantidad de seguidores para así hacer crecer su página más que por cómo juegan) y cuando son consideradas para ser jugadoras profesionales, a veces les ponen trabas o sólo las ponen de suplentes, además que Internet puede ser un terreno hostil. La presión, los comentarios y otros aspectos hacen que sea aún más complicado este terreno para ellas.

Conclusiones de Twitch:

Volviendo al tema de Twitch, también es un medio por el cual el jugador decide qué juegos comprar al ver la experiencia que otras personas tienen jugando cuales quieran que sean los juegos transmitidos, es un fenómeno a nivel mundial en donde los medios se han transformado de emisores únicamente (como lo era la televisión) a lo que es ahora, una construcción de una mejor comunicación en donde existe una retroalimentación o dicho en inglés, *feedback*. Ya el receptor es participante dentro de la dinámica de Twitch y dentro de los videojuegos en sí. Por tanto, los medios tradicionales en edades de jóvenes cada vez más frecuentemente han sido desplazados a redes sociales por Internet.

Además de lo ya mencionado existen diversas herramientas para la obtención de capital económico tales como *Loots* y extensiones que puedes agregar en el canal. Los *Loots* consisten en comerciales en la pantalla que los espectadores pueden mandar al crearse una cuenta y escribir un mensaje al *streamer*. Cada cierto tiempo sale el mensaje en pantalla junto con un comercial y así se genera poco a poco ingreso extra.

No existe una fórmula inequívoca para subir de espectadores dentro de la plataforma, esto depende de diversos factores y de cómo le va funcionando a cada persona en base a una introspección personal definiendo los puntos fuertes.

También cada persona elige el tipo de seguidores que tendrá, si sus *streams* los rige con valores como el respeto sus espectadores seguirán ese comportamiento.

Es un tema amplio que se puede abordar desde muchas aristas y en diferentes ámbitos, me gustaría invitarlos a que se sumerjan y la investiguen, al inicio no podía entender en un primer momento cómo era que las personas preferían ver los juegos de alguien más en lugar de jugar, de hecho, no podía pasar horas en la computadora viendo a una persona únicamente, me parecía un monólogo, pero al pasar el tiempo fui comprendiendo lo que los espectadores buscaban y con este capítulo espero haberlo transmitido.

Cabe mencionar que Twitch es considerada una red social y no un buscador ya que esta diferencia recae en la posibilidad de la generación de capital social ya mencionado con anterioridad. Otra de las posibles diferencias con YouTube es que esta plataforma es considerada más un buscador de videos, a pesar de incluir como en Twitch un *chat* en tiempo real y también intentar crear su apartado llamado YouTube Gaming, el cual no tuvo el mismo éxito y cerro su aplicación de *streaming* con la que *Google* pretendía competir con Twitch.

Considero importante señalar que para atraer a más personas dentro de Twitch es necesario el uso de otras redes sociales como lo son: Twitter, Facebook, Instagram y YouTube, en donde el contenido es de suma importancia para el tráfico de personas redireccionadas hacia Twitch.

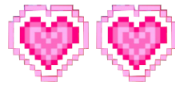
Una de las preocupaciones hacia Twitch por parte de los *streamers* es la paga. Existen tres modalidades de suscripciones en donde los suscriptores eligen pagar \$4.99 USD al mes, 9.99 USD o 24.99 dólares por suscripción a un canal. A los creadores de contenido se les paga la mitad de los ingresos, Twitch se queda con la otra mitad.

Se le debe restar impuestos, cuotas de autónomo y demás. Existen dos niveles de *streamers* los afiliados y los *partners* y a pesar de que en ambos casos los ingresos llegan a través de la publicidad, el pago de los suscriptores y los bits, los *partners* o socios tienen algunas ventajas como lo son: el almacenar sus

videos durante más tiempo, el poder desbloquear más íconos para su canal, el plazo de pago es menor y para aquellos que son pioneros en la plataforma en lugar de ganar 50% ellos 50% la plataforma, pudieron conseguir hasta un 80% ellos 20% Twitch, depende el contrato obtenido.

También algunos pioneros dentro de Twitch no tienen restricción al hacer contenido en otras plataformas, mientras que los *streamers* que son más nuevos lo tienen estrictamente prohibido y muchos se quejan de ello pero no tienen ese conocimiento de la situación. Es hasta no obtener al menos 100 dolares en total, que se recibirá el pago.

Capítulo II



Capital Social y Vida Cotidiana

Este capítulo nos hablará brevemente del concepto de capital social, destacando los autores más importantes como lo son: Durkheim, Bordieu, Marx, Coleman, entre otros. Surge gracias a ciertas circunstancias como lo son la confianza, los valores, las normas y las conexiones. El objetivo principal es enlazar los elementos básicos que se considera se pueden obtener dentro de la plataforma de la que ya hemos estado mencionando y relacionarlos con el capital social.

Entre las aportaciones de Weber, lo más importante a destacar es respecto a la acción social. Nos dice que toda acción social puede ser racional con arreglo a: fines, valores, afectiva y tradicional. (Weber, 1964) Esto lo debemos tener presente con forme avancemos con el texto ya que son las intenciones que motivan a las personas.

Cabe mencionar que no existe una definición exacta del concepto de capital social, sino ha sido una construcción de diferentes autores para poder tener un referente de este concepto. Esto hay que tomarlo en cuenta para que a lo largo de la lectura se vaya creando un referente y poder comprenderlo. Este apartado está dividido en subcapítulos como lo es el de “Capital Social”, en donde se hablará de la creación del concepto desde sus inicios y se incluirá una visión positiva tanto negativa del uso de Internet. Más adelante se hablará de otro concepto, el de “vida cotidiana” basado en diversos autores, pero tomando en cuenta principalmente a Agnes Heller (socióloga marxista). En este capítulo se desglosarán los puntos esenciales que dan pie a este concepto.

La importancia del concepto de vida cotidiana y por qué se relaciona con la plataforma es por una adaptación de lo que se realizaba antes de hacer *streaming* o contenido y más adelante al realizarlo con regularidad. Las costumbres y lo que se hace día a día se va transformando hasta hacerse una rutina, por esta razón es necesario el concepto, así entender ese proceso.

2.1 Capital Social

Para comprender este concepto se debe iniciar por capital seguido de las formas primarias del capital que son: capital humano, cultural y social.

¿Qué es capital social? Karl Marx establece que el capital es un valor obtenido por la burguesía o los capitalistas en el cual controlan los medios de producción. Otra aportación importante del autor ya mencionado lo es el de las relaciones sociales, que además de generar interacción social, llevan a cabo procesos de producción. (López, 2011: 56)

Una de las formas primarias del capital lo es el capital humano y para comprender mejor el concepto, Novelo dice:

El capital humano que no es producto del esfuerzo físico, sino que es un valor agregado en el trabajador. Este tipo de capital se hace presente cuando un trabajador adquiere conocimientos y desarrolla habilidades que pueden ser utilizados para negociar la participación en los procesos de producción. Este capital se obtiene fundamentalmente a través de la educación, los cursos o bien la experiencia de los trabajadores. (López, 2011: 56)

En segundo lugar, hablaremos del capital cultural, el cual es elaborado por la clase dominante, que impone su cultura por medio de la educación, para internalizar los significados y conocimientos de las próximas generaciones para así preservarlos.

Para Phillip Howard "el capital social podría definirse como a quién conocemos y el capital cultural podría definirse como las cosas que sabemos" (López, 2011: 82)

Del concepto de capital social como tal no hay una definición precisa y algunos investigadores acotan el término a la estructura de las relaciones que un individuo obtiene en una red y que determinan su comportamiento individual.

Uno de los autores que aportó al concepto de capital social es Emile Durkeim y para ello es fundamental tener en cuenta que a finales del siglo XIX, Durkheim mencionaba ya dentro de las sociedades modernas la importancia de las relaciones sociales en la cooperación social como fuente esencial de solidaridad social. También diferenciaba la solidaridad entre mecánica y orgánica. La primera es característica de las sociedades premodernas basada en la igualdad de tareas. La segunda es propia de sociedades modernas basada en interdependencia con base cooperativa. (López, 2011: 57)

Otro de los autores importantes para este concepto lo es Max Weber, hablando de la acción social. Weber en su texto de *Economía y sociedad* resalta lo siguiente:

la acción social se orienta por las acciones de otros, las cuales pueden ser pasadas, presentes o esperadas como futuras... los otros pueden ser individualizados y conocidos o una pluralidad de individuos indeterminados y completamente desconocidos. (Weber, 1964: 18)

Esto nos ayuda a comprender la colaboración e integración de un grupo social, haciendo referencia a adaptarse al comportamiento respecto de otros individuos con el cual el comportamiento de los otros, marca su propio comportamiento. Lo

cual nos ayudará más adelante a entender el comportamiento de los individuos dentro de la plataforma de Twitch.

El concepto de “comunidad” es de relevancia para nuestro estudio ya que, Hanifan nos menciona que la comunidad es un conjunto de individuos que se beneficia de la cooperación de todas sus partes. Tomando este mismo pensamiento y aplicándolo en el caso de Twitch tenemos la colaboración de las personas que se identifican a sí mismas como *gamers* y/o *streamers*, que ayudan a crecer la plataforma de diferentes maneras y por ello muchas de las personas se sienten parte de una comunidad de Twitch ya sea por seguir a algún *streamer* en específico o porque se reconocen a sí mismos como jugadores.

Pierre Bourdieu define capital social como "un agregado potencial o actual de los recursos que se acumulan en un individuo o grupo social a través de la generación de relaciones o contactos durables más o menos institucionalizados y de mutuo acuerdo y reconocimiento" (Bourdieu, 1985: 248) en el libro *Formas del Capital* escrito en el año de 1985 haciendo una diferencia entre capital económico, social y cultural. Para Bourdieu, es un medio para tener acceso a otros tipos de capital cuyo resultado se puede sintetizar en la posesión del capital económico.

Otro de los aspectos importantes para este autor es la durabilidad y densidad de los lazos o conexiones. El capital se muestra en tres formas ya mencionadas: económico (que se transforma en dinero), cultural (que puede institucionalizarse) y capital social. Este último a base de obligaciones sociales y en algunas condiciones puede llegar a ser capital económico. (López, 2011: 64)

Tomando en cuenta la siguiente aseveración "el capital social va a estar determinado por el tamaño de las relaciones y redes que el individuo haya construido, y el uso que los individuos hagan de los recursos existentes en las conexiones y redes previamente establecidas." (López, 2011: 65) Siguiendo esta misma lógica podemos decir que en la red social de Internet, Twitch se observa que dependiendo de los espectadores obtenidos de cada transmisión en vivo, se

puede facilitar o no el impacto que se tiene tanto en el *chat* como en la adquisición de una posible donación.

Otro punto importante mencionado en el texto de Novelo es la desigualdad económica que genera y mantiene este tipo de capital ya que al contar con mayor nivel económico, se obtiene mayor nivel de capital social.

Para James S. Coleman el capital social debe facilitar la acción individual o colectiva dentro de una sociedad desprendida de las redes sociales. (López, 2011: 65) Y se crea justo donde las relaciones entre individuos se coordinan para facilitar una acción colectiva. Se basa en el intercambio de favores entre individuos que forman parte de la misma estructura social. Esto resumido en la comunidad de jugadores dentro de Twitch por mencionar un ejemplo sería el siguiente: Cuando un *streamer* colabora con otro ya sea por expandir su propio canal o para hacer más entretenido el directo, se le da créditos a la otra persona y normalmente ambos mencionan sus redes sociales personales para hacer crecer su comunidad y así darse a conocer. Novelo explica:

La creación del capital social se manifiesta en el momento en que un individuo hace algo a favor de otro, confiando en que ese otro se comportará de manera recíproca en el futuro. Esta lógica se aplica en muchas oportunidades entre usuarios de las redes sociales en Internet, lo que no implica que sea constante.

Por lo cual, las relaciones obtenidas dentro de esta plataforma se plantean que sirvan en un futuro, para un beneficio entre ambas partes. A continuación, se mencionarán valores o características propias del capital social:

- Igualdad
- Interdependencia
- Buena voluntad
- Compañerismo
- Empatía: Nace de la identificación.
- Simpatía

- Confianza social: Elemento cognitivo que caracteriza los valores morales y las actitudes, en ocasiones es consecuencia de la participación en relaciones sociales y en el apoyo social. (López, 2011: 88)
- Apoyo mutuo
- Normas
- Sentimiento de mutua obligación

Estas variables que son parte del capital social y dadas por López Novelo las tomaremos en cuenta más adelante en las entrevistas a profundidad para no olvidarlas ya que son parte fundamental de este estudio para comprobar el aspecto de capital social dentro de Twitch.

Coleman afirma que el capital social es un recurso a partir de la realización de favores convertidos en obligación donde el individuo alcanza sus propios objetivos. (López, 2011: 66)

Para Robert Putnam hay tres elementos fundamentales que son constantes en las redes sociales en línea y que generan relaciones de solidaridad, estos elementos son: conexiones, normas y confianza. Esta última se define como "un elemento cognitivo que caracteriza los valores morales y las actitudes, en ocasiones es consecuencia de la participación en relaciones sociales y en el apoyo social" (López, 2011: 88).

Entre más grado haya de confianza, mayor probabilidad de cooperación. Esta lógica nos habla de la reciprocidad entre los individuos dentro de las redes sociales.

De acuerdo con Francis Fukuyama, el capital social es la existencia específica de valores informales o normas establecidas entre los miembros de un grupo que permiten la cooperación y construcción de confianza entre ellos. Así como la adquisición de virtudes: lealtad, honestidad y dependencia. También parte del supuesto de que el capital social es igual de importante que el capital físico y económico.

Nos define el capital social como "la habilidad que tienen las personas de trabajar juntos con un propósito común. La confianza es un elemento fundamental en la construcción de las redes sociales reales y digitales." (López, 2011: 72)

Otro de los puntos que menciona este autor es que a pesar de que la confianza es un elemento esencial en la conformación de las redes sociales, no determina las redes de carácter digital.

Un aspecto a considerar por el autor también lo son las culturas ya que, si cuentan con un alto índice de confianza, mayor es la creación de capital social y a su vez se convierte en crecimiento económico.

El capital social y en específico esta investigación no podría analizarse de tal manera sin las Tecnologías de la Información y Comunicación, conocidas como TIC, así como la llegada de Internet. Novelo nos dice que "El capital social no es un bien individual sino un recurso accesible en una red social" (López Novelo, 2011, pág. 77) En nuestro caso, de Twitch.

Internet facilita la comprensión del capital social ya que esta tecnología ayuda a potencializar su construcción y parte importante lo es el estudio de su uso. Los internautas que lo utilizan, por mencionar algunos ejemplos van desde la búsqueda de información, el juego en línea, hasta la comunicación, relación en línea, la exploración y la apropiación.

James E. Katz y Ronald E. Rice mencionan lo positivo y negativo del uso de esta tecnología y se destaca lo siguiente:

Visión positiva:

La libertad y el poder socializar con personas de niveles altos de educación que pueden ayudar a solucionar problemas de la vida cotidiana (concepto del que se hablará más adelante).

"Los individuos y grupos que utilizan Internet, leen más, tienden a trabajar en patrones organizativos interesantes que se aprovechan de las redes de

conocimiento y sobre todo tienden a formar comunidades a través de las cuales construyen capital social de puente¹⁰ o de lazos fuertes¹¹" (López Novelo, 2011, pág. 81)

Permite la comunicación en cualquier lugar del mundo, sin barreras geográficas. Es un espacio de rápida difusión y uso fácil para comunicarse, colaborar y relacionarse con individuos. Las conexiones en red trascienden en el tiempo y espacio, por tanto, podemos conectarnos a la hora que sea y con quien sea accediendo a espacios en cualquier parte del mundo indirecta o directamente. También ayuda al establecimiento de nuevas formas de relación social que a través del tiempo salen del ciberespacio y continúan en el espacio real.

Contribuye al capital social creando capital colectivo e individual. También promueve y fomenta la interacción, interactividad, expresión social y participación logrando nuevas formas de interacción social. Genera redes de conocimiento, apoyo, etcétera.

Otro de los puntos a destacar de Internet lo son sus usos innovadores ya que en particular dentro de Twitch se cuenta con un *chat* en tiempo real de las transmisiones en vivo, en las cuales hay una nueva forma de interacción, no solamente de emisión sino de recepción y respuesta. Elementos fundamentales en la comunicación.

Visión negativa:

Las fuerzas comerciales y tecnológicas controlan esta tecnología, por tanto existe desinformación.

Existe una desigualdad al acceso a las redes sociales en Internet donde los países de primer mundo que cuentan con infraestructura y con alfabetización digital tienen grandes posibilidades de acceso al capital social. Mientras que los países en vía de desarrollo no tienen esta posibilidad y por esta razón no cuentan

¹⁰ Las relaciones de puente son de carácter heterogéneo, basada en algunas diferencias. (López, 2011: 89)

¹¹ Las relaciones de lazos fuertes son establecidas con personas homogéneas o parecidas a uno mismo. (López, 2011: 89)

con el uso de las TIC, por tanto, no generan capital social dentro de las redes digitales.

Contenidos carentes de validez, de investigación o valor académico. También existe la posibilidad de que se formen comunidades dedicadas a la delincuencia, fraude o chantaje.

Para analizar desde otra arista el comportamiento social, es prescindible tomar en cuenta la psicología (entre otras ciencias más) pero enfocándonos en esta, la psicología de las masas de Sigmund Freud nos abre un panorama interesante de analizar.

Cuando se habla de psicología social o de las masas, se suele prescindir de estos vínculos y distinguir como objeto de la indagación la influencia simultánea ejercida sobre el individuo por un gran número de personas con quienes está ligado por algo, al par que en muchos aspectos pueden serle ajenas. (Freud, 1921, pág. 67)

Con esta afirmación podemos darnos cuenta que existen vínculos dentro de Twitch donde el *streamer* está ligado a la gente por algo, ya sea el mismo videojuego que los espectadores conocen, ya sea por identificación, u otras características.

Así mismo dentro de Twitch existen comunidades donde los espectadores apoyan a su *streamer* llámense *fans* y esta figura esté o no esté en lo correcto, lo secundan igualmente.

He aquí el rasgo más notable de una masa psicológica: cualesquiera que sean los individuos que la componen y por diversos o semejantes que puedan ser su modo de vida, sus ocupaciones, su carácter o su inteligencia, el mero hecho de hallarse transformados en una masa los dota de una especie de alma colectiva en virtud de la cual sienten, piensan y actúan de manera enteramente distinta de como sentiría, pensaría y actuaría cada uno de ellos en forma aislada. (Freud, 1921, pág. 70)

Esta aseveración no sólo es notable en el caso de la comunidad de Twitch, esta conducta también se puede observar dentro de cualquier comunidad de un juego en línea, sobre todo aquellos que cuentan con un *chat* global y se contempla un notable cambio en la forma de actuar. dejándose llevar por las masas. Por dar un ejemplo, si la comunidad de un juego es tóxica, se tiende a seguir ese mismo comportamiento por contagio. Otro punto a considerar es que dentro de Internet existe esa posibilidad de que las personas se desinhiban mucho más a lo que usualmente harían.

Para finalizar, es importante tener en mente que el acceso al capital social no es posible para todo el público en general, por tanto, es de carácter semipúblico. Y esto limita nuestro objeto de estudio en esta investigación, quedándonos con aquellos que tienen acceso a Internet y a la red social o plataforma que es Twitch.

2.2 Vida Cotidiana

Lo esencial de este apartado será entender lo que es el término vida cotidiana para así poder tener un análisis más profundo siempre tratando de dar ejemplos de lo que es y lo que respecta a este término dentro de Twitch. Para ello se utilizará el texto de Agnes Heller titulado *Sociología de la vida cotidiana* y también se contemplará a Luckás para fundamentar este concepto.

Para comprender el concepto de vida cotidiana, Heller nos dice lo siguiente "La vida cotidiana es el conjunto de actividades que caracterizan la reproducción de los hombres particulares, los cuales, a su vez, crean la posibilidad de la reproducción social." (Heller, 1967: 25) también que "... en toda sociedad hay una vida cotidiana y todo hombre, sea cual sea su lugar ocupado en la división social

del trabajo, tiene una vida cotidiana." (Ibíd.) Esto se irá explicando poco a poco a lo largo de este capítulo.

El texto de Agnes nos menciona "...los grandes conflictos que se verifican en el conjunto social provienen de los conflictos de la vida cotidiana, intentan darles una respuesta y, apenas estos conflictos quedan resueltos, desembocan de nuevo en la vida cotidiana transformándola y reestructurándola." (Ibíd.: 88)

Las redes sociales de Internet y principalmente dentro de Twitch esta aseveración tiene sentido y ejemplo específico de ello sería que en el terremoto del 19 de septiembre del 2017 muchos de los *streamers* reestructuraron la dinámica social de su propio *stream* para recaudar fondos a asociaciones, brigadas (entre ellas la Cruz Roja y Brigada de Rescate Topos Tlatelolco) esto a pesar de que varios de los participantes ya sean donadores o los propios *streamers* no se encontraban cerca de las zonas afectadas. Transformando aquel desastre natural en fomentar la filantropía en sus seguidores.

Otro de los puntos a considerar mencionados en el texto es el siguiente:

En la moderna sociedad industrial, donde todos los medios, los artículos superfluos, los modelos de comportamiento y los clichés, el consumo y la imitación de los cuales agota toda la vida de los hombres, son proporcionados por la producción social como «productos acabados», el consumo (incluso en sentido económico) va extendiendo su propio ámbito al interior de la vida cotidiana, e incluso la pasividad tiende a crecer en volumen y amplitud. (Heller, 1967: 91)

Esta afirmación se puede señalar dentro de la comunidad de Twitch a través de los *gamers* que al paso de los años y con el avance en el mercado se han creado

innumerables artículos de ornamento como lo son las luces RGB¹², los peluches o mochilas de diversos personajes de videojuegos, los accesorios como auriculares, entre otros. En donde cada creador de contenido se esfuerza por mostrar el mejor *setup* en pantalla para destacar. Y también tomando el modelo de consumo dentro de este espacio, los patrocinios o *sponsors* es como toman lugar gracias a la cantidad de personas que pueden llegar a ver las transmisiones en vivo y las empresas, cada vez más frecuentemente busca a este tipo de *influencers* para poder hacer uso de la mercadotecnia y específicamente dirigirse al público de jugadores (les conviene sobre todo a los que venden computadoras o periféricos).

Agnes Heller menciona que el saber cotidiano es una categoría objetiva y normativa. También que “El desarrollo de los medios de producción y el cambio de las relaciones sociales pueden ser tan rápidos que no sólo las generaciones más jóvenes toman una parte de su saber de otras fuentes, sino que las mismas generaciones más viejas están obligadas a aprender de nuevo, a apropiarse de un nuevo saber cotidiano” (Heller, 1967: 266)

Y este ejemplo nos remite al cambio de la televisión a los nuevos medios como lo es el *streaming* y las nuevas tecnologías que si bien es cierto que las generaciones más viejas tienen un choque de generaciones, en las cuales muchas personas mayores no saben utilizar un teléfono inteligente y desconocen toda la capacidad que conlleva este aparato, muchos otros poco a poco han incorporado esta tecnología en su vida diaria. Lo que ha contribuido a que la televisión no tenga el impacto que se tenía hace unos años y el caso contrario de las plataformas de *streaming* como lo es Twitch que van en auge y en un proceso de adaptación.

El texto de Heller también menciona que el saber cotidiano es transmitido a las nuevas generaciones a través de los padres y ancianos, en general mediante

¹²RGB es una sigla formada por los términos de la lengua inglesa red (rojo), green (verde) y blue (azúl).

las generaciones adultas, pero a su vez, lo es gracias a la escuela, la prensa como la radio y televisión que participan como medios de comunicación de masas. Éstos últimos se convierten en medios eficaces de manipulación.

Una de las características del pensamiento cotidiano son el interés y la curiosidad. La verdad es en la vida cotidiana una categoría de valor. Heller menciona un proverbio que dice “El que tiene juicio aprende a expensas de los demás” (Heller, 1967: 281) y esto nos explica que la reflexión obtenida después de puede referirse no sólo a las acciones propias, sino a al destino o acciones de los demás y que este método es usual en la vida cotidiana para obtener experiencias.

De Marx, Heller señala que “la ignorancia como un demonio, una fuente de innumerables tragedias. Pero de ella se derivan, además de las grandes tragedias muy a menudo los fracasos menores de la vida cotidiana” (Heller, 1967: 282) Con este señalamiento, aterrizándolo en nuestro tema, podemos mencionar que el hecho de hacer transmisiones en vivo son hechos pragmáticos y basados en la repetición, que a su vez tiende a ser prueba y error. Por dar un ejemplo y haciendo una hipótesis: al asumir ciertas actitudes de enojo dentro del juego puede que eso aleje a los espectadores. Caso contrario que a pesar de que tu equipo no coopere contigo dentro del juego, simplemente te ríes y esta acción genere interés en los *viewers*.

También al hablar de vida cotidiana cabe señalar que son frecuentes los debates sobre la verdad y esto se puede plasmar al observar a ciertos generadores de contenidos que hablan de temas polémicos y dan su propia perspectiva u opinión de un caso en particular. Poniéndose así en una postura y tratando de defenderla, aunque también es necesario mencionar que esto se da mucho con fines de morbo por el “chisme” de la vida privada de otras personas. Lo que genera más visitas al canal, estadísticamente hablando. Siguiendo esta premisa “Conocer un fenómeno en el plano de la episteme no significa simplemente poder reaccionar ante él (o bien saberlo producir), sino conocer la conexión que lo liga a otros fenómenos.” (Ibíd.: 287) un ejemplo son las

tendencias y cómo poder entenderlas mejor para que ayude en el tipo de contenido que se quiere generar.

Por último, daré un ejemplo respecto a vida cotidiana para mostrar que al dedicarte de lleno a crear contenido en la plataforma, se van transformando algunos aspectos para crear esa rutina vista ya como una forma de vida. El siguiente caso será plasmado en un caso en particular que me llamó la atención porque usó la frase “vida cotidiana” refiriéndose a hacer directos. Más adelante en las entrevistas también se planea explicar cómo cada entrevistado ha modificado su comportamiento en base a ser *streamers* y cómo es que era su vida antes de conocer Twitch y a qué se dedicaban.

Respecto al concepto de vida cotidiana dentro de los *streamers*, cito una captura de pantalla de una historia de Instagram de un *streamer* que hace directos y es conocido como CajaCaja en Twitch. Lo particular en la siguiente imagen es que incluye el concepto de vida cotidiana, como se puede observar la imagen dice “de regreso a la vida cotidiana y a los *streams* diarios” porque hace referencia a la rutina que tiene día a día de ser constante en crear contenido dentro de la plataforma. Antes de conocer Twitch él se dedicaba a jugar y estudiar, al comenzar a hacer directos él se dedicaba medio tiempo a crear contenido y al terminar sus estudios se convirtió en su estilo de vida y lo hacía de tiempo completo.

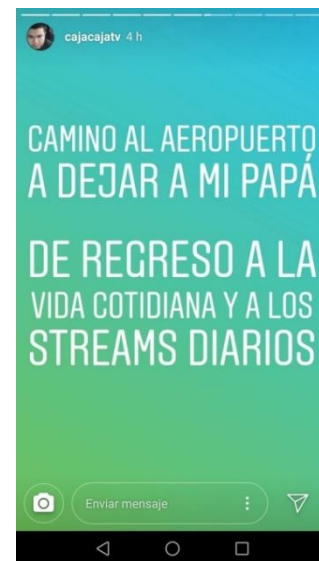
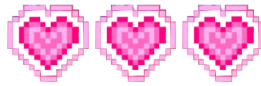


Figure 5: Captura de historia en Instagram. Tomada el día 27 de mayo, 2019 1:27pm.

Capítulo III



Estudio etnometodológico de Twitch

Este método trata de entender que los seres humanos tienen un sentido práctico donde adecuan normas de acuerdo con su racionalidad utilizada en la vida cotidiana. Surge en los años sesenta y uno de los mayores exponentes es Harold Garfinkel con el texto *Estudios en Etnometodología* en el año 2006, nos dice lo siguiente:

Los estudios etnometodológicos analizan las actividades cotidianas como métodos que sus miembros usan para hacer que esas actividades sean racionalmente visibles y reportables para todos los efectos prácticos, es decir explicables, como organizaciones de actividades cotidianas corrientes. La reflexividad de este fenómeno constituye un rasgo singular de las acciones prácticas, de circunstancias prácticas, del conocimiento de sentido común de las estructuras sociales, y del razonamiento de la sociología práctica. Al permitirnos localizar y examinar su acontecer, ese mismo aspecto reflexivo del fenómeno establece las pautas de su propio estudio.
(Garfinkel, 2006: 1)

En este capítulo hablaremos de la metodología empleada para obtener variables que nos interesan del capital social y así comprobar si se da o no dentro de la plataforma de Twitch. Cada concepto se tomó de la teoría de Capital Social en el capítulo dos, en el apartado 2.1 creándose así una lista de esos conceptos.

A continuación, se explicará más a profundidad el método empleado y más adelante se nombrarán los casos, especificando el por qué la elección de cada entrevistado, dando un panorama de cada uno y nombrando los resultados

obtenidos de cada entrevista. Al final de este capítulo se analizarán los casos y se verán las conclusiones.

3.1 Explicación de la metodología

Basándonos en entrevistas a profundidad hacia *streamers* dentro de Twitch se pretende obtener resultados de cómo ciertas dinámicas dentro de la plataforma facilitan el capital social y se convierten en patrocinios o procuración de fondos. También cómo se escala de tener una media de pocos espectadores a lograr obtener más de 75 personas estables por transmisión. Esto a través de preguntas y análisis de casos. Enfocándonos en nuestro objeto de estudio, denominado *Prácticas, usos e implicaciones en la vida cotidiana de los streamers* se pretende sacar variables para el análisis cualitativo de este estudio.

Con base a los conceptos y categorías vistas en los capítulos anteriores se analizará de forma cualitativa las variables establecidas gracias a éstos. Se mostrará gráficamente en una tabla cada variable para más adelante ir planteando y desglosando los resultados.

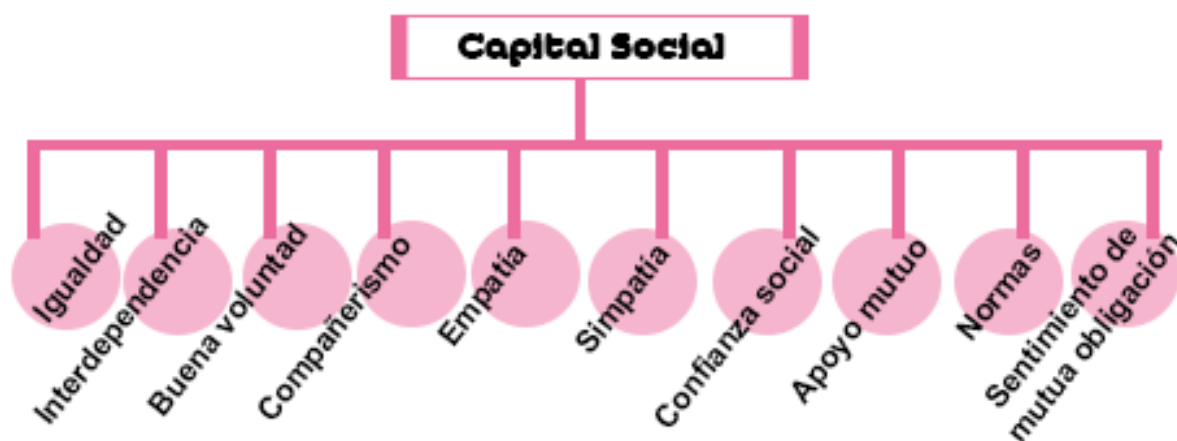


Figura 6: Variables del capital social. Fuente: Creación propia.

Hay que tener en cuenta estos conceptos ya que más adelante se usaran en las entrevistas a profundidad, para poder comprobar si es verdad que se crea capital social a partir de Twitch o no. A continuación se hablará de las tres entrevistas a creadores de contenido para emplear estas variables y poder comprobarlas.

3.2 Casos

Se contemplarán los siguientes tres casos: el primer caso es de un creador de contenido de medio tiempo, el segundo caso una *streamer* de tiempo completo que trabaja para Riot Games y el tercero un jugador profesional que utilizó la plataforma para recaudar fondos el 19 de septiembre del 2017 el cual fue su último directo en Twitch. Todos ellos consiguieron el *partner* en la plataforma y los primeros dos casos alguna vez han vivido de hacer directos como su trabajo de tiempo completo. En el tercer caso, fue Twitch quien lo buscó y le ofreció hacer directos en la plataforma.

Primer Caso: GuisGaming

Con lo que respecta al primer caso, tenemos a Luis Arturo Rascón Zamora o mejor conocido en Twitch como GuisGaming, creador de contenido en Twitch con *partner* (se logra teniendo un promedio de 75 espectadores por transmisión) quien participó en la recaudación del cañón del sumidero.

Nos cuenta el porqué de su nombre en Twitch, que su abuelo solía llamarlo Güis y en memoria a él, se auto nombró así en la plataforma sólo que ciertas redes no le permitían la diéresis y se quedó como “Guis”. Conoció Twitch gracias a sus amigos, los cuales tenían un clan (no tenían algún nombre en específico) de amigos que jugaban juntos, pero al separarse por la universidad o hacer su vida cada quién le recomendaron esta plataforma para que conociera más personas

que jugaran lo mismo que él. Habló de su experiencia con otras plataformas como YouTube y Mixer hace años, pero Twitch se le hizo una plataforma especializada o enfocada al *gaming* y por eso la preferencia.

Además de hacer *streams* él estudia ingeniería en sistemas computacionales, y por medio de *outsourcing* apoya a empresas con diseños industriales en *Autocad*. Nació en Tuxpan, creció en Poza Rica Veracruz y actualmente vive en Monterrey, nacido en el año 1993 (actualmente 25 años).

Antes de dedicarse a hacer *streams* Güis estaba estudiando la universidad. Conoció Twitch cuando se encontraba en el último año de la preparatoria, empezó a realizar directos saliendo de la universidad hasta el punto en donde podía sacar más ingresos de lo que sacaba en un trabajo de ocho horas como recién egresado por medio de los directos. Fue entonces cuando decidió que podía dedicarse de lleno a los *streams* y por razones de mejor internet, el estar más cerca de eventos, colaboraciones con otros *streamers* y familia se decidió mudar a Monterrey.

Respecto a su comunidad, Guis afirma que “por las buenas, son los mejores; por las malas, te pueden hacer la vida imposible, son muy llevados, pero respetan, saben con quién llevarse. Son muy leales, muy fieles, apoyan demasiado y diría yo que son muy unidos incluso entre ellos. Es una comunidad muy estable”. También que no les llama de una forma específica pero que a veces les dice “Guisos”.

Como no todo es positivo, nos comentó respecto a comentarios negativos recibidos dentro de la plataforma. En varias ocasiones le han dicho que es malo jugando, le han cuestionado qué hace en la plataforma si no sabe jugar, también lo han comparado con jugadores profesionales en números (cantidad de espectadores), por nombrar algunos ejemplos mencionados por él. De estos ejemplos la forma en la que él reacciona es no poniéndoles atención y respondiendo de buena manera. Sus seguidores al ver estas actitudes tratan de ayudarlo contestándoles, pero Güis siempre trata de mediar la situación.

Otro dato interesante es que antes de iniciar *stream*, Güis siempre trata de comer un chocolate para estar más despierto, se podría decir que su rutina empieza con eso, seguido de poner cinco minutos de canciones mientras él se prepara para dar inicio al *stream*. Se toma veinte minutos para platicar con el *chat* para saber más de lo que acontece en sus días y lo considera de suma importancia para seguir creando una comunidad dentro de su directo, para que sepan que para él no son un número, sino personas detrás de la computadora. Después comienza a jugar e intenta involucrarlos en los juegos por eso él dice que “no es ver a alguien jugar, sino es ser parte del juego”. Trata de que sus seguidores tomen decisiones en ciertos juegos, terminando de jugar pone videos para platicar, otras veces saca la guitarra y empieza a tocar, todo esto antes de irse a dormir.

Ha participado en dos recaudaciones de fondos. El primero en el que participó fue para el cañón del sumidero, juntando recursos para la limpieza del río. En esto recibió el apoyo de personas como Alkapone (uno de los streamers más conocidos dentro de Twitch que actualmente transmite también en la plataforma de *NonoLive*), Sibrel (hace streams, es *partner* y representa la parte administrativa dentro de Twitch México), Arigameplays (*streamer* bastante conocida dentro de la plataforma) y su primo Jürgen Damm Rascón (jugador mexicano de Tigres) quien aportó con dos playeras para sortear a las personas que más donaran. Una de la selección mexicana y la otra de Tigres, esta última autografiada por el equipo y la de la Selección firmada por él.

La segunda recaudación en la que participó fue para el terremoto del 19 de septiembre del año 2017 destinado a la Brigada de Rescate Topos juntando así 100 USD.

Las metas personales de recaudación las hace con el fin de conseguir apoyo extra para el directo u ofrecer más contenido, no pidiéndolo para seguir viajando o seguir haciendo los directos. Luis considera importante que se realicen metas de donaciones personales constantemente ya que considera que todas las personas tienen ambiciones y así es más sencillo fijarse un lugar hacia dónde ir.

Al preguntarle del seguimiento de esa recaudación nos contestó que estuvo atento de la cuenta de *Twitter* a la que se le otorgó el dinero y así se enteró de cómo fue el proceso y uso de esas donaciones.

Del tema de los patrocinios, Luis afirmó que de los primeros que ha recibido apoyo es de una página llamada *Nitrado*¹³ que actualmente continúa con ellos. Con *HyperX* fue un cuatrimestre donde les dieron dinero en especie (productos) y apoyo económico. También colaboró con *Loots*, una empresa española donde haces cartas con retos las personas compran cofres, salen tres cartas al azar donde canjean una de ellas y la persona realiza lo que dice la carta. El patrocinio fue con apoyo económico y ventajas como un mayor porcentaje de ganancias en su página *streamloots.com* que consiste en poner comerciales en parte de la pantalla del *streamer* y con esto va generando ingresos.

A Güis le tomó un año llegar a ser partner en Twitch y lo que lo distingue de otros creadores de contenido dentro de esta plataforma es que involucra a los espectadores en el juego, no únicamente entretener sino escucharlos y tomar en cuenta su palabra para la toma de decisiones en sus juegos. También que se han acercado a él a platicarle sus problemas.

Por sí solo ha tenido un máximo de 400 espectadores simultáneos en su directo y con *host* (de Elder) ha llegado a 6500 personas. Y el máximo de horas realizadas en *stream* sin parar se pretendía fueran 24 horas, pero no soportó el cansancio y realizó 23 horas y media, que se convirtió en chiste local “se va a armar el 23 horas y media”.

Nos comparte que no juega con las mismas personas, que intenta variar. Algunas veces juega solo, otras veces acompañado. Reconoce jerarquías en la plataforma diciéndonos que los mejores números los tiene Ded y Alkapone, seguido de Ari y Juan, una pareja popular.

Los beneficios por suscribirse en su canal son: agregarlo en todos los videojuegos, los invita a jugar, preferencia en partidas con él, participación en rifas

¹³ Nitrado es un proveedor de servidores de juegos y alojamiento de aplicaciones líder en el mundo.

o sorteos, grupo de WhatsApp y los beneficios de Twitch: no ven comerciales, íconos exclusivos del canal, etcétera. Lo que respecta a él qué le ha brindado a sus *subs*, nos cuenta que en alguna ocasión él se llevó a un suscriptor a un partido de Tigres todo pagado.

Ha realizado colaboraciones con otros *streamers* los últimos con los que ha colaborado son: Saturno, Guillermo Rodríguez (con el cual participó en un *chupistream*: que consiste en un directo social donde los participantes se ponen a beber y platicar), André-Pierre Gignac (futbolista de Tigres).

Considera que una de las razones por las cuales sus seguidores ven su canal es por el hecho de escucharlos y leerlos. También por el hecho de encontrarlo simpático ha influido en que conserve a sus seguidores.

Comparte que bastantes de los cambios que ha hecho en su *stream* los ha realizado gracias a ellos, a sus opiniones como lo son: el posicionamiento de la cámara, la calidad de los directos, incluso hasta los juegos que quieren que él juegue.

Una de las reglas en su directo es no decir groserías, que fue implementada por sus propios seguidores, aunque a veces no lo cumplen. Güis les pide a sus moderadores que saluden a las personas nuevas para que les brinden atención y agradecerles por pasarse al *stream*. Le gustaría cumplir con un horario, pero si cumple el hacer transmisiones diarias.

Segundo caso: EpsilonCat

Su nombre es Nelly Estefania Almaguer de la Garza nacida en 1992, conocida también como EpsilonCat en Twitch. Este nombre fue porque al estudiar etimologías griegas, materia que le gustaba mucho “épsilon” empezaba con la misma letra que su nombre y le gustó. Al escribir esto en el juego ya no estaba disponible, así que lo cambió por “y” quedando “Epsilon”. Dentro de Twitch ambos nombres estaban ocupados así que le agregó el “cat” por su agrado hacia los gatos.

Actualmente es *streamer* de tiempo completo en una plataforma llamada Nonolive, ya tiene más de un año con ellos. Está colaborando con *Riot Games* en la sección actualizando, donde explica los cambios de *League of Legends* de los parches del juego cada 15 días. Inició haciendo directos en Twitch hace aproximadamente 5 años. Ella conoció Twitch por uno de sus amigos, que notaba el empeño y tiempo que le ponía al juego y le habló de Twitch explicándole que les pagaban a las personas por jugar y entre su gusto por las redes sociales, Internet y la interacción con la comunidad, empezó a hacer *streams* a sus 23 años de edad con una computadora que le prestó su hermano porque la que ella tenía no cumplía con los requerimientos necesarios para jugar.

En el momento en que Epsilon comenzó a hacer directos no existía otra plataforma parecida. Ella es originaria de Monterrey, Nuevo León, pero se mudó a Ciudad de México porque tenía que grabar “Actualizando” cada quince días y la grabación que les llevó menos tiempo ha sido de cinco horas aproximadamente, mientras que la más larga fue de doce horas. Otra de las razones por las cuales se mudó sin pensarlo es que las marcas, eventos y las oficinas de Riot Games están concentradas en CDMX, también considera que cuando son modas emergentes siempre tarda en expandirse en la república así que todavía no se ven tantas cosas en Monterrey.

Antes de conocer Twitch, *Epsilon* era estudiante de nutrición, es licenciada en nutrición y era su pasatiempo hacer directos. Cuando se graduó empezó a hacer *streams* de tiempo completo. Su padre siempre le compraba las consolas de videojuegos a ella y sus hermanos, así que tuvo algunos antecedentes *gamers* antes de conocer la plataforma. A pesar de contar con todas las redes sociales en su adolescencia ella hacía un balance y se relacionaba con sus amigos. Fue cuando conoció el juego de Tibia que comenzó a apasionarse más por convivir *online* con amigos dentro de los videojuegos, dejó de salir tanto y se fue acostumbrando a estar más cómoda cuando hay menos gente, pero aun así no dejaba de socializar solamente que el medio era dentro de Internet.

La vida cotidiana, un día normal para Epsilon inicia a las once o doce del día, lo primero que hace es checar sus redes sociales de una a media hora, desayunando al menos una fruta, después checa en su computadora las noticias o contesta mails, se prepara de comer, se baña y ve si tiene que prepararse algunos bocadillos por si el directo se alarga, se maquilla e inicia *stream*, después cena y pasa tiempo con su pareja, ven alguna película y se duerme. Esto es si no tiene pendiente ir a grabar la sección de Riot Games.

Su rutina al grabar “actualizando” que es un viernes si, un viernes no. Lo que cambia es que se levanta y no checa redes sociales. Se levanta, se baña agarra alguna fruta, se va a los estudios de grabación, la maquillan y esto inicia desde las once de la mañana, aproximadamente termina a las seis o siete.

La manera en la que obtienes dinero de Twitch es por donaciones, suscripciones o comerciales. Epsilon tenía un contrato de 70 para ella, 30 para Twitch y ganaba aproximadamente lo que un profesionista, lo suficiente pero no para ahorrar. Nos cuenta que se necesitan aproximadamente de 500 a 1000 suscriptores o completar el resto con donaciones para que sea viable. También compartió que es difícil ser una chica *streamer* que no enseñe y que en lugar de eso debes ofrecer rifas, *zings*, bailar o vestirse de algún personaje para conseguir donaciones y que fue por esa la razón por la cual se volvió pesado para ella y empezó a hacer *streams* en la plataforma de *Nonolive*.

Epsilon se encontraba en un proyecto llamado la Piriwiri tv que consistía en cinco creadores de contenido viviendo en una casa y a uno de ellos lo contactó *Nonolive*, obtuvieron un contrato para toda la casa que se basaba en un pago mensual, fijo y por horas al día de transmisión. Para Epsilon se le hacía mucho más cómodo el que no tuviera que estar pidiendo donaciones o suscripciones, razón por la cual decidió aceptar el contrato con *Nonolive* que aparte no le exigían exclusividad. Twitch por su parte, le quitaron el *partner* ya que incumplía con las normas de exclusividad de la plataforma y le dejaron el afiliado.

Su comunidad la describe como su familia, tiene una relación hacia ellos de respeto y amistad, se refiere a ellos como chiquillos. Su contenido lo describe como equilibrado: es divertida, pero a un punto medio, tampoco es jugadora profesional y es seria también. Al hacer *stream* en Twitch ella si intenta marcar aunque sea un poco la diferencia entre donadores y suscriptores ya que son los que hacen un extra en apoyarla, así que siempre procura agradecerles y brindarles beneficios extras. A comparación de *Nonolive* que no depende de donaciones ni suscripciones sino de los *viewers* nuevos al mes, inconscientemente se emociona más.

Al preguntarle si había recibido algún comentario grosero o con afán de molestar nos cuenta que siempre habrá *haters*¹⁴ que pretenden sacar alguna respuesta con sus actitudes llamando la atención. Al inicio, nos platicó Epsilon que le hacían comentarios negativos de su físico y si se molestaba, pero al crecer y quererse más fue entendiendo el origen de los comentarios y dejó de darles importancia. Antes de tener su propia comunidad, cuando no la conocían había muchas más personas que le escribían cosas negativas, pero ahora considera que un porcentaje de aproximadamente 90 a 99% de sus seguidores son positivos y al notar la mala vibra de otros, se apoyan a excluirlos.

Lo habitual en su *stream* es que al iniciar lo hace con una pantalla de carga mientras comparte en sus redes sociales, de cuatro a cinco minutos es la duración. Seguido de una introducción para darle tiempo a la gente de llegar y les cuenta lo que ha sido de su día o lo que acontece en su vida cotidiana y por más mínimo que sea, les saca provecho a esas anécdotas. Se pone metas del juego por cada directo, por ejemplo: llegar a cierto rango. Juega de cinco a seis partidas al día de League of Legends en donde invita a sus espectadores, pero si ya jugaron una con ella, a la siguiente partida no invita a esas personas para darle oportunidad a más personas de que jueguen con ella. Al terminar el *stream* se

¹⁴ Los haters son personas que muestran sistemáticamente actitudes negativas u hostiles ante cualquier asunto.

despide de ellos y les cuenta si hará directo o no, la hora o si tiene planes al siguiente día.

El máximo de espectadores que ha tenido en un directo ha sido aproximadamente de mil doscientos cuando hizo *cosplay* de un personaje del videojuego (Irelia). Hablando un poco del capital social dentro Twitch, Epsilon nos cuenta que la oportunidad de trabajar en Riot Games se deriva en gran parte al alcance y generación de creación de contenido respecto a League of Legends que producía dentro de la plataforma y la comunidad que sabía de ella gracias a que antes de hacer directos estuvo en equipos femeniles y diversos torneos.

Epsilon compartió su experiencia respecto a cuándo hace una dinámica especial en su directo por ejemplo de recaudación de fondos y nos explica que lo que cambia es que existe una planeación previa y metas. A veces hasta el diseño del directo lo mandan a hacer con un diseñador. Se debe de cumplir con un horario y más si habrá colaboraciones (que otras personas se unan) hacer publicidad del directo desde días antes explicando lo que se llevará a cabo el día del directo. Se debe de cumplir todo lo que hayas especificado, al final se hace una captura de pantalla de lo recaudado.

Ha participado en tres causas: el temblor del 19 de septiembre ayudando a las mascotas, en ayuda al cañón del Sumidero y en ayudar a familias de bajos recursos en Monterrey para hacer una posada y darles juguetes a los niños en Navidad. A continuación, se explicará cómo fue el aporte de Epsilon respecto a cada una de las causas.

Lo que respecta al temblor del 19 de septiembre del año 2017 organizó un *stream* para recaudar dinero y donarlo a la asociación de Ayuda a animalitos damnificados se recaudó un total de \$20, 209.01 pesos mexicanos. Al hacer elección de esta causa fue porque para Epsilon, las mascotas casi no fueron tomadas en cuenta para el apoyo al quedar en segundo plano, entonces ella decidió ayudar.

Del Cañón del Sumidero fue una causa social entre muchos *streamers*, la mayoría apoyaron y lo único que debías de hacer era la barra de donaciones en el *stream*, nos cuenta Epsilon que muchos otros hicieron rifas pero ella decidió poner únicamente la meta en su directo.

Para darles juguetes en Navidad a los niños de escasos recursos en Monterrey Epsilon ya ayudaba desde antes de dedicarse a ser directos en Twitch y el proceso de ayuda va desde recaudar el dinero para comprar los juguetes, servir la comida para festejar, contratar un show de entretenimiento para la ocasión y repartir los regalos con forme a las cartas que escribieron los niños. Pero ese último año en el que participó y junto el capital para los juguetes de los niños a través de la plataforma recaudó aproximadamente para cincuenta juguetes.

Otra de las ayudas que ha hecho por medio de esta plataforma fue que en vez de que el botón de donaciones fuera para ella, anexó el de alguien más y así ayudar a aquella chica que lo necesitaba.

Respecto a los patrocinios que ha tenido en lo que lleva de hacer directos han sido: Nimatron (ensamblado de computadoras), HyperX (periféricos), Electrolit (suero oral), EwinRacing (sillas *gamers*) y NZXT (cases, refrigeración y luces de computadora). La mayoría de estas marcas su contribución fue de dinero en especie o productos, nos cuenta Epsilon que la única que fue con un incentivo monetario fue HyperX por las publicaciones en redes sociales.

A Epsilon le tomó 6 meses llegar a ser *partner*, recordemos que esto consiste en tener una media de 75 espectadores por transmisiones y de consejos ella nos dice que siempre hay que verlo como pasión y no como negocio o se pueden llegar a frustrar. Que las cosas se van a ir dando si lo haces por gusto y que al inicio se hagan las transmisiones como algo a parte por diversión o pasarla bien y que ya después se pueden ir dando las cosas solas si se tienen que dar. También comenta que si este “mundo” es para ti, debes tener paciencia ya que las cosas no son inmediatas.

Algo característico de su directo es que antes bailaba cada que se suscribía a su directo. A veces se pone reflexiva en el *stream* o tiene platicas filosóficas con sus espectadores.

La vez que tuvo más espectadores fue al hacer un disfraz del personaje del juego, que fue factor importante para lograrlo. Ella posteó en todas sus redes sociales y nos cuenta que de ahí se pasaron la voz y por ello tuvo más visitas en su canal.

El máximo de horas que ha hecho *stream* sin parar fueron 23 hrs nos cuenta que no pudo hacer las veinticuatro horas porque se sintió muy mal y que no lo haría de nuevo.

Normalmente le gusta jugar sola, pero hace muchos juegos de comunidad y trata de que no sea la misma gente la que juega con ella para así darle oportunidad a todos.

Sus seguidores antes se acercaban a contarle sus problemas personales muy seguido y Epsilon a ellos, pero ahora trata de no ser tan cercana o personal a ellos porque como todas las relaciones personales hay inconvenientes. No se sabe las intenciones y le pasaba que aquellas personas que consideraba amigos hablaban mal de ella o muchos utilizaban según palabras de Epsilon el “¡ah, sí! yo la conozco” para inventarse cosas o sentirse superiores. Entonces al ver que era un arma de doble filo decidió distanciarse, aunque considerara que son buena gente en realidad no los conocía y sería imposible saberlo con exactitud.

Las ventajas que ella ofrece por suscribirse son el poder agregarla en el juego League of Legends, nos cuenta que antes (cuando hacía *streams* en Twitch) ofrecía más cosas pero que ahora les dice que no es necesario la suscripción, que la apoyan más quedándose en el directo o trayendo a personas nuevas a su *stream* (porque Nonolive funciona distinto).

Las colaboraciones que ha hecho Epsilon por nombrar algunas personas son: Lany del Rey, MarisaKurusu, Nuvia, AriGameplays, Caprimint, MarioMe, Creador150, Lukwer y EritraJinx. Todos conocidos por su nombre en Twitch.

Epsilon considera muy importante el ser simpático para que te vean. Nos comparte que si por ejemplo eres el mejor jugador del mundo puedes no tener cámara web, no hablar y tendrás muchos espectadores. Pero si no eres el mejor jugador, tienes que ser gracioso o guapo o dar risa, si no tienes un talento tienes que complementar con otra cualidad. Ella como chica en el medio nos comparte que si ella no enseña piel o no es de personalidad sexy, ni tampoco juega como profesional, mínimo debe ser simpática o carismática, citando sus palabras.

Al preguntarle la razón por la cual cree que la siguen o ven sus directos ella respondió que es porque la pasan bien, les gusta su humor y que crea un espacio ameno, de respeto e inclusivo. Lo que señala es que realmente no toma en consideración cuando le piden jugar algo en específico ya que, si ella no tiene ganas de jugar, la pasaría mal y prefiere ser sincera. Generalmente se guía en lo que ella piensa que está bien por los años de experiencia que tiene haciendo directos.

La regla en su *stream* es que los moderadores no tienen derecho a banear a nadie porque muchas veces abusan del poder por cuestiones personales. Por lo mismo tiene pocos moderadores y cuando de verdad se ve que una persona entra a hostigar, si toma cartas en el asunto y ella es la que lo o la banea del canal. Que le pueden decir cualquier cosa y no se ofende, sólo cuando se pasan mucho tiempo tratando de caer mal, ahí es cuando les da el gusto de banearlos. Pero realmente considera que tiene una comunidad muy agradable que no necesita una regla estricta.

Se mostrará el comprobante de donación con el fin de ayuda a animales dafnificados en el terremoto del 2017, junto con la recaudación obtenida en PayPal.

Contribuyente:
Estefania Almaguer

Coordinador de donativos:
Protectora Nacional de Animales A. C.
webmaster@pnamexico.com

Número de confirmación: 6YP20603UR560981H Realizada a fecha de 23/09/2017

Finalidad	Importe del donativo
Ayuda a animalitos damnificados terremoto 2017 Referencia: Ayuda a animalitos damnificados terremoto 2017	\$20,409.01 MXN
Cantidad total: \$20,409.01 MXN	

[Imprimir](#) [Cerrar](#)

Saldo PayPal [Detalles >](#)

\$20,409.01 Disponible

Divisas

\$0.00

\$1,203.20 USD

[Recargar saldo a su cuenta](#)

[Retirar fondos](#)

Figura 7: Comprobante de donación

En la figura siete se puede observar que el monto obtenido a través de las donaciones hechas a PayPal, así como fue juntado fue donada a la Protectora Nacional de Animales A. C. de ellos depende el cómo utilizaron esos recursos.

Se hablará a continuación de nuestro tercer y último caso, de un jugador profesional de videojuegos.

Tercer caso: Porky

Gerardo Alonso Cuamea Telles, mejor conocido como Porky en el ámbito competitivo o *esports* de *League of Legends* y en Twitch como soyPorky. Apodo creado por Uri (ex-jugador profesional de *League of Legends* y dueño de Pex Team) ya que Porky era un nombre corto y el que usaba anteriormente no cabía completo en los juegos, entonces decidió dejar su apodo. Actualmente, Gerardo es estudiante de tercer semestre en la carrera de ingeniería en sistemas, en el ITESO de Guadalajara. Tiene 23 años, nacido en 1995.

Conoció Twitch porque desde la temporada uno inició a jugar *League of Legends*, siempre le interesó el competitivo y en ese entonces se usaba la plataforma para las transmisiones que tuvieran que ver con la escena competitiva del juego. Nunca ha hecho transmisiones en otra plataforma además de Twitch. Uno de sus primeros equipos competitivos fue *Lyon Gaming* (uno de los equipos que tuvo mayor éxito y popularidad en Latinoamérica) y al ser parte de ese equipo Twitch se acercó a ellos ofreciéndoles un contrato para ser sus patrocinadores oficiales de *streaming* dándoles el *partner* por el hecho de ser el equipo más popular del momento en *League of Legends*.

Nos confiesa que no le agrada mucho hacer directos, sin embargo, le gusta más consumir y el tipo de *streams* que le agradan son de ciertos videojuegos como: League of Legends, Counter Strike, Dota y OSU. En general de ligas competitivas más que de personas en particular.

Siempre ha tenido su grupo de amigos con los que juega, antes él jugaba Tibia, luego Ragnarok y entre juego y juego conoció Defense of the Ancients (Dota). Su primer equipo profesional fue Lyon y para eso él se la pasaba en el TeamSpeak¹⁵ de Lol México que era la comunidad más grande de Latinoamérica en ese entonces y al conocerlo a través del tiempo se dieron cuenta que era un jugador mexicano bastante bueno que estaba subiendo rápidamente en el *ranking* y cuando llegó a los niveles más altos (lo que ahora es diamante, master, challenger que antes no existían, eran diferentes tipos de rank) lo empezaron a llamar, empezó a hacer nuevas amistades y ahí consiguió su primer equipo profesional en el año 2013.

Cada situación especial es cuando él hace directos. Por ejemplo, al tener contratos con los equipos le pedían que transmitiera una vez al mes y él lo cumplía. El caso del terremoto fue algo que le nació pero usualmente los realiza por lo que le exigen, con *Havoks* su contrato eran dos *streams* al mes pero nunca es por iniciativa propia. Cada que hacía *stream* cuando él se encontraba jugando para *Lyon Gaming* lo veían aproximadamente mil personas, en *Havoks* alrededor de cuatrocientas o quinientas personas y la vez del sismo fueron alrededor de dos mil.

Al preguntarle si ha experimentado comentarios negativos dentro del *stream* dijo que si, que siempre hay el típico *hater* que quiere sus cinco segundos de atención. Pero para ello tiene ayuda de sus moderadores que se encargan de darles un tiempo de baneo en el *chat*. Como en todas las redes sociales, que alguna vez hemos recibido una cantidad obscena de mensajes.

¹⁵ TeamSpeak es un software *chat* de voz sobre IP, permite a los usuarios hablar en un canal de *chat* con otros usuarios, tal como se hace en una conferencia vía llamada telefónica tradicional.

Para Porky, un *stream* “normal” significa poner su cámara, escritorio y jugar. Sin embargo, al tratarse de un *stream* para el cual se necesitaba recaudar fondos en ayuda al terremoto del 19 de septiembre si fue diferente la planeación. Él le pidió ayuda a sus contactos, contactó a un diseñador llamado Verdugo (diseñador de su equipo en ese entonces) para las imágenes, el *overlay* y redes sociales para que gráficamente fuera más fácil de entender lo que estaba haciendo. También contactó a otras personas para su difusión. Dentro del *stream* contaba con una barra de donaciones que con forme apoyaran se iba llenando.

Dentro del *stream* la persona que le ayudaba a leer los comentarios, las donaciones, a entretener fue Carlos Méndez, conocido como DCStar que se encontraba en la *gaming house* al lado de él mientras transmitían en vivo. Por cada peso él ponía la misma cantidad de donaciones hacia instituciones como DIF y la Cruz Roja Mexicana.

La publicación de Porky en Facebook (Porky, 2017) respecto al sismo, anexada junto con una imagen en donde aparecía en la entrega de la despensa en compañía de DCStar decía lo siguiente:

Quiero iniciar este post dando las gracias y felicitando a toda la comunidad de LAN, porque el apoyo que se obtuvo fue enorme, ya que la meta inicial era de 1K (sinceramente pensé que sería lo que se recaudaría), sin embargo, en las primeras dos horas de transmisión ya estaba alrededor de los 3-4K y a las 3 horas de haber iniciado ya habíamos alcanzado los 5K.

Muchas gracias por las cálidas y amables palabras de todos los donadores y de todos aquellos que solo dejaron sus mensajes de apoyo. Fue una experiencia inolvidable y me da mucha alegría que LAN sea una región tan salseante como altruista. Nunca cambien.

Quiero agradecer especialmente a Vita Celestine y MEMOCARMINE por las generosas donaciones y a los miles que solo donaron 1 peso, gracias a ustedes Oaxaca ahora cuenta con una dotación vitalicia de Rikopollo.

Y para finalizar le quiero dar mi más sincera gratitud a DCStar por su gran ayuda en este proyecto, ya que estuvo desde el inicio ayudándome en todo lo posible, gracias. Asimismo, le agradezco a Luna Haller y Verdugo Gráfico (diseñador de JTH). Que, aunque la idea se ocurrió a la 1 am del mismo día, me ayudaron con la organización de todo.

Son los mejores.

Igualmente se anexó un link de un blog en donde se encontraban las fotos, los recibos y comprobantes para hacer todo este proceso más transparente.

Lo que respecta a patrocinios dentro de los equipos en los que ha participado considera que son algo estrictos ya que si hay alguna otra marca por ejemplo de periféricos, entonces no puede haber otra compañía que haga productos parecidos (por cuestiones de la competencia para esa marca). Normalmente ayudan con dinero en especie regalándoles productos de la marca o con dinero, depende de la negociación a la que llegue el equipo.

Al iniciar a hacer *streams* Porky ya era *partner* aún sin antes tener si quiera un seguidor, fue por iniciativa de Twitch que se acercaron con ellos para ofrecerles tener *partner*. Sus directos estaban enfocados en las jugadas o en inglés *gameplays* y en el *chat*. Cualquier duda que sus espectadores tuvieran él trataba de resolverla, cualquier rumor o chisme hablaba de eso, aclarándolo. La mayor cantidad de espectadores aproximadamente fueron alrededor de dos mil cien, no tiene la cifra exacta y fue la vez del sismo del 19 de septiembre. El máximo de horas que ha transmitido sin detenerse han sido ocho horas. Y su último directo fue en el 2017.

La mayor parte del tiempo Porky juega acompañado de amigos, al final de su *stream*, en la última hora de su directo él creaba una partida personalizada para poder jugar con sus espectadores pero esta no era la atracción principal. También nos explica que existen creadores de contenido que hacen *streams* exclusivos para suscriptores cierto día a la semana por darnos un ejemplo de las jerarquías que otros creadores de contenido tienen para sus suscriptores. Para él en lo

personal no existe preferencia o jerarquía entre suscriptores o espectadores. La única regla que existe en su *stream* es el respeto hacia los demás. Esto significa que no haya comportamientos de xenofobia o racismo. Este tipo de problemas trataba que no pasaran en su directo o controlaba la situación. Ya que al ser una comunidad de toda Latinoamérica, usualmente existe odio entre los países y es transmitido por las personas.

Al preguntarle si le interesaba seguir en el competitivo, dijo que realmente no lo ve como posibilidad ya que ha estado concentrado en sus estudios a lo largo de un año y que ya ha jugado suficiente, así que no es algo que por el momento llame su atención.

Se mostrará una imagen de Porky y su amigo mejor conocido como DC Star, que fueron a comprar la despensa de cosas esenciales y recomendaciones en las redes sociales de lo que se necesitaba. Fueron a llevarlos a los centros de acopio.



Figura 8: Porky y DC Star, entregando los víveres

En la figura ocho podemos observar los artículos que se juntaron gracias al aporte de esas donaciones y de lo recaudado, Porky puso la misma cantidad de su bolsillo para poder aportar más a aquellos que lo necesitaran y amablemente su amigo Carlos Méndez lo acompañó en todo ese proceso desde planificar el directo y leer los comentarios por él hasta ir de compras y entregar la despensa. Todo esto fue llevado en seguimiento en sus redes sociales y fue subido a un blog para que vieran en qué se gastó ese dinero y que comprobaran el proceso.

3.3 Análisis de casos

Cabe mencionar que los *streamers* elegidos no son los máximos exponentes dentro de la plataforma por mencionar algunos como Ninja (que actualmente se pasó a la plataforma de *Mixer* con un contrato millonario) o Shroud, sino son elegidos por ciertas características en particular. En primer momento porque son de México. En segunda, porque han contribuido con alguna causa social o ya sea que tienen patrocinios o han recaudado fondos con anterioridad y por último, la accesibilidad a participar en una entrevista.

Iniciando por las variables consideradas al obtener los resultados de las entrevistas, son las siguientes: igualdad, buena voluntad, simpatía, confianza, normas, mutua obligación, comunidad, participación, colaboración y reciprocidad.

Desglosando cada una de ellas, empezando por la variable de **igualdad** dentro de las entrevistas de GuisGaming, EpsilonCat y Porky lo que se descubrió fue que para Guis, es esencial hacer una charla de la vida cotidiana de sus espectadores, también que a pesar de reconocer las jerarquías no hace ninguna distinción para invitar a las personas a jugar con él. Por su parte, Epsilon incluye a

sus espectadores creando una regla de que si ya jugaste con ella en una partida, le des oportunidad al siguiente que no haya tenido oportunidad de jugar, esto con el fin de ser más equitativa ante los demás, también que al hacer directos dentro de NonoLive no tiene esa necesidad de brindarles cosas extras por las donaciones o suscripciones. Y Porky, desde un inicio consideraba que un suscriptor o un viewer son iguales para él, a pesar de señalar que otras personas emplean exclusividades para los que son suscriptores.

La variable de **buena voluntad** se resaltó con las causas sociales en las que han participado, los entrevistados lo que tienen en común es el caso del 19 de septiembre y la diferencia fue el cómo cada uno contribuyó con esta misma causa. Mientras Guis se enfocó en recaudar donaciones y llegar a la meta de 100 dólares, Porky decidió poner la misma cantidad de dinero para comprar los víveres y entregarlos. Epsilon por su parte, consideró importante el ayudar a las mascotas que más allá de que no fueran tomadas en cuenta, para ella fueron su prioridad.

Tanto Epsilon como Guis consideran esencial que la gente se acerque a ellos por considerarlos **simpáticos**, de las características más importantes que ofrecen a las personas que los ven.

De la **confianza**, se puede decir que existe en diferentes ámbitos: ya sea por el hecho de acercarse y contarles sus problemas, para pedir consejos o como con Porky porque consideran que tiene experiencia como jugador profesional y sabrá resolver cada una de sus dudas dentro del juego. Centrándonos en este último caso, uno de los resultados de la entrevista hacia Porky fue que, al ser un jugador profesional, casi no se acercaban a él a contarle sus problemas personales. El sentido de la confianza era más enfocado a los videojuegos en el ámbito competitivo y no tanto a su vida personal dentro de Twitch.

De las **normas** que cada uno de los entrevistados tiene dentro de su *stream*, los tres coinciden en el respeto y el ser amables. Realmente va enfocado a una buena convivencia dentro de la plataforma.

Tanto Guis como Epsilon, que en algún momento de su vida se dedicaron a hacer directos de tiempo completo o como una forma de vida, esto les exigió tener una constancia y por ello sentían la **mutua obligación** para con sus espectadores de ofrecerles un horario de *streaming*. Por otro lado, Porky cumplía con su contrato, que al ser jugador profesional le pedían.

Respecto a la **comunidad** de cada uno de los entrevistados se puede denotar de diferente forma. Iniciando con Guis, se podría decir que siguen las bromas que hace en su directo, siguiéndole la corriente y apoyándolo. Epsilon cuenta con una comunidad dentro de Twitch bastante amigable y si eres nuevo te dan la bienvenida las demás personas. La comunidad de Porky se distingue por seguir su desarrollo de jugador profesional así que un tema recurrente en aquel tiempo lo eran esas partidas y si tenías alguna duda de cuándo jugaban o contra quién, la comunidad te la respondía si él se encontraba concentrado en el juego.

De la **participación**, los resultados que arrojaron las entrevistas fueron que GuisGaming si toma en cuenta lo que le recomiendan para la toma de decisiones dentro de los juegos, también de qué juegos jugar y cómo luce la cámara. Epsilon por su parte, hace que sus espectadores participen más en sorteos o jugando con ella dentro del juego. Porky se toma la última hora para hacer personalizadas con su público.

De la variable de **colaboración**, los tres entrevistados han hecho *streams* con más personas ya sea en línea o jugando al lado de ellos. Guis ha participado en la dinámica conocida como “chupistream” que consiste en estar platicando con varios amigos al tiempo que ellos hacen directo y beben. Porky decidió hacer *stream* con su amigo, DCStar que le ayudó a leer el *chat* y a entretener a los espectadores para la meta de recaudación de fondos. Epsilon, ha participado con diversas personalidades dentro del medio.

Respecto a nuestra variable de **reciprocidad**, en el caso de Epsilon al sentir ese apoyo en su *stream* ha agradecido a sus espectadores sorteando premios en su directo ya sea *skins*, puntos del juego (específicamente Riot Points)

o al tener entradas exclusivas a eventos las regala aleatoriamente a aquellos que la siguen y dentro de Twitch realizaba esos premios sólo para los suscriptores.

Es importante tener en cuenta que los contratos con Twitch pueden ser de 70-30 o de 80-20 para los *partners* dependiendo la cantidad de espectadores que tengas, por otra parte, los afiliados dependiendo de cuántos suscriptores tengas al mes, una meta de 15 vas teniendo un *emote* extra en el canal. Al inicio no existían esos contratos, cuando se implementaron los afiliados, muchas de las personas estaban en desacuerdo o se quejaron porque llegar a una media de 75 espectadores les costó un arduo trabajo pero a su vez terminaron por aceptarlo. También consideraron que aquellas personas que se suscribieran a un canal afiliado, iban a recibir únicamente un ícono del canal, mientras que ellos podían ofrecerles muchos más.

Algo que me gustaría señalar es que al existir una comunidad dentro de Twitch se crean memes, clips de videos y se generan opiniones diversas, desplegadas de esta plataforma, estas son llevadas a otros espacios como lo son: redes sociales o conversaciones cotidianas. Un claro ejemplo son las palabras utilizadas dentro del juego (“tilt”, “noob”, entre otras) y los *emotes* que son trasladados a espacios como: Facebook, WhatsApp o Twitter que con el simple hecho de escribir “Poggers”, “Kappa”, “KappaPride” (abreviaciones con las que salen ciertos iconos del *chat* en Twitch) las personas ya están tomando este imaginario social, traspasando barreras y llevándolas a otro entorno. Esto ocurre con normalidad y la explicación es que al utilizar comúnmente la jerga empleada en Twitch y dentro de los videojuegos, hace que las personas se acostumbren y lo expresen fuera de este ámbito, olvidando que no todas las personas conocen estas palabras y/o expresiones.

Cabe mencionar que respecto al tema de filantropía, muchos *streamers* además de los entrevistados participaron para recaudar fondos en el terremoto del 2017, incluso si no eran de nacionalidad mexicana. Lo que abre un panorama interesante de analizar que tiene que ver con la empatía de las personas. La imagen que se mostrará a continuación fue de un maratón en donde se tenían

contemplados diversos creadores de contenido para participar directamente en la recaudación hacia La Cruz Roja y la asociación de rescate Topos, estas aportaciones iban directo hacia la cuenta de Cruz Roja.

HORA INICIO	HORA FIN	MIÉRCOLES 20/Sep/2017	JUEVES 21/Sep/2017	VIERNES 22/Sep/2017	SÁBADO 23/Sep/2017	DOMINGO 24/Sep/2017	LUNES 25/Sep/2017	MARTES 26/Sep/2017	MIÉRCOLES 27/Sep/2017
0:00	1:00		Harpaw	ShinyKoffing	HDIShadow	DandDurand	DandDurand	elitrope	Harpaw
1:00	2:00		Harpaw	ShinyKoffing	HDIShadow	DandDurand	DandDurand	elitrope	Harpaw
2:00	3:00		Harpaw	ShinyKoffing	HDIShadow	DandDurand	DandDurand	Aldernion	Harpaw
3:00	4:00		DaleCaro	ShinyKoffing	HDIShadow	kamelot99	G0ld3nBP	Aldernion	DaleCaro
4:00	5:00		DaleCaro	DaleCaro	HDIShadow	kamelot99	G0ld3nBP	Aldernion	DaleCaro
5:00	6:00		DaleCaro	DaleCaro	Giosykes	kamelot99	G0ld3nBP	bk_kumatora	DaleCaro
6:00	7:00		DaleCaro	DaleCaro	Giosykes	kamelot99	G0ld3nBP	bk_kumatora	ShinyKoffing
7:00	8:00		DaleCaro	DaleCaro	Pranzedd	Zaguaiio	Ayakashi23	bk_kumatora	ShinyKoffing
8:00	9:00		Maurice_Akashi	Ayakashi23	Pranzedd	Zaguaiio	Ayakashi23	Alejo	Alejo
9:00	10:00		Maurice_Akashi	Ayakashi23	Pranzedd	Zaguaiio	Ayakashi23	Alejo	Alejo
10:00	11:00	Alejo	julio Gomez_iv	Ayakashi23	Pranzedd	Zaguaiio	Ayakashi23	Alejo	
11:00	12:00	Alejo	julio Gomez_iv	Surrogaat	CrazyCartoonStudios	julio Gomez_iv	Panda_mx	Surrogaat	
12:00	13:00	Alejo	julio Gomez_iv	Surrogaat	CrazyCartoonStudios	julio Gomez_iv	Panda_mx	Surrogaat	
13:00	14:00	Alejo	JairHernanG	Surrogaat	CrazyCartoonStudios	Liaph	Panda_mx	Surrogaat	
14:00	15:00	GoldenBP	JairHernanG	Surrogaat	CrazyCartoonStudios	Liaph	Panda_mx	Surrogaat	
15:00	16:00	GoldenBP	Danae1UP	Surrogaat	AnnieVnKr	Liaph	kamelot99	Surrogaat	
16:00	17:00	Missparanoid	Danae1UP	G0ld3nBP	AnnieVnKr	Liaph	kamelot99	Maurice_Akashi	
17:00	18:00	Missparanoid	Danae1UP	Erratic117	AnnieVnKr	Aldernion	kamelot99	Maurice_Akashi	
18:00	19:00	Missparanoid	Danae1UP	Erratic117	xChronoFox	Aldernion	kamelot99	Maurice_Akashi	
19:00	20:00	Ayakashi23	Shinjo23	Shinjo23	xChronoFox	Aldernion	kamelot99	Maurice_Akashi	STREAM DESPE
20:00	21:00	Ayakashi23	Shinjo23	Shinjo24	xChronoFox	DanielaAzuaje_	DaleCaro	Maurice_Akashi	STREAM DESPE
21:00	22:00	Ayakashi23	Shinjo23	AnnieVnKr	xChronoFox	DanielaAzuaje_	DaleCaro	Maurice_Akashi	
22:00	23:00	Ayakashi23	Giosykes	AnnieVnKr	DandDurand	DanielaAzuaje_	elitrope	Harpaw	
23:00	0:00	Harpaw	Giosykes	AnnieVnKr	DandDurand	DanielaAzuaje_	elitrope	Harpaw	

Figura 9, título: Streamers realizan mega maratón por Twitch para recaudar fondos para México
 En: <https://gamerstyle.com.mx/2017/09/21/streamers-realizan-mega-maraton-twitch-recaudar-fondos-mexico/>

En la figura 9 se puede ver que cada participante tenía una hora determinada para hacer directo y fue una exhaustiva organización, también se contaban con premios a los donadores, por cada mil pesos donados se podía participar en una rifa y los requisitos también eran subir un comprobante o captura con el hashtag #STREAMERSXMEXICO. Esto fue una pequeña muestra de lo que se puede lograr con la cooperación de las personas, con el sentido del altruismo y el trabajo de muchas personas.

A continuación se verán las conclusiones de todo el conjunto de esta investigación, se pretende analizar si las variables ayudaron en la comprobación de si se obtiene capital social o no y de qué manera.

Conclusiones

“Si no comprendemos las redes sociales, no existe ninguna esperanza de que comprendamos completamente cómo somos y cómo es el mundo que habitamos.” (Christakis y Fowler, 2010: 43) Con esta frase hago énfasis en la importancia como científicos sociales de comprender a la sociedad a través de las redes sociales. Llegamos al final de esta investigación y quiero resaltar varias cosas a través de este último capítulo que van desde reflexiones hasta más información que quizás no enfatice en los capítulos anteriores.

Si no se cuenta con una media de espectadores elevada, es mucho más difícil llegar a conseguir suscripciones o donaciones, pero si se tiene una estrategia basada en el entendimiento de la comunidad, de lo que cada *streamer* puede ofrecer, esta métrica se va acoplando. También no hay una regla exacta para el éxito dentro de la plataforma, gran parte de los creadores de contenido han tenido que experimentar lo que les funciona y lo que no.

Una de las cosas más interesantes que considero importante mencionar es que a pesar de que muchas personas desconocen la historia de Twitch, (cuando aún era Justin.tv) suelen recrear su idea de grabarse las 24 horas, así sea por el hecho de una meta o reto. Tanto a la persona que se graba y disfruta de ser observada, como a los espectadores les agrada la idea de ver a alguien más y cumple una satisfacción mutua de la necesidad de socializar.

En el texto escrito por Nicholas Christakis y James Fowler llamado *Conectados*, nos explica en su primer capítulo nombrado “Estar en el ajo” que, así como la violencia tiene naturaleza colectiva y puede difundirse a través de nexos sociales ya sea de forma directa o manera generalizada como las epidemias también existen casos positivos como por ejemplo de cadenas de donadores de órganos. Así mismo ocurrió en la recaudación de fondos dentro de Twitch el 19 de septiembre del 2017 se fue dando de voz en voz esa recaudación y muchos se sumaron a la causa, logrando una cooperación masiva. El texto nos menciona que

“Los lazos de las redes sociales pueden constituirse en el vehículo de gestos altruistas mediante los cuales unas personas devuelven con creces una deuda de gratitud” (A. Christakis & H. Fowler, 2010). Con esto señalo el gran alcance que se puede dar a partir de redes sociales y en nuestro caso particular, dentro de Twitch.

Respecto al uso inadecuado dentro de Internet, es verdad que la facilidad de crear una cuenta dentro de Twitch provoca que las personas no den su completa identidad y se sientan cómodas o seguras de opinar sin tener escrúpulos lo que termina en poder hacer comentarios negativos sin sentir culpa o sin tener una repercusión. También hay que tener en cuenta esto pues depende mucho del uso que le de la persona y puede ser para beneficiarse colectivamente o en este caso, el uso negativo de esta libertad.

Facebook Gaming surgió después de Twitch y al inicio fue tomando ciertas ideas como las estrellas, equivalentes a *bits* en Twitch y frecuentemente he escuchado a personas que han tratado en ambos medios decir que si quieren ser mayormente visualizados, que prueben con Facebook porque tienen más tráfico de personas pero que si les preocupa la música y que cada cuatro horas les corten el *stream*, mejor se vayan a Twitch. Yo en lo personal considero a Facebook Gaming la competencia directa de Twitch porque por lo mismo de que la mayoría de las personas cuenta con una cuenta y que los planes de Facebook son crear un monopolio al haber comprado Instagram, seguir actualizándose como los hashtags, implementar cada vez más funciones y recientemente haber adquirido WhatsApp no sería raro si quisieran mejorar en este ámbito y por el alza en el tema de los videojuegos hasta llegar a un acuerdo con Twitch, o Amazon. Eso podría ocurrir o quizás le pase lo que a YouTube Gaming y tenga que cerrar esa función porque actualmente tiene su propia aplicación de *gaming*, Facebook.

Dentro de los resultados obtenidos, dos de los *streamers* parecían tener respuestas parecidas sin embargo respecto al último caso, se tuvo que hacer una reformulación de las preguntas para entender más a fondo cómo era la comunidad de personas que veían a jugador profesional, sus motivaciones y en base a esto

se llegó al resultado de que más que preocuparse por su vida cotidiana, querían aprender de él.

También es verdad que cuando los jugadores profesionales cumplen su lapso de tiempo que duran los torneos (llámense *split*), regresan a sus respectivos hogares o tienen un poco más de tiempo para ellos y es cuando algunos deciden comenzar a hacer directos esto con el fin de ser más conocidos, por gusto o por el hecho de poder obtener ingresos extras.

Las categorías analíticas tomadas del texto de López Novelo sirvieron como pauta en este análisis ya que con ellas se confirma la existencia del capital social dentro de la plataforma de Twitch, desde la buena voluntad de los espectadores al hacer una donación a su creador de contenido favorito, la simpatía como característica de identificación para visualizar o elegir ciertos canales, las normas específicas en cada stream, la participación que va al escribir en el chat y ser partícipe de los sorteos, como el ser suscriptor hasta crear esa confianza entre las personas en un primer momento vía virtual que en muchos casos no se queda ahí.

Cada vez con más frecuencia se realizan textos respecto a videojuegos, lo que implica un crecimiento intelectual para toda la comunidad sin embargo por el hecho de ser un tema relativamente nuevo aún hay muchos temas no contemplados como lo son los *esports* por tanto invito a los lectores a seguir aportando en estos temas que considero que a muchos de nosotros nos apasiona y para aquellos que lo desconocían espero haberles despertado esa curiosidad, traten de acercarse a los videojuegos ya sea por el entretenimiento, por la comunidad o cualesquiera que sean sus motivos. Como Huizinga menciona, las personas desde tiempos ancestrales han tenido esa necesidad por jugar, aquellos que creen que sólo los niños necesitan de ello quizás no se han dado oportunidad para hacerlo en un buen tiempo y seguramente si lo intentan no se arrepentirán.

Para mis compañeros sociólogos, que a lo largo de la carrera conocí muy pocos interesados o que sabían respecto a videojuegos los invito a investigar desde las redes sociales que es un tema en auge actualmente y si logramos

entender a la sociedad a través de estas herramientas nuestro trabajo como investigadores sociales nos será más sencillo. Así mismo existe demasiada información dentro de la plataforma Twitch sin investigar, el tema del género, las motivaciones de los espectadores, entre otros temas que por falta de tiempo y de no desviarme demasiado me faltó analizar a profundidad y esto da un panorama amplio en el cuál poder sumergirnos más adelante.

Bibliografía y referencias:

- 'Hank' Rosso, Henry A. (2011). *Achieving Excellence in Fund Raising*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Bordieu, Pierre. (1985). *The forms of capital*. In J.G. Richardson. *Handbook for Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood.
- Christakis, Nicholas A. & Fowler, James H. (2010). *Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*. Ciudad de México: Santillana Ediciones Generales.
- Freud, Sigmund. (1921). *Psicología de las masas y el análisis del yo*.
- Fukuyama, Francis. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. New York: The Free Press.
- Garfinkel, Harold. (2006). *Estudios en Etnometodología*. México: Anthropos Editorial.
- Goffman Erving. (1959) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Heller, Agnes. (1967). *Sociología de la vida cotidiana*. Barcelona: Ediciones Península.
- Howard, Phillip (2005) *Sociedad on line. Internet en contexto*. Barcelona: UOC.
- Huizinga, Johan. (2007). *Homo Ludens*. Madrid: Alianza Editorial.
- León Jariego, R., & López López, M. J (2003). Los adolescentes y los videojuegos.
- López Novelo, Roberto Alejandro (2011) *La construcción del capital social en las redes sociales en Internet: discutamos México en Facebook*. Ciudad de México: UNAM.
- Negroponte, Nicholas. (1995) *El mundo digital*. Barcelona, España.
- Thompson, John B. (1993) *Ideología y cultura moderna. Teoría Crítica social en la era de la comunicación de masas*. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana.

- Weber, Max (1964) *Economía y Sociedad*. México: FCE.

Referencias consultadas en línea:

- Coyle, Jake (2007) *Justin Kan Vlogs 24/7 at Justin.tv* en: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/03/28/AR2007032801719.html>
- Cuemea Telles, Gerardo Alonso (2017) *Apoyo sismo 2017* (post de la recaudación de Porky). En: https://imgur.com/a/A7cuM?fbclid=IwAR0qRt6zDlb6sAG7zsqaHFliP1gQGRXr9zbqY2xoSnmtSZHQ2_CbKoZnNbY
- Facultat d'Informàtica de Barcelona. *Historia de los videojuegos*. En: <https://www.fib.upc.edu/retro-informatica/historia/videojocs.html>
- Gutiérrez, Nelson (2017) *Streamers realizan mega maratón por Twitch para recaudar fondos para México*. Consultado el 10/Junio/2019 en: <https://gamerstyle.com.mx/2017/09/21/streamers-realizan-mega-maraton-twitch-recaudar-fondos-mexico/>
<https://www.facebook.com/porkylol/posts/697589033772501>
- Nitrado, en: <https://server.nitrado.net/arg/pages/business>
- Perez, Sarah (2015) *After Pulling In 5.6M Viewers, Twitch Is Keeping Bob Ross On The Air* en: <https://techcrunch.com/2015/11/09/after-pulling-in-5-6m-viewers-twitch-is-keeping-bob-ross-on-the-air/>
- Post Porky (2017). En:
- Real Academia Española (2019) en: <http://www.rae.es/rae.html>
- Streamloots, en: <https://www.streamloots.com/>
- Twitch *Directrices de la comunidad, contenido sexual* en: <https://www.twitch.tv/p/es-mx/legal/community-guidelines/sexualcontent/>
- Twitch *Lista de juegos prohibidos* en: https://help.twitch.tv/s/article/list-of-prohibited-games?language=es_MX

- Twitch *Preguntas frecuentes sobre pagos a afiliados*
https://help.twitch.tv/s/article/affiliate-payout-faq?language=es_MX
- TwitchTracker (2019) En: <https://twitchtracker.com/>
- Vandal Videojuegos. (2012) *Estudiantes del MIT “hackean” un edificio y lo convierten en el Tetris.* En:
<https://vandal.elespanol.com/noticia/67480/estudiantes-del-mit-hackean-un-edificio-y-lo-convierten-en-el-tetris/>
- Yova Turnes, GamerDic. (2013) *Diccionario online de términos sobre videojuegos y cultura gamer.* En: <http://www.gamerdic.es/>