



**UNIVERSIDAD
ACADEMIA**
DE HUMANISMO CRISTIANO

ESCUELA DE
PSICOLOGÍA

**Los sentidos que le otorgan a los influencers de la plataforma Twitch los adolescentes fans
en su construcción de identidad, de la Región Metropolitana**

UNIVERSIDAD DE HUMANISMO CRISTIANO

ESCUELA DE PSICOLOGÍA

Nombre del autor: Felipe Luna Carrera

Nombre profesor guía: Catalina Ramírez

Artículo para Optar al Grado de Psicólogo

Santiago 2022

Resumen

El objetivo de la presente investigación busca identificar los modos en que los usuarios de la plataforma Twitch perciben la influencia de este espacio en su construcción de identidad. En su aspecto metodológico, se realizó un estudio en la Región Metropolitana de Santiago de Chile, donde se entrevistó a 4 adolescentes de edades entre 15 a 20 años, quienes cumplían con el requisito de usar la plataforma de *streaming* Twitch de manera cotidiana, teniendo al menos un año de antigüedad como usuarios. Para ello, se utilizó como medio de producción de información la entrevista semiestructurada. Concluyendo la investigación nos encontraremos con que los adolescentes destacan de sus experiencias con los influencers la adquisición de aprendizajes tales como: aprendizajes políticos, reflexiones en torno a experiencias personales, mecánicas de juegos etc.

Palabras Claves: Identidad, obediencia, influencia, adolescencia, poder.

Abstract

Objective: to identify the influences that fans perceive about themselves through the use of the twitch platform. Methodology: a study was conducted in the metropolitan region of Santiago, Chile, in which 4 adolescents between 15 and 20 years of age were interviewed. who meet the requirement of using twitch on a daily basis and have at least one year using the platform, a semi-structured interview was used as a means of information production. Concluding the investigation, we Will fin that adolescents highlight from their experience with influencers the acquisition of learning such as: political learning, reflections on personal experiences, game mechanics, etc.

Key words : Identity, obedience, influence, adolescence, authority.

Durante el periodo de cuarentena que vivimos a raíz del Covid-19, las redes sociales se volvieron un eficiente medio de comunicación con nuestros pares, facilitando también las instancias de trabajo desde nuestros hogares. Dentro de dicho espacio virtual, el posicionamiento de influencers como sujetos que dominan las dinámicas de estos espacios se torna fundamental, como mencionan Clemente-Ricolfe y J.F & Atienza:

Una persona que participa activamente en un grupo no organizado y resuelve una discusión; que proporciona una respuesta a una pregunta publicada y esta se acepta después de la discusión, (...) los influencers son aquellos individuos cuyas opiniones y comportamiento afectan a las decisiones o elecciones de otras personas. (como se citó en Clemente-Ricolfe y J.F & Atienza-Sancho, P. (2019) p. 3)

Si bien este concepto no es para nada nuevo, nos parece importante conocer de qué manera estas personas influyen sobre un otro que le sigue o frecuenta su contenido en las redes sociales, los denominados fans.

Siguiendo las ideas planteadas por Clemente y Atienza, los influencers son sujetos que utilizan las redes sociales como un medio de exposición de su vida y toman relevancia frente a la audiencia en la medida en que el área que exponen se torna llamativa para el espectador (exposición que se realiza en redes sociales como Instagram, Facebook, YouTube, Tik Tok, Twitch). Es debido a esto que encontramos influencers del ámbito de la moda, de los videojuegos, de tecnología, etc. El psicólogo social Edwin Hollander considera que los líderes de opinión son aquellas personas que tienen la habilidad de influir en las actitudes y los comportamientos de los demás y consiguen captar muchos seguidores que creen lo que comunican (como se citó en Huffaker, 2010).

Es entonces mediante esta aceptación pública y el posterior aumento de seguidores en las redes sociales que estos sujetos logran poco a poco el tono de una figura reconocida en la sociedad.

Antecedentes

La cuarentena que vivimos como sociedad nos forzó a replegarnos en nuestros hogares y a recurrir a medios digitales para poder llevar nuestro día a día, desarrollando instancias poco frecuentes hasta el momento, como el teletrabajo desde lo laboral, o clases virtuales desde los procesos de enseñanza-aprendizaje, con el fin de evitar un posible contagio de Covid-19. Es por esto que Marcelo Guardia (2020) se dispuso a estudiar el uso de redes sociales en pandemia, específicamente las percepciones que los y las jóvenes adolescentes tienen respecto al uso de las redes sociales, considerando aspectos como riesgos asociados al uso, tales como, robo de identidad, delitos informáticos, percepciones de los padres según los hijos e hijas del uso de las redes sociales, temores ante los excesos, entre otros, frente a esta investigativa es que llegó a la conclusión de que los jóvenes han:

desarrollado capacidades frente a los riesgos y potencialidades ofrecidas por la cultura digital de la que participan a través de aplicaciones en teléfonos móviles (...). Los hábitos de esta cultura digital se sostienen gracias a las gratificaciones que ellos reconocen como valiosos para sus parámetros y valores. Mientras exista satisfacción generada por la interactividad habrá praxis cultural e incorporación de prácticas y contenidos a la vida cotidiana (Guardia, 2020, p 16)

Con el uso de estas plataformas digitales nos encontraremos con conceptos propios de estas mismas, como el concepto de *influencer*, el cual se transforma si el sujeto utiliza sus dispositivos

móviles para comunicar su contenido, recibiendo el nombre de streamer. Es decir, “una persona que utiliza un software que permite la emisión de video y audio en tiempo real a través de internet, ya sea a partir de la webcam de su ordenador o a partir de su teléfono de nueva generación” (Pérez, 2007, p. 66)

Lo anterior proviene del concepto de *streaming* (Transmisión en directo), comprendido como:

una tecnología de transmisión a través de la red, en la que no existe descarga de la información en un disco local y que, por ende, la información que se envía a través de la red al cliente se produce en tiempo real al recibirla (García, 2013 p. 286)

En este artículo se investigará la influencia de Influencer (Streamer) percibida por los jóvenes que usan la plataforma digital Twitch, la cual se entiende como un servicio de Streaming y de entretenimiento digital que funciona mediante la transmisión de videojuegos, talk show, entre otros, destacando el IRL (In Real Life) en su uso, el cual permite una interacción en vivo y en directo entre el espectador y el streamer por medio de un chat exclusivo de cada streamer. Hasta noviembre del 2021 el total de minutos visualizados en la plataforma es de 792 mil millones lo que supera en un 38.9% en comparación con el año pasado. (TwitchTracker, 2021)

Cuando hablamos de influencers es importante hablar de quienes hacen posible su masificación y además otorgar validez a sus palabras, desde aquí nos referimos al fenómeno fans, los cuales adquieren también un nivel de conocimiento, al momento de obtener información actualizada e importante de un líder de opinión que se considera que goza de un alto grado de credibilidad y participación (como se citó en Sarmiento y Rodríguez, 2019). Esto otorga

pertenencia a un grupo, en el sentido de que todos manejen un lenguaje en común e ideas similares sobre un fenómeno, lo cual toma aun mayor impacto cuando hablamos de adolescentes los cuales transitan en la búsqueda de identidad (Fisher, 1992). Otro aspecto a destacar es la autoestima de los seguidores, que aumenta cuando compran productos de distintas marcas que previamente les han sido recomendados (como se citó en Sarmiento y Rodríguez, 2019).

Cuando hablamos de la plataforma Twitch nos encontramos con similitud a otras plataformas como lo son YouTube, ya que además de compartir la cualidad del Streaming, también hay Influencer que ven contenido de YouTube en esta plataforma, esto nos parece relevante ya que Banaji analizó la posibilidad educativa que presentan la red social “YouTube” en una dimensión socio moral y cívica, basándose en los videos con contenido explícito de violencia o racismo, los cuales despiertan la discusión moral acerca de situaciones como prejuicios de la clase social o de inmigración (como se citó en Renés, Gozávez, Berlanga, 2020). Banaji concluye que una red social como YouTube supone un “recurso significativo, aunque todavía no considerado, en la educación para la ciudadanía, tanto la formal como la informal, debido a sus compromisos con la tecnología, el contexto social, el contexto emocional y la retórica política”. (Banaji 2013, p.69)

Se entiende que la adicción a las redes sociales bajo la apariencia de intercomunicar puede encerrar a la persona en sí misma, esclavizándola al servicio de recibir cualquier señal de estar en contacto con otros, lo cual desemboca en una adicción hacia estas plataformas; “entienden que el componente adictivo reside principalmente en la inmediatez y en la facilidad de realizar varias actividades y tareas de manera simultánea” (como se citó en Santamaria, Meana, 2017, p.446)

Cuando nos encontramos con el fenómeno influencer existe cierto nivel de convergencia desde diferentes autores. Según el diccionario LID de Marketing Directo, los *influenciadores* son: Personas que generan información de productos, servicios o, gracias al fenómeno de las redes sociales, de cualquier tema de actualidad. Regularmente se especializan o hablan de un tema o categoría en específico y, por lo general, tienden a interactuar y a participar con otros usuarios compartiendo sus opiniones, pensamientos, ideas o reflexiones. (LID de Marketing Directo, 2015)

Marco teórico

Cuando hablamos de identidad nos encontramos con diversos autores, Laing (1961) que la describe como sentirse uno mismo en un lugar y tiempo específico, Piaget (1971) indica que es una característica que surge en los primeros esquemas de acción, Bhabha (1996) plantea que la identidad del sujeto se desarrolla a partir de la identidad cultural, entre otros, para este caso particular seguiremos las ideas de Pindado (2006), el cual comenta que durante la adolescencia existe un incremento de la autoconciencia, donde a raíz de esta autoconciencia se es más susceptible a imágenes provenientes desde el exterior, estas imágenes se toman como modelos de comparación con las experiencias propias a fin de ir estableciendo patrones conductuales a raíz de un análisis comparativo, de cita a Fiske el cual sostiene que “la gente joven está continuamente comparando y contrastando el mundo de la televisión con su propio mundo social de acuerdo a un rango de criterios con el que ellos evalúan el realismo de las representaciones de la televisión” (como se citó en Pindado, 2006, pág. 13).

Según Erikson (Seil 1976) la identidad es la resultante de la habilidad que posee una persona para lograr integrar sus identificaciones iniciales, parciales y variadas. La consecuencia

de este proceso de integración da como resultado un sentido de rectitud acerca de lo que se está haciendo, además un sentimiento de comodidad de quien se es.

la identidad personal, nos indica la capacidad que posee una persona para integrar su autopercepción e imagen que tiene del mundo, con sus actos. El poseer personal bien integrada presupone tener conocimiento claro y preciso de nuestras capacidades, intereses, actitudes, objetivos, normas y valores. Es el saber quiénes somos y estar a gusto con ello, el conocer lo que queremos y luchar por obtenerlo dentro de las reglas que nos dictan nuestras propias normas y valores. (Rodríguez 1989)

Cuando nos referimos a la obediencia es difícil no pensar el experimento realizado por Milgram, donde una persona siguiendo las instrucciones de un sujeto que representaba la autoridad, generaba descargas eléctricas sobre otro que después de un tiempo de aplicadas las descargas comenzaba a reclamar que no se hiciera más, donde en gran parte se hizo caso omiso a esto y se siguió aplicando la descarga con la idea de que era con el fin de investigar, o bien lo realizado por el psicólogo Ash, el cual demostró que frente a un grupo de personas nuestro actuar y pensar se puede ver modificado cuando la mayoría piensa diferente a nosotros, esto dejó en evidencia que somos seres que pueden obedecer ya sea a un investigador o bien a la masa cuando el medio nos impone esto.

Para referirnos a liderazgos de personas hacia seguidores consideramos importante detenernos sobre el concepto de autoridad carismática que presenta Max Weber, donde quienes poseían esta facultad era sujetos que se consideraban con más validez que los demás “la validez de hecho de la autoridad carismática descansa en realidad por completo sobre el reconocimiento, condicionado por la “corroboración”, de los dominados, que ciertamente tienen carácter de deber

frente a los calificados y por lo tanto, legítimos”(Weber 1987, pág. 214), este reconocimiento radica en la existencia de un profeta (héroe guerrero) sobre el cual cae de manera divina una cualidad (el carisma) que les faculta frente a un grupo de personas el ser dignos de reconocimiento.

Weber expone que la autoridad carismática es uno de los grandes poderes revolucionarios de la historia y que cuando nos referimos a ella en su estado más puro sólo manifiesta autoridad y dominación.

Al referirnos a los influencer Muñoz destaca 6 características como principales de todo influencer: Confianza, Habilidad comunicativa, conocimiento, Reciprocidad, contacto, constancia e identificación, todos estos conceptos refieren a lo que debiera emerger durante la relación de un influencer con sus fans y de cómo esté pone a disposición de los espectadores estas características, una variante de influencer son los denominados estudigramer, los cuales se ocupan de generar instancias de aprendizaje mediante el uso de las plataformas sociales

El estudigramer ofrece un espacio abierto para toda su comunidad virtual, donde habitualmente los estudiantes intercambian vía WhatsApp: apuntes, dudas y/o ánimos. El orden y la estética en sus publicaciones junto a la humanización de la relación completan el aporte de esta comunidad de aprendizaje informal protagonizada por su líder-coach. (Izquierdo y Gallardo, 2020, p. 5).

Si bien lo último mencionado no apunta al marketing propiamente tal, es parte de la escasa excepción investigativa que presenta el fenómeno influencers en cuestión, ya que, la información que se encuentra en internet respecto a los influencers es vasta, pero apunta mayoritariamente a la perspectiva comercial, donde se enfatiza en que tipos de cualidades en los influencers facilitan la venta de determinados productos o bien cuales son los métodos que se utilizan para comercializar

en las plataformas digitales, pero si pretendemos conocer el fenómeno desde una perspectiva de la salud mental escasea, por no decir, que no hay. Además, nos parece importante destacar que la mayoría de información apunta al sentido comercial y no pertenece a América Latina.

Desde lo anterior nos es importante comenzar a problematizar el fenómeno de influencers considerando a sus fans adolescentes, ya que como es sabido ellos se encuentran en la conformación de una identidad que los represente, siendo más susceptibles a ideas que le parezcan llamativas, para así conformar su identidad y encontrar sentido de pertenencia en la sociedad “La necesidad de relación del individuo con el grupo como anclaje da el sentimiento de pertenencia, y la creación de la identidad grupal e individual, que también se forja en relación al grupo” (Fisher, 1992, p. 230).

Nos parece importante en este artículo averiguar si existen problemáticas en la conformación de identidad del adolescente con el uso de la plataforma Twitch sino se considera que lo expuesto por los influencers es sesgado, es decir, ellos exponen solo los aspectos que les parecen positivos de ser visto por sus seguidores (Silva, 2020).

Por otra parte, nos parece importante conocer hasta qué punto se siguen los pensamientos de los líderes de opinión actuales (influencers) y si es posible una alienación de los seguidores de influencers que puedan desencadenar conductas nocivas.

¿Hasta qué punto se seguirán los pensamientos de los líderes de opinión?

Nos es inevitable no pensar cuando hablamos de influencers en sujetos que tienen un Poder concedido por y con los fans, es importante explicar la acepción verbal del término remite a “capacidad de”, tal como en el enunciado “poder caminar” o “poder deducir”; pero en expresiones

tales como “tomar el poder” o “vacío de poder” prevalece la acepción sustantiva. En realidad, como lo muestran estas últimas expresiones, la acepción sustantiva contiene subsumida la acepción verbal. Por ejemplo, en “tomar el poder”, el poder –esto es la capacidad de disponer, o llegar a disponer, de gente, bienes y otros recursos– se halla implícito. (Benbenaste, Delfino, Vítale, 2006, p. 353)

Este Poder permite en el fondo y al igual que en el marketing tener una opinión que genere repercusiones conductuales sobre sus fans (por ejemplo, la compra de un producto), o bien la replicación de un discurso que el influencers posee.

En la actualidad y hace algunos años se utiliza una plataforma de Streaming llamada Twitch, la cual es un medio por el cual diversas personas de cualquier parte del mundo, pueden mediante su computadora o smartphone generar una interacción con los espectadores de contenido en tiempo real, encontrándonos con grupos de influencers y fans (comunidades) con millones de integrantes.

En América latina existe un influencers conocido por su nombre de jugador como “coscu” (3.6 millones de seguidores), el cual en su comunidad de seguidores y amigos ha ido desarrollando un lenguaje creado por el y que su comunidad ha adoptado como propio, lenguaje que se ha transmitido dentro del continente con otros creadores de contenido y también con creadores de contenido de habla hispana fuera del continente, si bien el lenguaje creado por este influencer posee varias palabras particulares me gustaría detenerme sobre una en particular, dentro de su comunidad existe el término “de nazi”, para referirse a “cuando algo está re zarpado o cuando alguien comete una acción sin medir las consecuencias o controversial” (extraído del diario electrónico, WalterMortello, 2019), tanto es su impacto en la comunidad que se creó un equipo competitivo llamado 9z, que puede optar a un campeonato internacional de video juegos, esto

último lo menciono ya que al pronunciarlo desde el inglés sería “nain zi”, entonces observando la definición que posee como algo controversial, no es posible pasar por alto el genocidio vivido en Alemania y que en actualidad se normalice el concepto “de nazi” como una frase sin un trasfondo ideológico, habla del gran impacto que poseen los influencers sobre su comunidad, donde los seguidores de estos influencers se dejen llevar por el pensamiento colectivo, sin replantear las palabras del sujeto que posee el reconocimiento social y el poder. Le Bon afirma: “En el alma colectiva se borran las actitudes intelectuales de los hombres y, en consecuencia, su individualidad. Lo heterogéneo queda anegado por lo homogéneo y predominan las cualidades inconscientes” (como se citó en Fernández 2012, p. 194).

Benbenaste, Delfino, Vítale, (2006) exponen 3 situaciones donde se manifiesta de manera natural el Poder sobre los demás, una de ellas es

El dualismo, significa que, desde la posición del bebé, el otro, literalmente, lo es todo; el bebé no puede simbolizar y es el adulto quien simboliza todo por él. Esa insuficiencia para simbolizar provoca que la ausencia del cuidador desencadena angustia-desestructuración en el bebé y su presencia, por el contrario, le hace calmar, sentirse estructurado. (Benbenaste, Delfino, Vítale, 2006, p. 354)

según ellos este vínculo puede perpetuarse a lo largo de la vida dependiendo de cómo se presentó durante los primeros meses de vida, desde esta perspectiva podemos extrapolar la presencia de los influencers en las redes sociales, donde los fans pueden ocupar el lugar de desestructuración, los cuales buscan respuesta desde los creadores de contenidos los cuales poseen más conocimientos sobre un área específica y los cuales serían los estructurantes para ellos. Más precisamente en una de las posiciones, la del estructurable, el sentido es evitar la angustia que produce el hallarse desestructurado; correlativamente para quienes ocupan la representación de estructurante, el

sentido primordial del vínculo Poder se realiza a través de la operación psíquica que el psicoanálisis llama renegación (como se citó en Benbenaste, Delfino, Vítale, 2006), en consideración de lo descrito anteriormente podemos entender el sentido de evitar la angustia con lo descrito por Gabriel Tarde considera que el ser humano siente cierto placer en la obediencia; la credulidad otorga un gran peso al líder, y a la imitación también como forma de sugestión, misma que se encuentra en la comunicación: por ejemplo, en los periódicos (Fernández, 2012).

Objetivos

Objetivo General.

Comprender los sentidos que le otorgan a los influencers de la plataforma Twitch los adolescentes fans en su construcción de identidad que habitan en la Región Metropolitana de Chile

Objetivos Específicos

- Caracterizar a los fans de influencers
- Describir los principales cambios conductuales que observan los fans al participar en la plataforma Twitch
- Identificar las principales mejoras o consecuencias negativas observadas en su cotidianidad al ser fans de influencers de la plataforma Twitch

Marco metodológico

Como se expuso en los antecedentes el uso de la plataforma Twitch ha sufrido un aumento exponencial en su uso desde sus inicios hasta la actualidad, surgiendo la duda de que efectos perciben los usuarios de esta sobre sí mismos, es por esto que resulta importante abarcar la investigación de tal manera que logremos recoger la subjetividad de los usuarios de esta plataforma, por esto último nos enfocaremos en una investigación de tipo cualitativo

la investigación Cualitativa se centra en comprender y profundizar los fenómenos, utilizándolos desde el punto de vista de los participantes en su ambiente y en relación con los aspectos que los rodean. Normalmente es escogido cuando se busca comprender la perspectiva de individuos o grupos de personas a los que se investigará, acerca de los sucesos que los rodean, ahondar en sus experiencias, opiniones, conociendo de esta forma cómo subjetivamente perciben su realidad. (Guerrero, 2016, p. 3)

de esta manera conseguiremos conocer las perspectivas individuales de los participantes de la investigación. Esta será de carácter exploratorio descriptiva, ya que siguiendo el concepto que expone García e Ibarra

Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados. (García, Ibarra 2016, p. 64)

y por otra parte resulta descriptiva pues, “se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que

se somete a un análisis (Hernández, Fernández y Baptista, 2014 p. 92), esta será nuestra estrategia ya que las investigaciones del tema son escasas y es importante acercarnos y conocer este fenómeno.

Paradigma

En esta investigación lo que buscaremos será conocer los sentidos de las experiencias vividas por las y los adolescentes, explorando el fenómeno desde sus subjetividades, con el fin de co-construir una visión del fenómeno a explorar, desde aquí nos parece clave acercarnos desde la perspectiva fenomenológica que expone Heidegger

la fenomenología es una metodología filosófica que pretende descubrir el significado del ser o existencia de los seres humanos (fenómenos), por medio de la descripción y comprensión de sus vivencias o cotidianidad, ya que esta cotidianidad [Alltaglichkeit] constituye la forma, o modo corriente y ordinario como el “Dasein” se vive a sí mismo (Heidegger, 2005).

Diseño Muestral

Muestra

La muestra de esta investigación será de 4 jóvenes que utilicen la plataforma Twitch

Estrategia de Muestreo

Se utilizará una muestra no probabilística con muestreo en bola de nieve o en cadena, con el fin de encontrar usuarios que al igual que el informante utilicen las horas necesarias para la investigación la plataforma digital, la utilidad de este tipo de muestreo es la búsqueda controlada de entrevistados con ciertas características definidas previamente en el planteamiento del problema (Rabolini, 2009).

Representación Estructural

Consiste en la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo. En este tipo de muestreos la representatividad la determina el investigador de modo subjetivo.

● Criterios	● Atributos
● Género	● Femenino ● Masculino ● No binario
● El uso de la plataforma Twitch	● Al menos un año de uso
● Tipo de usuario	● Que se considere fans
● Ubicación geográfica	● RM
● Rango Etario	● Entre 15 a 20 años

Técnicas de producción de información

La técnica que usaremos como producción de información, será la entrevista semiestructurada en progresión, debido a que tendremos una pauta con preguntas, pero esta será flexible y podemos indagar frente alguna cualidad que nos parezca llamativa de conocer. Otorgando, además, ambientes de conversación entre iguales, donde se busca conocer perspectivas de los entrevistados y sus propias experiencias. (Taylor y Bogdán, 2008).

Análisis de Datos

Para profundizar en las entrevistas a realizar será fundamental analizar e interpretar lo dicho y lo no dicho en su contenido, con el fin de conseguir acercarnos hacia el fenómeno de interés para este artículo, “El análisis de contenido es una técnica de investigación para formular inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características específicas dentro de un contexto” (Hostil y Stone, 1969 p.5)

Resultados del estudio

Caracterización de los fans de influencers

En el primer acercamiento que busca caracterizar a los fans de influencers de la plataforma Twitch, nos encontramos con que ellas y ellos, tienen las siguientes estructuras familiares: “Vivo con mis abuelos y una tía”(P^o2, 2021), “Vivo con mis dos papás y un hermano y una hermana”(P^o4, 2021), además de que sus pasatiempos giran en torno a: “tengo clases de la U, después de eso, intento distraerme un poco jugando, viendo videos en YouTube, viendo alguna película y finalizó el día repasando un poco de los ramos y eso, generalmente hago eso”(P^o4, 2021), “hago ejercicios, leo, (leo, leo, leo) leo manga, veo animes estoy en mi año sabático, no hago mucho la verdad”(P^o1, 2021).

Salta a la vista que la composición familiar de los sujetos que utilizan la plataforma es variada y no presenta una tendencia marcada, nos encontramos con núcleos familiares pequeños y familias tradicionales, no obstante al observar sus pasatiempos nos encontramos con ciertas tendencias en sus preferencias o gusto a la hora de realizar actividades recreativas, por una parte, observamos que existe tendencia, como instancia recreativa, el observar series, ya sean de animes o de otro tipo, además de frecuentar la plataforma de YouTube, plataforma que a su vez es la que da el inicio a la utilización de la plataforma Twitch “Cuando yo veía YouTube, mi youtuber la promocionaron y dijeron voy a estar haciendo directo en mi Twitch y gracias a eso la descargue no más, porque ellos me dijeron que iban a estar ahí”(P^o1, 2021), este discurso se encuentra presente en las entrevistas realizadas dándonos a entender que parte de la actividad recreativa de estos sujetos no ha variado con el paso del tiempo y que inicialmente se comenzó a utilizar la plataforma con el fin de buscar la manera de ampliar el tipo de contenido que les gusta frecuentar, para el caso del participante recién citado, nos encontramos con parte de la “habilidad” discursiva

o persuasión por así llamarlo, que poseen los influencers de las diferentes plataformas existentes, donde por el simple aviso de que el sujeto sería visible en la plataforma Twitch, un seguidor de él comenzaría a utilizar su tiempo con el fin de mantenerse en el contenido que dicho sujeto entrega.

Por otra parte, cuando se buscó conocer la forma en la que se le da uso a la plataforma, nos encontramos que el contenido principal es de video juegos, de manera recreativa, pero también como un aprendizaje, esto ya que alguno de los usuarios prefiere frecuentar contenido de personas profesionales o de alto nivel en los videojuegos para así lograr adquirir habilidades aplicables dentro de sus propias experiencias en el juego. “Yo era jugador de shooter en consola y yo veía a gente profesionalmente para mejorar” (Pº1, 2021).

- Describir los principales cambios conductuales que observan los fans al participar en la plataforma Twitch

Atracción, estima, admiración o simple interés, consideremos que esto es lo mínimo que debemos tener entre personas para que una influya sobre la otra, esto bajo el supuesto que dos extraños no tendrán influencias sobre sí, sino cumplen con estas cualidades.

Durante el desarrollo de las entrevistas nos fuimos encontrando con que los principales cambios percibidos por los/as entrevistados/as son a la hora de percibir su estado de ánimo, donde el principal cambio se presenta desde un estado de placer que emerge desde la diversión que provoca el observar al influencers de la plataforma cuando este genera el contenido que frecuenta (ya sea jugar o bien conversar con los fans). Así, nos damos cuenta que encontramos cambios en el lenguaje de los sujetos, representados en el sentido del humor, donde se manifiesta una suerte de reproducción de dichos comportamientos, por ejemplo, con “Ehh yo pienso que si igual, em por ser, las tallas a veces por ser las cosas que dicen ellos no me doy cuenta y las empiezo a decir yo”

(P°4, 2021) o bien en situaciones donde el entrevistado nos cuenta que “el high que se produce cuando ganai cachai, cuando se gana mucha plata, aparte que tiene harto feeling, porque tú le vas diciendo al tipo algún juego en el que te fue bien y que ganaste plata y el tipo lo ocupa como una call, como que tú le diste ese tip e igual hay harto feeling entre la persona que ve y el Streamer”(P°2, 2021), donde este estado de éxtasis se produce desde el observar a otro ganar durante un juego de apuesta, podemos suponer que la sensación de victoria del influencers se contagia al espectador generando dicha sensación sobre otro, para este entrevistado en particular el cambio se produce a la hora de adquirir este comportamiento entendiendo los riesgos previamente descrito por el influencers, “dentro de todo siento que el wingz igual repercute en uno, porque igual te influencia a que tu juegues en las maquinas, pero por diversión, pero siento que, si yo fuera una persona a lo mejor más débil de mente, podría estar todo el día jugando”(P°2, 2021). Por último nos encontramos con experiencias de cambio pero a nivel de creencias, esto ya que nos comentan que hay influencers en la plataforma que utilizan su tiempo para dictar charlas motivacionales, contando desde sus experiencias personales como interpretan el mundo, lo cual genera que alguno de sus espectadores adquieran y modifiquen su forma de ver el mundo en conjunto con él, por ejemplo uno de los entrevistado nos contó lo siguiente “En este momento no tengo algún hecho particular donde lo pueda reflejar, pero si siento que estas charlas que te he comentado como que de alguna manera deben quedar algunas cosas donde, te hace un cambio de chip, yo creo que, sin darme cuenta, he hecho cosas que quizás son motivadas por ellos”(P°3, 2021)

- Identificar las principales mejoras o consecuencias negativas observadas en su cotidianidad al ser fans de influencers de la plataforma Twitch

Lo positivo es situado desde el descubrir las experiencias de otro para poder construirse a sí mismo, se describe desde un proceso de reflexión interna el cual posibilita el contrastar la experiencia individual, “me ayuda a mí a construirme, a mí como persona, yo no debo ser como ellos y al mismo tiempo es malo”(P°3, 2021), con esto quiso decir que en la plataforma se describe una dualidad de comportamientos en los espectadores o los demás fans, estos son descritos por una parte como personas que acompañan al influencers (fans) generando buenos comentarios y actitudes hacia él y por otra parte hay una cantidad de espectadores que contrario a lo anterior generar una comunicación de odio hacia el influencers. Siguiendo con la idea de descubrir personalidades, nos encontramos con sujetos que gustan de escuchar a influencers para poder adquirir su forma de pensar o sus conocimientos “ve los debates presidenciales en vivo, entonces igual teni la percepción de otra persona, de otra personalidad distinta a la tuya, porque igual el tipo es más adulto, entonces eso igual es bacán, eso me gusta de hecho” (P°2, 2021).

Por otra parte nos encontramos que los fans destacan como positivo el poder generar cambios de sus estados de ánimo, “Me entretengo y cuando estoy en un estado emocional de bajón, digamos de... viendo un Streamer puede cambiar completamente emocional al menos mío y me saca sonrisas que considero que no cualquiera lo hace, considero que es positivo”(P°1, 2021) o bien de abrir la posibilidad al expresar sus experiencias sin el juicio de otro o al menos sin un juicio visible, esto debido a que la plataforma permite el anonimato, entregando seguridad para alguno de los fans, “en el chat de los Streamer (influencers) uno puede hablar más libremente y de lo que quiera cachai y sin vergüenza, eso yo encuentro que super positivo para mí” (P°4, 2021).

En su contraparte nos encontramos con los aspectos que aparecen como negativos de ser fans de influencers en la plataforma, los entrevistados concuerdan que un factor que representa una cualidad negativa para ellos, es la línea donde el uso de la plataforma se convierte en excesiva o bien repercute en sus responsabilidades, donde el seguir a estos influencers representa una distracción de sus quehaceres, “Creo que distraerme mucho con Twitch jaja a veces estoy estudiando ponte tú y voy de lo mejor y miro pal lado en la pantalla y me quedo ahí viendo todo el rato y se me pasan los minutos y después me doy cuenta que tengo que seguir estudiando”(P°4, 2021).

También encontramos que a los entrevistados parece afectarles negativamente que ciertos usuarios tengan conductas tóxicas, por esto algunos usuarios dan un giro reflexivo hacia el cambio interno buscando el alejarse de estas conductas “en el sentido de que me ayuda a mí a construirme a mí como persona, yo no debo ser como ellos” (P°3, 2021) y para otros usuarios que se observa como conductas sin sentidos el atacar a los influencers, “la toxicidad en el chat, que a través de las donaciones se puede ver, que a mi parecer es estúpido utilizar dinero para decirle a alguien algo malo”(P°1, 2021).

Por último, nos pareció importante el conocer qué tipo de apreciación tienen los fans sobre los demás fans, donde por una parte nos volvemos a encontrar con que existe esa observación de que un grupo de ellos no les sigue con el fin de admirar las cualidades de los influencers, si no para generar críticas destructivas hacia ellos. No obstante, opuesto a esto existe cierto nivel de identificación con otra parte de esta comunidad de fans, donde se establecen niveles de interés en común respecto al por que frecuentan la plataforma y los efectos que producen en ellos la utilización de la plataforma Twitch para ver el contenido creado por los influencers, encontrándonos relatos como, “Ehh la verdad creo que también es gente que se pasa, que quiere

igual que yo ir a pasar el rato a Twitch y desconectarse un poquito, eh convivir con otra gente, eso pienso que son gente que han hecho cuestiones todo el día y que llega a la casa a relajarse a ver a alguien”(P°4, 2021), resulta interesante a su vez como encontramos que algunos de los participantes observan que parte de la comunidad de fans frecuente el contenido como un medio para distender las demandas cotidianas, o en palabra de uno de ellos, escapar de las tensión que se viven en el día a día como sociedad.

A modo de cierre nos gustaría pensar en la responsabilidad que atribuyen los fans a estos influencers, ya sea manera consciente o inconsciente, esto ya que los entrevistados por una parte utilizan la plataforma como vía de distracción de la cotidianidad, esto por sí solo no parece una problemática, pero pensamos que la relación que surge desde este fenómeno genera un espacio, como lo describen ellos de bienestar, de cercanía, relajo, de alegría, lo cual puede ser semejante a una instancia terapéutica, desde aquí nos interesa vincularlo con algo descrito por dos de los entrevistados, primero con: “sí, siento que, no creo que sea su función pero hay mucha gente que los toma como sus psicólogos, o sea yo que veo a revenant de repente o lo escuchó dar charlas motivacionales o el chokas, al chokas le gusta dar mucho dar discursos de cosas que le han pasado a él o de asuntos sociales y su palabra es muy importante para la comunidad de Twitch en España bueno en Latinoamérica igual, entonces yo creo que ahí impacta su rol de influencers, donde su palabra influye mucho en las personas (P°3, 2021), y también lo que nos dijo este participante “Si desde el anonimato, por ser uno no se va a poner entre 10.000 mil personas se va a poner a gritar y hablarle a todos y contarle sus experiencias a todos, desde el anonimato, desde el chat se hace más fácil convivir con otra gente” (P°4, 2021), entonces nos gustaría plantear esta situación, un influencers al que le gusta dictar estas charlas motivacionales para su comunidad y un fans que quiera contar algo que para él o ella resulta importante, resulta interesante pensar las distintas arista

que emergen de esta situación, ya que por una parte el influencer esté o no capacitado para lidiar con una problemática que aparece desde sus fans, no necesariamente va a responder a esta demanda, porque no le corresponde, porque no quiero, no sabe cómo, o el motivo que sea, ¿qué pasa con esta problemática? O bien como es descrito anteriormente por los entrevistados, sabemos que hay una parte de la comunidad que frecuenta generar hostilidad hacia el influencers, suponemos que esta hostilidad podría ser dirigida también entre los mismos integrantes de la comunidad (los fans) devolviendo así esta problemática desde un discurso hostil, con esto no queremos llegar a una respuesta única, solo a una reflexión de situaciones que pueden emerger dentro de este fenómeno fans e influencers.

Discusión

Cuando recién comenzamos a adentrarnos en todo lo referido al fenómeno influencers, la duda inicial era qué sentidos son otorgados a los influencers los adolescentes, nos gustaría traducirlo en este momento a qué efecto podría tener la exposición a influencers de la plataforma Twitch sobre adolescentes, partiendo de la idea de que saltaba a la vista que había una reproducción de un lenguaje perteneciente a ciertos grupos de la plataforma, el cual a su vez se expandía a otras comunidades de Twitch y que olvidaba la connotación semántica que poseían dichas palabras y como era que estas se habían modificado a tal punto que se utilizaban de manera cotidiana, comprobamos así que el uso de esta plataforma repercute sobre los adolescentes, desde aquí nace la idea de ¿qué otras situaciones se veían influidas sobre los adolescentes en su construcción de identidad al ser fans de influencers? y si estas eran características ¿positivas, negativas, un poco de ambas o ninguna de las anteriores?. Por esto es que nos planteamos como pregunta de investigación el “Comprender los sentidos que le otorgan a los influencers de la plataforma Twitch los adolescentes fans en su construcción de identidad que habitan en la Región Metropolitana de Chile”.

Para comenzar nos gustaría realizar el siguiente recorrido: nos encontramos con estudios que indican las dificultades que existían a la hora de utilizar las redes sociales, dificultad entendida como una dependencia al uso de esta, Santamaria Meana 2017 comentaba que lo conflictivo radica en una persona esclavizada a esta red, la cual buscaba continuamente una interacción con otro por este medio, ya que de esta manera logra recibir los estímulos de un like por su forma de ser, donde trayendo a Silva 2020 a este momento, nos aclara que lo que vamos recibiendo de aquel otro es una visión completamente sesgada de la realidad, donde lo representativo de esto son solo

características que nos parecen relevantes y positivas de mostrar, desde aquí emerge un conflicto, uno de los entrevistados nos comentó que no poseía un grupo de amigos y que sus interacciones eran por medio de Twitch (P°1 2021), o sea, que pensando en un adolescente que está buscando pertenecer a un grupo para conformar su identidad Fischer 1992, su grupo de anclaje está completamente situado en esta red social, esto nos da a entender que si el influencer al cual está siguiendo y la comunidad de fans que le siguen presentan valores, ideales o ideologías nocivas van a repercutir sobre sus percepciones propias o su estado de ánimo.

En este artículo encontramos concordancia en lo planteado por Benbenaste, Delfino y Vitale, ya que sobre los influencers recae la capacidad de dar estructura a los fans, es decir, simbolizar aquello que no se acerca a ser entendible por ellos, es decir, la existencia de los influencers estaría permitiendo en los fans el evitar la angustia de no sentirse estructurados, por esto resulta relevante el dar profundidad a los estudios de esta investigación ya que estos sujetos no serán permanentes en la vida de los fans y además como existen comunidades tan grandes de fans no es posible que la atención recaiga sobre un fan en particular, entonces resulta relevante el entender las estrategias que despliegan los fans para evitar esta angustia cuando su figura de estructuración no está más allá de la plataforma Twitch.

Por último, nos gustaría pensar la relación influencers-fan de la plataforma Twitch desde el enfoque socio moral que plantea Banaji, ya que salió a la vista que al igual que lo planteaba Banaji para YouTube, Twitch presenta tensiones conflictivas dentro de la comunidad, de entre los fans y de los fans hacia el influencers, que sirven como un espejo para los fans de una realidad que se vive dentro de la plataforma, esta tensión aparte de generar incomodidad para los fans, también se presta facilitando la reflexión en torno a problemáticas relacionales que pueden presentarse en

otras instancia sociales, posibilitando el recrear escenarios ajenos a la relación cara a cara, pero posibles dentro de las relaciones personales, preparándolos en el hipotético de cómo podrían reaccionar en ciertas situaciones cotidianas.

Conclusión

Tal y como hemos podido comprobar los sentidos que se otorgan hacia los influencers recaen por una parte sobre características de aprendizajes, ya sea de manera directa desde ellos, a través de las charlas que estos dictan sobre sus vivencias personales donde los fan pueden ir recogiendo información que les parece útil de aplicar en su día a día, también desde el contenido que los representa, encontrándonos con fans que siguen a influencers que hablan sobre políticas o temas sociales, donde los fans construyen un criterio de opinión a raíz de lo que van escuchando de estos, esto puede ser desde un acuerdo en su totalidad con lo hablado o bien generar una instancia reflexiva que permita reformular creencias personales con el fin de consolidar una opinión propia o bien generar aprendizajes en las formas de jugar videojuegos, donde se frecuentan jugadores con mayor experticia de la que ellos poseen para así poder aplicarla al momento que ellos jueguen. Por lo demás encontramos que parte de la construcción se basa al momento de pertenecer a la comunidad de un influencers, donde se desarrollan y adaptan lenguajes y tipos de humor para ser parte de ella, esto a su vez facilita el generar puntos de encuentro con sus grupos de amigo, ya que posibilita el encontrarse en la plataforma para momentos importantes como competiciones o eventos de videojuegos con otros fans que frecuentan y comparten el gusto por el mismo influencers.

Bibliografía

- Banaji, S. (2013). Everyday racism and «My tram experience»: Emotion, civic performance and learning on YouTube. [El racismo cotidiano y «Mi experiencia en un tranvía»: emoción, comportamiento cívico y aprendizaje en YouTube]. *Comunicar*, 40, 69-78. <https://doi.org/10.3916/C40-2013-02-07>
- Benbenaste, N., Delfino, G., Vitale, N. (2006). La contribución de la psicología al concepto de poder. Universidad de Buenos Aires
- Clemente-Ricolef, J. F. & Atienza-Sancho, P. (2019). Percepción de los consumidores respecto al peso que ejercen en ellos los influencers para la compra de productos. *Comunicación y sociedad*, e7296. DOI: <https://doi.org/10.32870/eys.v2019i07296> Universitat Politècnica de Valencia, España.
- Fernández, A. (2012). Psicología de masas, identidad social, epidemias y rumores: la influenza en México. *Sociológica*, año 27, número 76, mayo-agosto de 2012, pp. 189-230 Fecha de recepción: 07/05/2012. Fecha de aceptación: 23/07/2012
- García, M. (2013) La realidad actual del streaming de video. El streaming tradicional vs alternativa actuales. 16º concurso de trabajos estudiantiles. EST 2013
- García, M., Ibarra, L. (2016) Diagnostico de clima organizacional del departamento de educación de la universidad de Guanajuato. Guanajuato
- Guardia, M. (2020). Uso de las redes sociales por parte de jóvenes, en tiempo de pandemia. Cuadernos de investigación No. 21

- Guerrero, M. (2016) La investigación Cualitativa. Revista mensual de la UIDE extenseion Guayaquil. Research journal 2016, vol 1, No 2. 1-9.
- Heidegger, M. (2005). Ser y tiempo. México. Fondo de Cultura Económica
- Hernández Sampieri, R, Fernández, C & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. (Quinta Edición). México D.F, México: McGraw-Hill
- Hostil O.R. (1969) Content analysis for the social sciences and humanities. Addison Wesley.
- Huffaker, D. (2010). Dimensions of leadership and social influence in online communities. Human Communication Research, 36(4), 593-617. <http://doi.org/dvbttw>
- Izquierdo, P., Gallardo, E. (2020). Estudiagramers: Influencers del aprendizaje. Comunicar, n° 62, v. XXVIII, 2020 j Revista Científica de Educomunicación j ISSN: 1134-3478; e-ISSN: 1988-3293
- Muiñoz, P. (2017). Los influencers en el Protocolo. Un caso de estudio. ESTUDIOS INSTITUCIONALES, VOL. IV, N° 6 [Páginas 67-78]
- Perez, B. (2007) El streamer, entre el periodismo ciudadano y ciberactivismo.
- Rabolini, N. (2009). Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en investigación cuantitativa. Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales 7 (2)
- Renés Arellano, P., Goálvez Pérez, V. y Berlanga Fernández, I. (2020). YouTube e influencers en la infancia. Análisis de contenidos y propuestas educativas,Icono 14, 18 (2), 269-295. doi: 0.7195/ri14.v18i2.1455

- Rodríguez Sánchez. J.L. Trastornos de identidad, factor común en los alumnos “problema” de bachillerato. Tesis maestría. Psicología con orientación clínica. Departamento de psicología, escuela de ciencias sociales, universidad de las Américas Puebla. Mayo.
- Sarmiento, G., José Ramón y Rodríguez T., José (2020): “La comunicación visual en Instagram: estudio de los efectos de los micro-influencers en el comportamiento de sus seguidores”. Estudios sobre el Mensaje Periodístico 26 (3), 1205-1216.
- Santamaria, A., Meana, R., (2017): Redes sociales y Fenómeno influencer. Reflexiones desde una perspectiva psicológica.
- Taylor SJ, Bogdan, R. La entrevista en profundidad. En: Taylor SJ, Bogdan, R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Trad. Jorge Piatigorsky. España. Nova-Gráfica. S.A; 1992. p. 100-132
- Weber, M. (1987) Economía y sociedad. México: FCE.