



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Consumos juveniles durante el ASPO: análisis de usos y prácticas dentro de la plataforma *Twitch*
Sibila Rodríguez y Marcos Giuliano Cercato
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 6, N.º 2, octubre 2020
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

Consumos juveniles durante el ASPO: análisis de usos y prácticas dentro de la plataforma *Twitch*

Sibila Rodríguez

sibilarodriguez2303@gmail.com

Marcos Giuliano Cercato

cercalp@gmail.com

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata | Argentina

Resumen

La presente ponencia tendrá como objetivo el análisis de los productores de contenido de la plataforma digital Twitch, reconociendo a las respectivas comunidades juveniles que se han creado dentro de la escena nacional. A su vez, se hará énfasis en los usos de la plataforma y las respectivas prácticas que en ella se realizan, como así también los diversos usos y posibilidades que aportan en el intercambio entre usuarios y creadores, y aspectos relevantes que aportan en la construcción de identidades en torno a lo virtual.

Debido al aislamiento social, preventivo y obligatorio que se efectivizó en el país durante estos meses para combatir la pandemia provocada por el COVID-19, hubo un crecimiento exponencial en el uso de Twitch por parte de los jóvenes argentinos, ya sea para acceder a información, aprender, construir identidad y sentidos de pertenencia a grupos determinados, y encontrar un espacio de entretenimiento. Siendo una plataforma que ya tenía grandes exponentes nacionales entre sus filas con un crecimiento constante en los últimos dos años, los números no paran de aumentar ya que su particularidad son los vivos de largas horas y para eso se necesita tener disponibilidad de tiempo y de un internet constante, cuestión que ha favorecido la cuarentena.

A su vez, se ha reconocido una constante correlación entre el crecimiento de la escena nacional de freestyle con la del exponente de Twitch creador de la Coscu Army, Martín Pérez Disalvo. Ambos movimientos tienen su auge al mismo tiempo y se han acompañado mutuamente en el

proceso de construcción de su identidad, lo que deriva en que ciertos géneros musicales relacionados al hip hop, como el trap o el rap, hayan sedimentado una identidad de dicho 'army' y plasmado dentro de la plataforma ciertas lógicas ligadas a los consumos que más se esperan, las palabras que más se usan, el estilo tanto de ropa como de cortes de pelo que se pusieron de moda, entre otros.

En el mismo sentido, también se analiza cuáles son las lógicas que existen entre la tecnología, los juegos de computadora y el consumo de las transmisiones en vivo por parte de los jóvenes. Dentro de la industria gamer hay una terminología en común, jergas lingüísticas compartidas, estilos de vida y propuestas de la moda que pasan de lo local a lo global con tan sólo un streaming. Todos forman parte de una comunidad juvenil que comparte los mismos parámetros culturales y construyen representaciones sociales colectivas.

El hecho de poder compartir, visualizar y experimentar con otras miradas da cuenta de la sociabilidad digital que se produce al momento del interaccionismo simbólico entre streamer y viewers en Twitch, siendo la misma un lugar de consumo cultural juvenil en auge y que, en tiempo de cuarentena, ha crecido tanto en términos mercantiles como de conformación de subjetividades.

Palabras clave

Consumos culturales, jóvenes, twitch.

Introducción

El respectivo trabajo será un análisis de la plataforma Twitch ya que, desde el sentido común, observamos un crecimiento continuo del consumo de las transmisiones en vivo por parte de jóvenes adolescentes que trae consigo toda una jerga y gustos ligados a la música, la ropa, entre otros aspectos culturales interesantes de rastrear.

Para contextualizar, Twitch es una plataforma de la marca Amazon que se lanzó en el año 2011 y ofrece un servicio de streaming de video en vivo al cual se conectan más de 10 millones de usuarios por día a nivel mundial. En su página se presenta como aquella que "construye el futuro del entretenimiento en vivo", ofreciendo a los desarrolladores de contenido los productos y las soluciones que extienden el ciclo de vida del entretenimiento más allá de la pantalla. Durante los años se ha posicionado como una de las principales plataformas de streaming de videojuegos, pero en este último tiempo se ha empezado a flexibilizar su uso y se puede encontrar todo tipo de canales con diferentes secciones: juegos, música, talk shows, deportes, aire libre y viajes, charlando, comida y bebida y eventos especiales, entre otros.

Tal es el impacto de Twitch que un canal, liderado por una o más personas que *streamean*¹, puede llegar a considerarse como una comunidad donde la audiencia, convertida en fans con sentido de pertenencia, puede participar en el chat en vivo, realizar donaciones en dólares o en *bits*², suscribirse al canal mensualmente o ser parte de la transmisión de manera gratuita. Los streamers, es decir, los creadores de contenido, se convierten entonces en modelos a seguir, en comunicadores, en líderes o partícipes de comunidades que involucran a más de un canal, en personajes públicos, en organizadores de eventos para recaudar donaciones, etc. En Argentina existen desde 2018 los Coscu Awards, que premian a los streamers según ciertas categorías establecidas por los streamers y sus públicos. Esto se podría comparar con lo que conocemos como *youtubers*, pero ligados a otra plataforma y realizando contenido espontáneo y a pedido de la audiencia por su característica central que es estar en vivo.

Dentro de la escena Argentina, el mayor exponente es Martín Perez Disalvo, mejor conocido como Coscu, quién cuenta con un canal de 2.069.624 seguidores. Es el líder de la Coscu Army, que agrupa a varios integrantes, pero también ha apoyado a otras comunidades como la "DNG Army", grupo de streamers de la provincia de Tucumán, la "OXEY Army" de Buenos Aires, o a quienes llaman las revelaciones de este año que son MarkitoNavaja, con una suma de 921.033 seguidores en seis meses, y Brunenger con 804.453 seguidores. Asimismo, el boom por la cuarentena también ha incentivado a personajes del fútbol como Sergio "el Kun" Agüero, quien se ha sumado a la plataforma y ya tiene más de dos millones de seguidores, como así a humoristas, influencers de otras redes sociales, etc.

Algunas características identitarias de esta comunidad

El recorte que realizamos está centrado en la escena Argentina y particularmente en el fenómeno que generó el streamer Coscu y su "Coscu Army", respectivamente. El oriundo de La Plata comenzó su trayectoria en la plataforma en agosto del 2013, retransmitiendo sus partidas del juego League of Legends. Pero su relación con *freestylers*³ que competían en el Quinto Escalón⁴ y aparecían en sus streams, sumado a las reacciones a dichas batallas, hicieron que su popularidad creciera rápidamente. Sus seguidores comenzaron a llamarse Coscu Army, una comunidad que comparte el gusto por los juegos, la música y el uso de palabras que el streamer enuncia en directo. En la actualidad, muchas son convalidadas por la Real Academia Española y dichas por personas sin conocer su origen.

El fenómeno de streaming de la plataforma Twitch tiene a la juventud como principal protagonista de los vivos. ¿Y cómo podríamos entender a esta categoría social? Rossana Reguillo Cruz enuncia que la juventud es una categoría surgida en período de postguerra que entra en crisis durante la postmodernidad junto a las instituciones que debían contenerla por no representar las identidades del mundo juvenil actual. “El vestuario, la música, el acceso a ciertos objetos emblemáticos, constituyen hoy una de las más importantes mediaciones para la construcción identitaria de los jóvenes” (Reguillo, 2000, p. 27), y para el entendimiento de cada mundo, el mercado ofrece un estilo en el que se pone en tensión la identificación-diferenciación.

No es casual que en un mundo globalizado, donde la brecha tecnológica marca una gran diferencia entre los jóvenes, se cree una subcultura entre quienes pueden consumir ciertos juegos por tener una computadora que “*los aguante*” como tampoco es casual que exista un alto nivel de consumo de retransmisiones de juegos justamente por no poder acceder a ellos. Asimismo, como indica Gimenez (1997) la identidad se construye “articulada según la doble dimensión de la identificación (capacidad del actor de afirmar la propia continuidad y permanencia y de hacerlas reconocer por otros) y de la afirmación de la diferencia (capacidad de distinguirse de otros y de lograr el reconocimiento de esta diferencia)” por lo que no la reconocemos como esencia sino más bien en su carácter intersubjetivo y relacional. Esto es importante ya que una de las características centrales de la identidad es la distinguibilidad entendida como aquellos elementos que definen de alguna manera la especificidad de las personas, que pueden ser pertenecientes a colectivos y a su vez reconocer su propia biografía.

En este caso, podemos observar que los seguidores de la Coscu Army tienen un discurso que entiende que ellos son la Coscu Army: ellos mismos la conforman y sin ellos no existe, por lo que se pone en juego lo que el autor entiende por pertenencia social. Estas personalidades individuales se están incluyendo en una identidad colectiva -el Army, es decir, el ejército- hacia la que tienen un sentimiento de lealtad, situación muy común en los fanáticos de consumos por internet: kpopers, faraminions, entre otros. El rol que se ejerce en este caso es el de seguir al referente en los proyectos que quiera concretar, y de hecho observamos que esto no sólo sucede con los que consumen los vivos sino también con los demás streamers de la Coscu Army que producen contenido, ya que suelen tener sus proyectos anclados en los del líder del Army para sostener sus visualizaciones e ingresos.

Aún así, hay posibilidad de disenso y muchos streamers se han ido del Army como es el caso de Frankkaster, uno de sus cuatro fundadores. En uno de sus vivos⁵, cuenta

que sus números bajaron circunstancialmente luego de perder el aval del líder ya que sus seguidores dejaron de consumirlo y sus compañeros de trabajo dejaron de contactarlo. Esto demuestra que no es necesaria la despersonalización y la uniformación en los miembros del grupo identitario, pero que a veces la búsqueda de autonomía puede resultar en la exclusión, que es más probable mientras más cerrado sea el grupo. Observamos aquí una correlación con los fanatismos extremos.

Así como en la modernidad los jóvenes podían llegar a encontrar su sentido de pertenencia en la escuela, en la familia o en la religión, podemos observar que en la posmodernidad hay una gran referenciación con los consumos de internet en aquellos que Paula Sibilia nombra como nativos digitales, concepción que adoptaremos en este trabajo. Como explica la autora, la escuela moderna tenía como objetivo asegurar y reforzar la eficacia de la operatoria disciplinaria para que el niño se convierta en ciudadano y funcione dentro de los otros dispositivos al contener ciertos rasgos y poder ejecutar ciertas operaciones para permanecer en ellos. Nos preguntamos qué sucede con estos jóvenes que hoy prefieren mirar un stream de doce horas antes que prestar atención por una hora en una cursada de Zoom, porque entendemos que hay un consumo de conocimientos prácticos y teóricos que la institución escuela no está abarcando o entendiendo, en consonancia con elementos propios de la currícula escolar que son necesarios y no se ha encontrado la manera correcta para generar una interpelación.

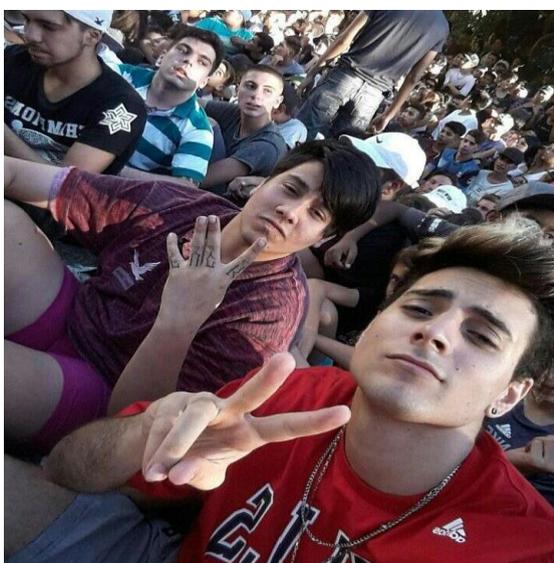
La relación con el trap y el freestyle argentino



Imagen aérea del Quinto Escalón en su auge.

Como hemos intentado demostrar en el reconocimiento del campo de análisis, existe una correlación entre la escena Argentina de Twitch y la escena Argentina de freestyle. Al observar el crecimiento de visualizaciones del canal de Youtube del Quinto Escalón, donde se subían las batallas, y el crecimiento de Coscu como el gran referente de la plataforma de streaming, vemos que ambos mundos han tenido un boom en simultáneo. De hecho, fue la Coscu Army quien logró que, en la votación del año 2016, su líder se convirtiera en un jurado del evento, lo que nos indica que "pertenecer a un grupo o a una comunidad implica compartir - al menos parcialmente - el núcleo de representaciones sociales que los caracteriza y define. Se trata de construcciones socio-cognitivas propias del pensamiento ingenuo o del "sentido común", que pueden definirse como "conjunto de informaciones, creencias, opiniones y actitudes a propósito de un objeto determinado" (Giménez, 1997, p. 7).

A veces no resulta tan sencillo dar cuenta de la teoría en las prácticas sociales de subculturas como son estos casos, porque pareciera que son consumos que no podrían tener tanta relevancia en la construcción de una identidad colectiva, pero entendemos la necesidad de buscar aquellos atributos identificadores porque efectivamente vemos un patrón que se repite constantemente. "Se trata de un conjunto de características tales como disposiciones, hábitos, tendencias, actitudes o capacidades, a lo que se añade lo relativo a la imagen del propio cuerpo" (Giménez, 1997, p. 8), cuestiones que podemos observar en el estilo de la vestimenta nutrida por el hip hop estadounidense y la ropa deportiva, los cortes de pelo que se pusieron de moda en las barberías actualmente, los tatuajes en el cuerpo pero particularmente en la cara, la utilización de joyas, los gustos musicales y el uso de determinadas palabras identificatorias que se han ido consolidando y afinando hasta la actualidad.



Duki y Coscu posando en el Quinto Escalón del 2016. Atrás se puede observar la cantidad de gente que participaba de estos eventos, llegando a superar las 3 mil personas reunidas en Plaza Rivadavia (CABA).

Es interesante analizar este tipo de consumos porque podemos ver cómo ya no se trata de identidades tan fijas y sedimentadas como en el pasado, donde los grupos referenciales de una persona eran pocos y estaban prefijados, sino que en la posmodernidad las relaciones que se pueden efectivizar son mucho más amplias. Bauman (2003) explica en su texto el concepto de fluido al determinar que éstos no se fijan al espacio ni se atan al tiempo sino que se desplazan con facilidad y por eso pueden ser una metáfora de la época que corre. Va a pensar que las identidades ahora están 'menos cargadas' y por eso se desplazan con más facilidad, tal vez porque hay menos presiones respecto a con qué hay que identificarse en relación con la modernidad, aunque sí debemos tener una identificación y sentido de pertenencia para sentir que estamos completos. Desde este punto de vista nos explica que "salimos de la época de los 'grupos de referencia' preasignados para desplazarnos hacia una era de 'comparación universal' en la que el destino de la labor de construcción individual está endémica e irremediamente indefinido, no dado de antemano, y tiende a pasar por numerosos y profundos cambios antes de alcanzar su único final verdadero: el final de la vida del individuo" (Bauman, 2003, p.13) lo que explicaría en este caso de estudio cómo podemos pasar de modas tan fuertes de internet como los floggers relacionados con fotolog, para migrar a los instagramers, youtubers y hoy en día los streamers.



Imagen de un stream de Coscu anterior al inicio de la cuarentena. Aclaraciones en nota al pie⁶.

A diferencia de la modernidad, donde el joven era pensado como un proyecto hacia el futuro, en la posmodernidad podemos observar una resignificación del lugar que ocupan los jóvenes. En el caso particular de Argentina ese lugar tomó especial valor con la militancia política de jóvenes que fue impulsada, sostenida y organizada por los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández, quienes les dieron un lugar fundamental en la sociedad y que hoy en día desemboca, por ejemplo, en Ofelia Fernández como diputada nacional. “Los jóvenes van a ser pensados como un sujeto con competencias para referirse en actitud objetivante a las entidades del mundo, es decir, como sujetos de discurso, y con capacidad para apropiarse (y movilizar) los objetos tanto sociales y simbólicos como materiales, es decir, como agentes sociales” (Reguillo, 2000, p.36), pero esto no es un hecho que solo sucedió en la política sino que este papel activo de los jóvenes también podemos reconocerlo en las edades de estos productores de contenido que hemos estado analizando, ya que la mayoría no supera los 23 años (a excepción de Coscu que fue el propulsor y está más cercano a los 30), y que han demostrado su capacidad de negociación con las instituciones y las estructuras hasta convertirse en primera generación familiar de millonarios con millones de seguidores en el país y en otros países.

Los videojuegos y la experiencia en vivo

La representación que un streamer y su público hacen de su experiencia lúdica a través de transmisiones en vivo son el fiel reflejo de la conformación del proceso subjetivo de los sujetos, concebidos tanto como seres con un pensamiento propio como así también enmarcados en un contexto sociohistórico y cultural determinado por la sociedad que habitan. En este sentido, conforman una identidad juvenil propia. Pensamos la identidad como elemento de una teoría de la cultura distintivamente internalizada como “habitus” o como “representaciones sociales” por los actores sociales, sean éstos individuales o colectivos (Giménez, 1997, p. 2).

Por supuesto que cada streamer tiene su proceso identitario personal, que lo hace diferente a otro y que, por lo tanto, tiene actitudes y repercusiones distintas en su parámetro identitario, es decir, en sus maneras de hablar, expresar y transmitir sus ideas aún cuando observamos muchas similitudes. Pero el sentido es el mismo: dentro de la industria gamer hay una terminología en común, jergas lingüísticas que comparten, estilos de vida y propuestas de la moda que pasan de lo local a lo global con tan sólo transmitir desde su casa. En esta sintonía, y más allá de la particularidad de cada uno, todos forman parte de una comunidad juvenil que comparte los mismos

parámetros culturales, aceptados socialmente por ellos mismos.

El público joven necesita construir sus representaciones sociales con otros jóvenes, y esa es la causa principal del éxito de los streamers. Porque la experiencia de jugar en soledad un videojuego determinado sólo queda en nosotros y se construye en nuestro ámbito personal, mientras que el hecho de poder compartir, visualizar y experimentar con otras miradas da cuenta de la sociabilidad que se produce al momento del interaccionismo simbólico entre streamer y viewers. Tal es así, que son los mismos streamers quienes eligen de entre su público más fiel a aquellos usuarios que moderarán su chat de insultos, spam, entre otros.

Hay que destacar la importancia que fue adquiriendo el sector juvenil en la postmodernidad como sujeto social que tiene participación ciudadana y forma parte activa de una sociedad que, históricamente, lo ha caracterizado como "un actor social visto con temor o romanticismo" o como "rebeldes sin causa" (Reguillo, 2000, p.19). En la actualidad, el joven postmoderno construye sus propios modos y maneras de concebir la industria del entretenimiento, creando sus propios ámbitos y prácticas sociales para configurar sus grupalidades juveniles.

También se produce un reconocimiento mutuo entre el productor de contenidos y los consumidores de la plataforma Twitch, con actividad constante de ambos lados que rompe con la lógica hegemónica de los discursos de medios de comunicación tradicionales. Propone una lógica interaccional, con un lenguaje propio, vestimentas alternas al estereotipo, maneras de comunicar que contrarían las barreras de la formalidad discursiva y que proponen encuentros digitales entre aquellos nativos digitales para lograr una identidad propia generada por ellos mismos. Hay palabras que fueron creadas dentro de la jerga gamer y que productores de contenido como Coscu, Duki o el Kun Agüero usan constantemente en los streaming de Twitch: "ripeado", "tilteado", "banear", "campear", "bugueado", "craftear", "dropear", "hater", "lagueado", "maincra", "niño rata" y "trollear" son algunas de las muchas maneras para denominar a los usuarios, acciones realizadas, juegos en los que participan o comportamientos inusuales que se producen durante el momento lúdico. Podemos ver cómo el lenguaje trasciende de alguien relacionado con los juegos y por eso hemos nombrado también a un cantante y a un futbolista.

Como afirma Gilberto Giménez "toda identidad (individual o colectiva) requiere la sanción del reconocimiento social para que exista social y públicamente (Giménez, 1997, p 3). Y en este sentido, son los mismos jóvenes los que se reconocen parte de ese proceso sociohistórico como sujetos activos y participativos. Vemos a los

videojuegos y a la experiencia en vivo como un proceso integral, dinámico y cambiante donde pueden intercambiar experiencias, vivencias y momentos a través de una plataforma interactiva dedicada exclusivamente a aquello.

Todo lo anterior, contextualizado en una pandemia de escala mundial que recluye a las personas a sus hogares y con el uso constante de las tecnologías, ha llamado la atención de auspiciantes y empresas especializadas en tecnologías de la comunicación y la información, que han sacado provecho del coronavirus y se han contactado con los streamers para publicitar en sus canales o para que sean promotores de sus productos.

Esto nos abre un abanico para pensar lo lúdico y juvenil en comparación con lo lucrativo y empresarial. Una nota⁷ de Infobae del 25 de mayo de 2019 explica el sistema propio de pagos que tiene Twitch. "Uno puede ser suscriptor por 5, 10 o 25 dólares. Los streamers reciben el 50% de cada suscripción y del dinero de las publicidades (cuyos montos van de 500 a 10 mil dólares). También se permiten donaciones, que van enteramente al creador del video". En este sentido, podemos visualizar que las marcas de tecnología y las industrias de videojuegos quieren patrocinar a los productores de contenido tanto para ganancia de ellos como para el difusor de las mercancías. "Cuando sacan un nuevo título al mercado, pueden pagar a los streamers líderes entre 25 y 50 mil dólares la hora para que lo jueguen. Se supo por ejemplo que Ninja cobró más de 1 millón de dólares por transmitirse jugando al Apex Legends".

Es entonces que aquí encontramos una escisión del concepto tradicional de trabajo, asociado a la estabilidad, la dependencia y el cumplimiento de un horario laboral en un espacio determinado. En este sentido, aparece el "home office" de los games y streamers que están en Twitch, que producen contenido pero no tienen estipulados días y horarios fijos para sus vivos y contenidos, sino que lo van desarrollando a lo largo de su vida cotidiana. Comprendiendo aquello, vemos individuos que se lanzan por motus propio, como freelancers, produciendo contenidos con el fin de difundir y realizar comentarios sobre videojuegos, contenidos musicales, dispositivos móviles, computadoras de los más diversos estilos y marcas de ropa. La remuneración la reciben por al menos tres vías de pago: las suscripciones y aportes de sus seguidores; el pago por publicidad de las empresas que auspician el espacio de la transmisión; y los canjes, publicidades o arreglos personales con marcas como es el caso de Red Bull y Hyperx en el stream de Coscu que le ofrecen todo lo que necesite respecto a mejoras tecnológicas de su *set up*.



Imagen ilustrativa de cómo es el set up de un streamer profesional.

En este sentido, otra de las cuestiones que ha surgido en los últimos años es realizar una regulación de los productores de contenido online. En 2018 un grupo de diputados oficialistas presentó un proyecto de ley con respecto a los E-Sports, el cual fue repudiado rápidamente por la comunidad gamer debido a que este proyecto desestimaba los juegos con violencia, dejando afuera a casi la totalidad de la escena de los juegos. También en julio de este año la senadora sanjuanina del Frente para la Victoria, Cristina del Carmen López Valverde, presentó un proyecto que contemplaba regular todas las publicidades en redes sociales de influencers con un importante número de seguidores o cuentas verificadas. Esta idea también desató sus polémicas entre aquellas personas que crean contenido debido a que los requisitos pedían especificar con un hashtag #PublicaciónPaga cuando se tratase de un posteo remunerado, además de obligarlos a inscribirse en la AFIP y de pagar multas de hasta 16 millones de pesos en caso de no cumplir las reglas establecidas. Esta situación llevó a Geronimo "Momo" Benavidez⁸ a realizar su propio proyecto de ley junto con el youtuber y abogado Leandro Riccio, Enzo Prunes (abogado especialista en tributación y con un máster realizado en Europa), Fernando Soria (especialista en representación de jugadores, máster en Europa y realizando su máster en FIFA), entre otras personas ligadas a la temática.

Los principales fundamentos de este proyecto de ley de E-Sports son los siguientes: reconocer a los streamers como deportistas y trabajadores digitales de la industria gaming, con los derechos que conlleva; crear una subsecretaría bajo el marco institucional de la Secretaría de Deportes con financiamiento estatal o no, que sea autónoma e independiente pero que regule y centralice la actividad para evitar la fuga a ligas extranjeras de los equipos nacionales. "Este monotributo es voluntario, no es obligatorio, y a comparación de la ley, esta nefasta que van a hacer, que quieren presentar, que dudo que salga, no hay penalizaciones más que aquellas en las que algunos se retrasan en el pago del monotributo. El hecho de que sea voluntario y de hacerle entender que el empleador no pagaría ni aportes, eso lo pagaría el monotributista, generaría varios beneficios, ni hablar de que nosotros estamos planteando la posibilidad de poder cobrar en dólares dentro del país", manifestó el streamer en una nota de Infobae.

Este desprenderse de un Otro empleador, de lanzarse por sí mismo, era impensado o poco probable en la modernidad. La emergencia del sujeto postmoderno "corresponde a una fractura caracterizada por el agotamiento y la desaparición de los grandes relatos de legitimación, especialmente el relato religioso y el relato político" (Dufour, 1998, p. 1) y en estos casos con el relato del trabajo. Esto se desarrolla en la afirmación de un mecanismo de individuación donde "ya no se sabe en nombre de quién o de qué hablarles". Al no haber un enunciante colectivo creíble, se debe hacer "a sí mismo sin contar con los recursos para ello, y sin ningún antecedente histórico o generacional con legitimidad para remitirse a él" (Dufour, 1998, p. 1-2).

Teniendo en cuenta que la tecnología es un dispositivo mediador que influye en la conformación propia del individuo desde una perspectiva meramente única, la cultura de un Otro superior no vale nada. Son todos ciertamente posibles y están disponibles, "pero ya ninguno de ellos tiene el prestigio necesario para imponerse". La postmodernidad puede definirse "por la abolición de la distancia entre el sujeto y el Otro" (Dufour, 1998, p. 3). Con la posmodernidad, la distancia respecto al Otro se ha convertido en distancia de sí mismo a sí mismo. Todo sujeto se enfrenta con su autofundación, "pudiendo llegar al éxito pero no sin encontrarse constantemente enfrentado a fracasos, más o menos graves" (Dufour, 1998, p. 4).

En esta juventud que se encuentra en la plataforma Twitch, vemos una alteridad a las percepciones culturales de la vida cotidiana. Esto se puede relacionar a la percepción de crisis que tiene el sujeto contemporáneo sobre la sociedad como tal. En estas transmisiones en vivo, vemos "una hiper o sobre socialización (fáctica o

externa) de la vida y de las actividades humanas, un "rechazo" de la vida social, de los otros, de la necesidad de la institución, etc" (Castoriadis, 1997, p. 30). Lo que permanece constante es la relación de dependencia entre los jóvenes y la sociedad a la cual pertenecen, situación relacionada con la hegemonía y el poder. Sin embargo, y a través de esta plataforma, realizan "esfuerzos concomitantes para escapar de ella" (Dufour, 1998, p.2).

Reflexiones finales

Existe una cuestión que hemos tenido muy presente a lo largo de esta investigación y es el hecho de que todas las personas que hemos nombrado son hombres. Esto aún es una realidad en la plataforma Twitch y no nos parece casual ya que todos los consumos que hemos nombrado son representaciones de la masculinidad juvenil actual: rap, freestyle, juegos online de guerra o estrategia, entre otros, lo que no supone de ninguna manera que no hayan mujeres que consuman o produzcan contenido, pero son las menos.

Más allá de esto, notamos un fuerte crecimiento de estas plataformas como interpeladoras de los jóvenes, que además de funcionar como entretenimiento también genera una comprensión del mundo de la tecnología, los usos y componentes de una computadora, incentiva un espacio de contención, ya que al ver los números analíticos de los canales de Twitch, el momento en el que más viewers tienen es cuando están "sólo charlando". A su vez, muchas plataformas empezaron a sentirse incómodas con los números que se estaban manejando en la plataforma, tales como Youtube, y tras reiteradas demandas pudieron aplicar hace pocos meses el *copyright*, o derecho de autor, para que se deje de utilizar contenido de esta plataforma como contenido retransmitido en los canales Twitch.



Por último, pero no menos importante, tampoco queremos dejar de nombrar cuáles son aquellas palabras que se han viralizado en el vocabulario juvenil, al punto de que algunas se convirtieron en parte de la Real Academia Española, es decir, en el lenguaje aceptado académicamente. Entre las aceptadas podemos encontrar el término "ndeah", "dou" y "de ruta/de rúcula" pero también existe una larga lista que se incorpora en reiteradas páginas llamadas diccionarios de la Coscu Army entre las cuales podemos nombrar: "bebeto", "buenardo", "malardo" o cualquier palabra terminada en -ardo, épico, picante, de nazi, duro, cualquier palabra terminada el -ovich, "topo" que hace referencia las personas que entran hace poco a la cultura y no entienden pero son fanáticas igual o para aquellas que están en la preadolescencia, govir, entre muchas otras.

Esta enumeración sólo demuestra otra cara más de la amplitud de la cultura juvenil que hemos tratado de analizar a lo largo de este trabajo.

Reflexiones

Bauman, Z. (2000). Modernidad Líquida. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

Castoriadis, C. (1997). La crisis de las sociedades occidentales. En *El avance de la Insignificancia*. EUDEBA, Buenos Aires.

Dufour, R. (2001). "Esta nueva condición humana. Los desconciertos del individuo-sujeto". *Le Monde diplomatique*, n.23, mayo de 2001. París.

Giménez, G (1997). "Materiales para una teoría de las identidades sociales". *Revista Frontera Norte*, Vol.9, n. 18, marzo de 1997. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. San Andrés Totoltepec.

Reguillo R. (2000). Pensar los jóvenes. Un debate necesario. En *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Grupo Editorial Norma, Bogotá.

Sibilia, P (2012). La escuela en un mundo hiperconectado: ¿redes en vez de muros?. Tinta Fresca S.A. Buenos Aires.

Artículos de la web

"Coscu y Frankkaster discuten en directo" acceder vía youtube en el link <https://www.youtube.com/watch?v=Uw1Isn5o1oo>

"Qué son los streamers, la nueva tendencia en redes que conquista a centennials y mueve millones" acceder vía <https://www.infobae.com/sociedad/2019/05/26/que-son-los-streamers-la-nueva-tendencia-en-redes-que-conquista-a-los-centennials-y-mueve-millones/#:~:text=El%20m%C3%A1s%20famoso%20de%20la,80%20mil%20vistas%20por%20transmisi%C3%B3n>

"Cómo es la ley que buscan los Streamers para los esports en Argentina" acceder vía <https://www.filo.news/gaming/Como-es-la-ley-que-buscan-los-Streamers-para-los-esports-en-Argentina--20200724-0047.html>

"Cómo es el proyecto que busca que los esports sean reconocidos como deportes" acceder vía <https://www.infobae.com/gaming/2020/08/12/como-es-el-proyecto-que-busca-que-los-esports-sean-reconocidos-como-deportes/>

Notas

¹ argentinismo que proviene de la palabra stream que significa transmisión en directo, por consiguiente, streamear funciona como verbo e implica *estar en directo*.

² Moneda exclusiva de la plataforma en la que 100 bits equivalen a 1.40 USD. La suscripción mensual equivale a 4.99 USD, siendo la totalidad o parcialidad del dinero, dependiendo el caso, ganancia del streamer.

³ El freestyle se caracteriza por ser rap creado en el momento, improvisando a la vez que se rapea, expresando lo que se ve o lo que se siente sin dejar de clavar las palabras sobre un ritmo y manteniendo un flow constante. Aunque literalmente el término "free-style" es traducido directamente como "estilo libre" en el castellano, se usa la palabra "improvisación" como traducción ordinaria. Freestyler es aquella persona que realiza improvisaciones.

⁴ Es el encuentro más grande en hispanoamérica de batallas de gallos, que ha sido realizado en Parque Rivadavia, Caballito, Ciudad de Buenos Aires (2012 - 2017).

⁵ "Coscu y Frankkaster discuten en directo" acceder vía youtube en el link <https://www.youtube.com/watch?v=Uw1Isn5o1oo>

⁶ A la izquierda Coscu (29) con sus invitados en orden: Bhavi (23), cantante de trap y rap alternativo. Bizarrap (22), youtuber que se convirtió en el productor de música con más visitas en todo latinoamérica y con la producción de freestyle más vista en el mundo. Lit Killah (21), freestyler del Quinto Escalón que actualmente es uno de los referentes del trap.

⁷ "Qué son los streamers, la nueva tendencia en redes que conquista a centennials y mueve millones" acceder vía <https://www.infobae.com/sociedad/2019/05/26/que-son-los-streamers-la-nueva-tendencia-en-redes-que-conquista-a-los-centennials-y-mueve-millones/#:~:text=El%20m%C3%A1s%20famoso%20de%20la,80%20mil%20vistas%20por%20transmisi%C3%B3n>

⁸ Famoso streamer y pionero de la comunidad de Twitch de la Coscu Army, quien al día de hoy cuenta con más de 523.330 seguidores en Twitch y 606.000 suscriptores en su canal de Youtube.