

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2020-2021



La mujer en Twitch
Women on Twitch

Alumna: Victoria Peinado Morchón

Tutor: Alicia de Lara Rodríguez

ÍNDICE

0. Resumen /	
Abstract.....	2
1. Introducción.....	
.....	3
2. Marco	
teórico.....	
.....	4
a. Origen de	
Twitch.....	4
b. Mujeres	
pioneras.....	11
c. Hipersexualización y	
cosificación.....	12
i. Hate	
Raids.....	
.....	14
ii. Pools, Hot Tubs and Beaches.....	15
d. Teorías del	
juego.....	17
3. Hipótesis.....	
.....	19
4. Metodología.....	
.....	20
5. Conclusiones.....	
.....	21
6. Anexo.....	
.....	23
a. Entrevista a Teresa	
Costas.....	23
b. Entrevista a Laura	
Rodríguez.....	27

c. Entrevista a Inés Romero.....	29
d. Entrevista a un consumidor de Twitch.....	31
7. Bibliografía.....	
.....	34



0. Resumen:

Twitch es una plataforma de vídeo en streaming que permite hacer transmisiones en directo. Aunque originalmente estaba enfocado en especial a la emisión de los eSports, competiciones organizadas profesionalmente de videojuegos en directo, en esta red social podemos encontrar un abanico inmenso de contenido y de creadores de ello, desde videojuegos hasta viajes por el mundo.

Actualmente Twitch se ha convertido en uno de los mayores rivales de la televisión convencional, pues son muchos de los jóvenes que prefieren consumir este tipo de contenido a lo que se emite en las cadenas de televisión ya que cada uno es libre de elegir lo que quiere ver en el momento que se prefiera, además de seguir a sus ídolos de cerca.

En este trabajo se investigará el impacto y repercusión en la sociedad de la plataforma de Twitch y se centrará especialmente en la cosificación y la hipersexualización de las

mujeres *streamers* en dicha red, desmontando el falso mito creado entre los creadores de contenido y espectadores de que se obtiene más beneficio económico por el simple hecho de ser mujer y no por el tipo de contenido que ofrecen.

Abstract:

Twitch is a streaming video platform that allows live broadcasts. Although it was originally focused especially on the broadcasting of eSports, professionally organized live video game competitions, in this social network we can find a huge range of content and creators of it, from video games to travel around the world.

Currently Twitch has become one of the biggest rivals of conventional television, as many young people prefer to consume this type of content to what is broadcast on television channels because everyone is free to choose what they want to see at the time they prefer, in addition to following their idols closely.

This paper will investigate the impact and repercussion in society of the Twitch platform and will focus especially on the objectification and hypersexualization of women streamers in that network, dismantling the false myth created among content creators and viewers that more economic benefit is obtained simply because they are women and not because of the type of content they offer.

Palabras clave: Twitch, mujer, streaming.

Key Words: Twitch, woman, streaming.

1. Introducción

Las personas nacidas entre los años 1990 y 2010, más conocidos como generación Z según la Universidad de Oxford, son los jóvenes que hoy en día usan las redes sociales con mucha frecuencia, incluso han llegado a desarrollar un lenguaje propio, lo que la sociedad clasifica como nativos digitales.

Para esta investigación, se ha elegido únicamente como red social para analizar: Twitch. Por razones actuales, visibles en los números que la misma plataforma otorga y por ser

la plataforma del momento y del futuro, se han descartado otras posibilidades como Instagram y Facebook entre otras, ya que estas últimas mencionadas cada vez están más en desuso.

En este inframundo virtual, la sociedad también está dividida entre creadores de contenido, más bien denominados streamers y por otro lado, la audiencia que consume dicho contenido, conocido como viewer. Los creadores de contenido tienen una gran habilidad para comunicar y/o atraer a su audiencia lo que puede llegar a desarrollar problemas en la sociedad virtual. Entre dichos problemas encontramos temas muy controversiales como el acoso o ciberbullying, por ello, el tema principal que se va a analizar en esta investigación es **la hipersexualización y cosificación de las mujeres en Twitch**, así como también el impacto de la pandemia de Covid-19 y su respectivo crecimiento, diferenciándose del resto de las plataformas digitales.

Según el artículo 18 de la Constitución Española se reconoce y se protegen los derechos a expresar y difundir libremente pensamiento, ideas y opiniones mediante cualquier medio de reproducción. Pero toda ley tiene sus límites, y es que en la libertad que nos ofrece dicho artículo, se debe tener en cuenta el derecho al honor y a la intimidad, así como también a la propia imagen y a la protección de juventud e infancia. (RAE, n.d.) Aunque no exista ninguna ley exclusiva ni ningún límite que defienda a la mujer en las redes sociales, si existe la ley orgánica Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo donde se expone que: el principio de igualdad de trato entre mujeres y hombres supone la ausencia de toda discriminación, directa o indirecta, por razón de sexo, y, especialmente, las derivadas de la maternidad, la asunción de obligaciones familiares y el estado civil (BOE, 2019). Twitch, como toda plataforma dispone de su propio reglamento el cual se resumirá a lo largo del análisis y cuestionará su cumplimiento abarcando los resultados obtenidos en el apartado de conclusiones, para poder analizar el origen del odio y encasillamiento de la mujer en plataformas digitales.

2. Marco teórico

w

2.1 Origen de Twitch

La plataforma que actualmente está gobernando sobre los jóvenes y se conoce como Twitch, surgió de la creación de su antecesor: Justin.tv y fue diseñada por Justin Kan y Emmet Shear en 2011. Nació como una beta dedicada únicamente a la retransmisión de los e-sports, un público que comenzó a crecer hasta convertir a la aplicación en uno de los mayores titanes, terminando con su competencia. No fue hasta el 24 de septiembre de 2014 que Amazon.com puso su atención sobre esta, adquiriendo por un total de [USD970 millones](#) Twitch Interactive.

Además, cabe la especial mención del [programa de Afiliados de Twitch](#), donde el creador de contenido, streamer, puede ganar dinero mediante sus directos, algo que ha resultado ser beneficioso y un extra para el éxito de esta. Existen cuatro formas de cobrar dicho sueldo:

- Suscripciones. Es una de las mayores fuentes de ingresos estables para canales de éxito. Se recibe un 50% del importe que el abonado paga al canal, es decir, 5€ al mes abona el espectador y 3,5€ recibe el canal ya que el resto se lo queda Twitch. Si se trata de un gran canal con gran comunidad y suscriptores, recibiría una cantidad mayor como es lógico. Los usuarios pagan por las siguientes ventajas:
 - Eliminar publicidad del canal.
 - Acceso a ventajas y funcionalidades como stickers, especial atención o poder conversar más directamente con el creador de contenido.
- Donativos. A diferencia del anterior, de esta forma todo lo donado va directamente hacia el canal. Algunos cuentan con ranking de donadores, incitando a entregar más con tal de ponerse en la cima.
- Publicidad. Antes de cada retransmisión solo se emite un anuncio cuando el usuario se conecta a la retransmisión y parte del dinero se paga al canal y otro a la plataforma. Además, los streamers cuentan con una opción de poner más publicidad, pero claro es que eso termina cansando a los espectadores.
- Patrocinios. Esta forma de ingreso solo afecta a los canales más exitosos que son contratados para acudir a eventos o patrocinar nuevos y próximos juegos que están aún por salir. Es una forma de marketing que está funcionando actualmente ya que Twitch es una de las plataformas que cuenta con un mayor público.

Con el tiempo y su fama, se ha ido diversificando hasta versionar su contenido en 4 grandes categorías:

- Juegos. Transmisiones en directo de diferentes videojuegos como shooters, plataformas, roleplay y una gran variedad.

Tabla 1. Cifras de enero a junio 2021 de los juegos más vistos en Twitch por la comunidad hispanohablante.

Juego	Horas visualizadas primera mitad del año	Horas streameadas en la primera mitad del año
GTA V (Rockstar)	158M de visualizaciones	800K de horas
Fortnite (Epic Games)	142M de visualizaciones	4M de horas
League of Legends (Riot Games)	86M de visualizaciones	2M de horas
Rust (Facepunch Studios)	75M de visualizaciones	290K de horas
Minecraft (Mojang Studios)	43M de visualizaciones	1M de horas
Call of Duty Warzone (Activision)	33M de visualizaciones	1M de horas
VALORANT (Riot Games)	32M de visualizaciones	1M de horas
FIFA 21 (EA Sports)	20M de visualizaciones	406K de horas
ARK: Survival Evolve (Instinct Games)	19M de visualizaciones	163K de horas
Garena Free Fire	18M de visualizaciones	360K de horas

Fuente: [Movistar eSports](#)

Un detalle a recalcar es el repentino auge del videojuego GTA V gracias a la creación de Marbella Vice, un servidor lleno de streamers hispanohablantes que consiguió romper números y dar a conocer a muchas mujeres streamers como: LazyPopa, Carolina Abril,

Morphains... entre muchas otras. No eran tan conocidas en la plataforma pero gracias a la repercusión que tuvo el movimiento y el evento consiguieron aumentar sus visitas y número de seguidores dándose así a conocer entre el público. Al igual que actualmente durante el mes de agosto de 2021, está volviendo a resurgir el videojuego Minecraft con ayuda de los streamers españoles más famosos: Ibai Llanos (7,3 millones de seguidores) y Auronplay (9,6 millones de seguidores) pues este último ha creado una nueva serie llamada: TortillaLand, donde participan muchos streamers hispanohablantes la mayoría de ellos conocidos en sus respectivos países.

- IRL¹. Creado para streamers que no controlan los videojuegos y prefieren tener charlas informales o actividades diferentes. Encontramos cuatro subcategorías:
 - Just Chatting². Charlas informales entre el streamer y el viewer que crea una relación recíproca. Tiene el objetivo de entretener debido a su gran variedad de contenido en charlas.
 - ASMR³. Directos que han surgido recientemente, donde el objetivo es hacer sentir tranquilo/a y con sueño al espectador, así como experimentar una sensación más allá de la pantalla pues juega con el cerebro, haciendo a las personas sensibles a las imágenes y sonidos que aparecen.
 - Arte. Encontramos desde clases, peticiones o diversión de diferentes artistas que comparten sus estilos propios y únicos con el resto del mundo.
 - Aire libre y viajes. Con cámara en mochila o mano, se trata de directos donde, como su nombre indica, se realizan viajes y se puede interactuar durante este.
 - Ciencia y tecnología. Apartado dedicado a realizar experimentos, así como clases on-line y en directo para diferentes dolencias.

¹ IRL es el acrónimo en inglés de in real life que significa en la vida real, es decir, una categoría dedicada a hablar fuera del mundo de la red y el día a día.

² Just Chatting viene del acrónimo en inglés 'simplemente charlando'.

³ ASMR es el acrónimo en inglés de Autonomous Sensory Meridian Response que se traduce como Respuesta Sensorial Meridiana Autónoma.

- Deporte y fitness. Versionado de los conocidos vídeos de YouTube es una categoría dedicada especialmente a entrenar desde casa, cogió más relevancia cuando el confinamiento comenzó para los españoles.
- Crafting. Dedicado a realizar cosas manuales, desde arreglos para el hogar hasta diseños para el día a día.
- Comida y bebida. Directos donde se enseña y prueba comida de diferentes partes del mundo.
- Belleza y bodyart. Para los makeup artists, donde se enseñan las últimas actualizaciones en belleza y cuidados.
- Pools, Hot Tubs and Beaches. Nueva categoría destinada especialmente a los directos donde el streamer está en la bañera o playa en bañador. Se realizan juegos diferentes con los viewers para mantenerlos entretenidos durante el baño.
- Música. Desde producción musical hasta actuaciones, en esta categoría se encuentran artistas de todo el mundo que comparten sus talentos.
- Esports. Una de las categorías más antiguas y por la que surgió el fenómeno de Twitch.tv. Se tratan de diferentes directos con competiciones organizadas a nivel profesional. Existen diferentes videojuegos, cada uno de ellos con sus propias reglas. La competición más conocida por el público tecnológico viene del League of Legends, que cuenta con mundiales y ligas durante el año. Actualmente no hay competiciones a niveles tan grandes en las que participen mujeres pero sí que hay torneos, como el de Vodafone GIANTS de VALORANT en los que se requieren al menos dos mujeres en ellos para poder participar como condición.

En cuanto a las [normas](#) que Twitch ha instaurado para el regimiento de la plataforma son amplias y abarcan diferentes puntos para evitar el posible acoso hacia los creadores de contenido o usuarios.

Twitch advierte de que no tolera ningún comportamiento que incite al odio ni al acoso pero recalca que: 'El contenido satírico es aceptable si usa elementos como la ironía, la exageración o la ridiculización para exponer y criticar comportamientos abusivos.

Cualquier intento de promover puntos de vista de odio que simule educar o recurrir al humor conlleva la suspensión de tu cuenta’.

- Incitación al odio: La plataforma protegerá de manera especial a toda aquella persona que haya sido acosada por sus siguientes características:
 - Raza
 - Etnia
 - Color
 - Casta
 - Nacionalidad de origen
 - Condición de inmigrante
 - Religión
 - Sexo
 - Género
 - Identidad de género
 - Orientación sexual
 - Discapacidad
 - Estado de salud grave
 - Condición de militar veterano
 - Aunque de todas estas características la plataforma destaca la importancia de la edad frente a todas las anteriores e incluso contiene otra página aparte para exponer toda la normativa de protección.
- Acoso Sexual: Para la plataforma Twitch el acoso sexual ‘hace que los usuarios se sientan incómodos e inseguros, y los disuade de participar en las comunidades en línea’. Para Twitch el acoso sexual son ‘todas aquellas conductas que expresen insinuaciones o proposiciones sexuales no deseadas, la cosificación sexual o los ataques degradantes relacionados con las prácticas sexuales que se le suponen a una persona, independientemente de su género’.
 - Para que la información quede más detallada se elabora una especie de subcategorías en cuanto a las acciones prohibidas de acoso y se expone lo siguiente:
 - Hacer insinuaciones sexuales no consentidas a otra persona:
 - Pedir favores sexuales a otro usuario.

- Enviar susurros a otro usuario y pedirle inmediatamente favores sexuales.
- Pedir a un streamer que enseñe sus genitales o envíe imágenes de desnudos.
- Hacer comentarios no solicitados en los que se cosifique a alguien haciendo referencia a sus órganos sexuales o sus prácticas sexuales:
 - Hacer comentarios de tipo sexual sobre los pechos, las nalgas o los genitales de otra persona.
 - Enviar a otros usuarios susurros inesperados (es decir, dejar comentarios sueltos a usuarios con los que no se ha interactuado previamente) en los que se hagan comentarios explícitos sobre sus órganos sexuales.
 - Decir lo muy o lo poco atractiva que te resulta una persona.
- Hacer repetidamente comentarios sobre lo atractiva que te parece una persona que te ha pedido ya que dejes de hacerlo:
 - Enviar susurros a otro usuario con cumplidos sobre su aspecto cuando te ha pedido que dejes de hacerlo.
 - Enviar mensajes de chat a otro usuario llamándole "sexy" cuando ya te han expulsado temporalmente por hacer eso mismo.
- Hacer observaciones no solicitadas sobre actos sexuales explícitos con otra persona:
 - Enviar susurros a otros usuarios para pedirles que hagan actos sexuales explícitos.
 - Contar que deseas tener relaciones sexuales con un personaje público.
- Hacer comentarios despectivos sobre la moralidad sexual o las prácticas sexuales que crees que tiene otra persona:
 - Afirmar que una persona es sexualmente inmoral por su aspecto físico o por cómo viste.
 - Afirmar que la vestimenta de alguien da una mala imagen de sus hábitos sexuales.
 - Sugerir que si el canal de una persona solo es popular o no ha sido vetado se debe a favores sexuales.
 - Dirigirse repetida y negativamente a otra persona usando términos de tipo sexual, como "puta" o "virgen".
- Hacer observaciones degradantes sobre la salud sexual de alguien:
 - Degradar a otra persona acusándola de haber contraído una enfermedad de transmisión sexual.

- Afirmar que es posible que alguien tenga una enfermedad de transmisión sexual por sus prácticas sexuales.
- Intentar coaccionar a otras personas para que proporcionen contenido o favores sexuales mediante amenazas, sobornos o incitándolas de otra forma:
 - Ofrecerse a promocionar el canal de un usuario a cambio de actos sexuales.
 - Amenazar con castigar a alguien si no comparte imágenes o vídeos sexuales.
- Compartir enlaces no deseados ni pedidos a imágenes o vídeos de desnudos o sexualmente sugerentes:
 - Enviar imágenes o vídeos de desnudos a otra persona que no los ha pedido.
 - Dirigir a otros a contenido sexualmente explícito.
- Compartir o amenazar con compartir contenido explícito o sexualmente sugerente sin permiso de la persona que aparece en él:
 - Ofrecer contenido pornográfico para vengarse de la persona que aparece en él.
 - Compartir imágenes filtradas de otra persona desnuda sin su consentimiento.

2.2 Mujeres Pioneras

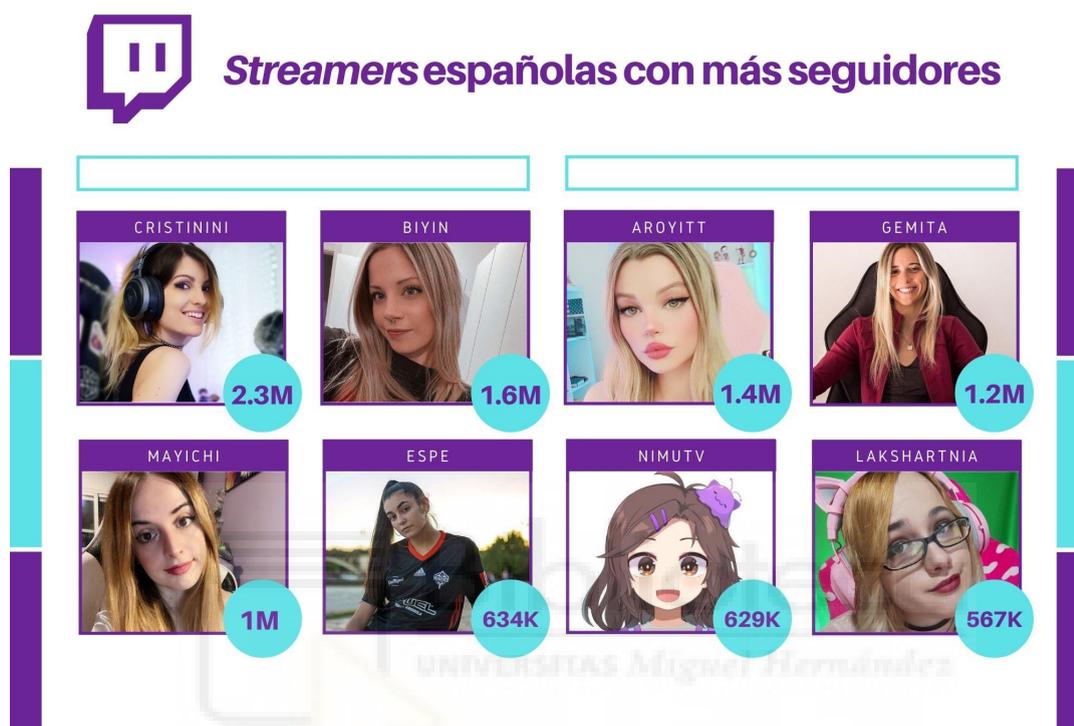
Tras el éxito de la nueva plataforma, muchos creadores de contenido nacidos de YouTube se desplazaron hacia Twitch para comenzar su vida en esta red social ofreciendo nuevos contenidos y gameplays en directo.

Una de las primeras en entrar al nuevo 'mundillo tecnológico' fue Paracetamor cuando en 2014 tuiteó por primera vez sobre este portal. En 2015 fue Helanya quien se unía y años después fue seguida por la conocida streamer Cristinini, una de las actuales streamers españolas más reconocidas por el mundo, que en 2016 dio inicio a su nueva carrera, al igual que Leviathan, conocida por sus streams de VALORANT que ha creado una activa comunidad.

Gracias a la visibilidad y a la repercusión dada por el auge de la mujer en la plataforma, se celebra el Mes de la Historia de la Mujer en Twitch, donde cada día durante el mes de marzo, por horas, es dedicado a una streamer en particular para darle más

visibilidad. Además en el año 2021 se ha creado [Women 's Alliance de Twitch](#), que tiene como misión modificar el panorama de la industria con el fin de acoger y promover la diversidad, además de apoyar a creadoras que se identifican como mujeres.

Tabla 2. Mujeres streamers españolas con más seguidores en 2021.



Fuente: página de Twitch.tv

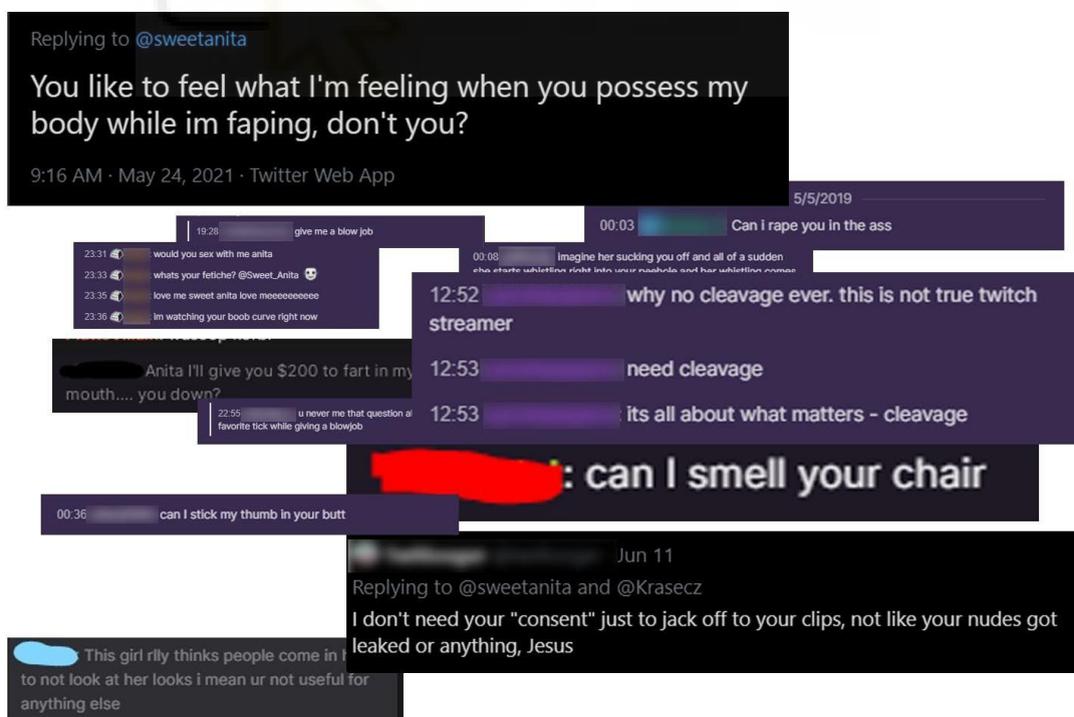
2.3 Mujer hipersexualizada

Comenzando por el principio, se deben definir dos términos clave que acompañan a la investigación de mano de la Real Academia Española:

- **Cosificar:** La cosificación sexual interpersonal es la reducción de una mujer a su cuerpo o partes de éste. Este fenómeno puede ser considerado como una forma de discriminación sexista, en la que una mujer es tratada de manera diferente minimizando la importancia de sus atributos internos.
- **Hipersexualizar:** La hipersexualización se basa en definir el canon de belleza en función del deseo sexual que esté despierta. O lo que es lo mismo, reconocer el valor de una persona según el deseo sexual que produce en los demás. En el caso de los niños y niñas, se define como la sexualización de las expresiones, posturas o códigos de vestimenta considerados demasiado precoces. Los

menores asumen unos patrones y valores que no les corresponden y que les llevan a la búsqueda de un cuerpo o aspecto imposible.

Uno de los casos más recientes de acoso a una mujer streamer es el de Sweet Anita. Tiene actualmente 1,8 millones de seguidores en Twitch y lleva en la plataforma desde 2018. Lo que consigue hacerla especial es su Síndrome de Tourette, además aquello que la ha llevado al límite del acoso recibido y al borde de abandonar la plataforma por no poder seguir a nivel psicológico. El problema ocurrió cuando se crearon páginas online y una gran comunidad de Reddit dedicada a sexualizarla, donde se compartían imágenes editadas para simular que estaba desnuda, además, contaba con un servidor de Discord dedicado a ella, donde contenía vídeos de fanáticos que se grababan complaciendo sexualmente con fotos de las streamer además de con las editadas. Sweet Anita ya había sido anteriormente amenazada de muerte por un acosador que la siguió por la calle, obligándola a no volver a casa y dormir en otro lugar. Este tipo de Así declaraba la streamer en [Huffpost](#): “No importa lo que haga ni como me vista, siempre me hacen esto... Ni siquiera me he sacado la ropa frente a la cámara y aún así ya soy una estrella porno exitosa.”



El chat de Sweet Anita y sus redes sociales llenas de comentarios misóginos y extraños. Fuente:

Huffpost

Twitch es una plataforma que permite ver toda clase de contenido, sin embargo, las mujeres, en su mayoría, que se dedican al realizar directos hacen un esfuerzo mayor por entretener, y a cambio, son atacadas y sexualizadas. Se enfrentan a diferentes situaciones:

- Se les examina para comprobar si son *true gamers*, o solo para gustar.
- Insultos sobre físico y comentarios ofensivos, algunos a nivel sexualmente.
- En caso de tener un alto nivel en un videojuego en específico, se considera que se ha sido *boosteada* (es decir, cuando juegas con un compañero de mayor nivel que te gana las partidas).
- Común confusión en ser simpática y querer algo más, si es introvertida se interpreta como una estrecha.
- Mansplaining, es decir, cuando un hombre irrumpe a una mujer para explicarle algo de forma condesciente, únicamente con el objetivo de asumir que él tiene un control mayor del tema que se trata, en este caso algún videojuego, desacreditando así a la streamer únicamente por su género.
- Por el aspecto físico, por cuerpos no normativos a los que los hombres no están acostumbrados a ver. Además del maquillaje, ya que implica un gran cambio en el aspecto.

Todo ello toma como consecuencia que afecte a la autoestima de las mujeres que ahora forman parte de la comunidad de Twitch y se enfrentan cada día a situaciones comprometidas o mensajes de odio. Es difícil encontrar una plataforma donde las mujeres estén seguras del acoso sexual, pero Twitch se convierte en una de las más peligrosas pues la mujer se expone de forma vulnerable ante la cámara, sin poder evitar este tipo de acoso.

2.3.1 Hate raids

En agosto de 2021 surgieron las hate raids (raids de odio); partiendo el término en dos encontramos:

- Hate. Del inglés traducido como: odio.
- Raid. Se trata de un término de Twitch usado por los streamers que consiste en enviar a tus seguidores y espectadores a otro canal al terminar el directo. Normalmente el objetivo de las raids es el apoyo entre creadores, mezclando sus distintas comunidades.

Sin embargo, algunos usuarios utilizan esta función para mandar sus viewers a otros canales, en mayoría más pequeños, para que insulten y les envíen mensajes de odio. Algunas hate-raids son traídas por bots, es decir, perfiles falsos diseñados para poner mensajes de odio repetidas veces en el chat del streamer. En su mayoría, estas van dirigidas a colectivos específicos: LGTB, mujeres y personas de diferentes razas, ya que sus comentarios generalmente se muestran racistas, homófobos y machistas, que no poseen un gran número de espectadores o de seguidores. En mayo de 2021, Twitch lanzó 350 tags nuevos relacionados al género y la orientación sexual, algo que hizo más fácil para los organizadores de las raid de odio encontrar a sus objetivos, acosándolos y obligándolos a abandonar la plataforma.

Por ello se ha organizado una campaña de solidarización llamada #ADayOffTwitch. Donde los creadores exigen algunas medidas preventivas ante esta situación como:

- Permitir a los streamers aceptar o rechazar una raid.
- Herramientas para permitir un límite de edad.
- Eliminar la posibilidad de tener varias cuentas asociadas a un mismo e-mail.

Este canal se une a Miguel Hernández

01 septiembre 2021

#ADayOffTwitch

para posicionarse contra las raids de odio y su falta de control por parte de Twitch

Para que la plataforma

- Lleve a cabo un debate público con l@s creador@s afectados para desarrollar e implementar nuevas (y más proactivas) herramientas que permitan combatir el abuso en la plataforma.
- Implemente inmediatamente opciones de protección, permitiendo a l@s creador@s limitar la actividad de cuentas su edad o permitir/denegar raids entrantes.
- Elimine la posibilidad de enlazar más de tres cuentas de Twitch a una sola cuenta de mail. Actualmente, cualquiera puede usar un sólo mail para registrar un número de cuentas ilimitado.
- Sea más transparente en las acciones llevadas a cabo para proteger a l@s creador@s, el tiempo de implementación de estas herramientas y su implicación en el Twitch Safety Advisory Council

#TwitchDoBetter | #ADayOffTwitch | #SubOffTwitch

Traducido desde Reddit

Campaña organizada por los streamers simpatizantes a la situación actual del acoso en redes y plataformas

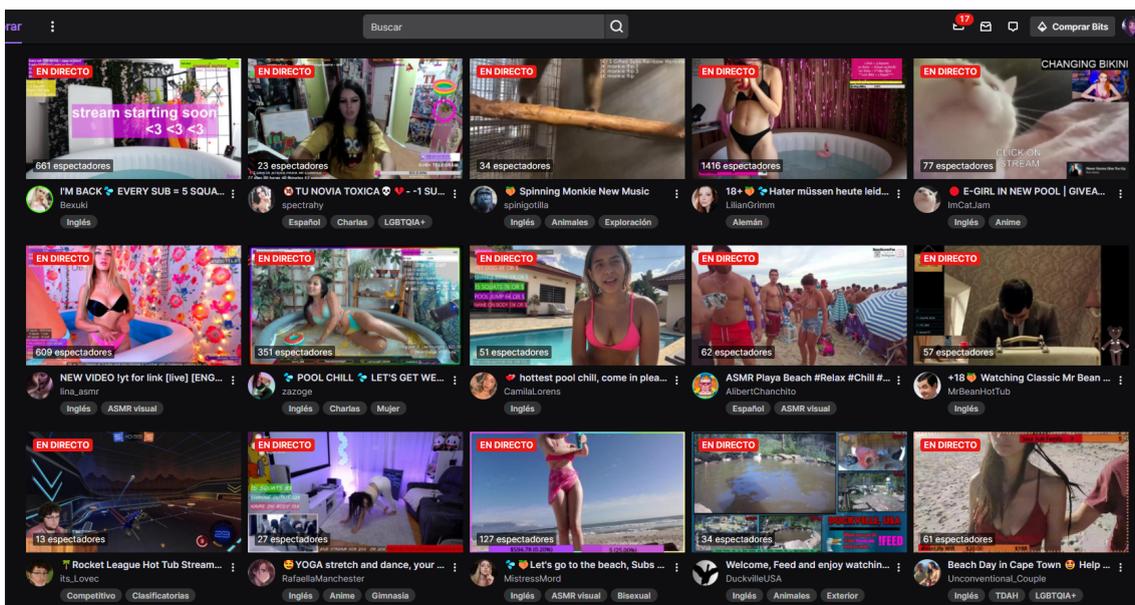
Para ver cómo se siente una hate raid, IndieBrat lo demuestra en su [tweet](#), en el momento que una serie de bots comenzaron a llenar su chat con mensajes ofensivos,

sabiendo que pertenecía a la comunidad LGBT. Incluso algunas streamers demuestran cómo solucionar manualmente el problema, ya que Twitch aún no ha puesto las medidas necesarias para hacerlo, así lo demuestra [Like_Magick](#) en su TikTok.

2.3.2 Pools, Hot Tubs and Beaches

Pools, Hot Tubs and Beaches han sido las categorías que más han revolucionado este 2021 cuando los cuerpos femeninos ahora tienen permitido mostrarse en bañador o ropa mojada. El funcionamiento de estos directos es sencillo pues por cierta cantidad de dinero, se consiguen recompensas como escribir el nombre del suscriptor en el cuerpo o bien en una pizarra, mostrándose en posiciones más comprometidas. No por ello deben ser juzgadas como [cita](#) ExtremeMadness, streamer: “Sí, hay chicas que *enseñan* en Twitch y no están haciendo nada malo. Si a una mujer le apetece ponerse escote en su *stream* puede hacerlo porque es su cuerpo.”

Desde el inicio y como anteriormente se ha mencionado, Twitch prohibió los torsos desnudos tanto de hombre como de mujer en los directos, haciendo una especial excepción en las emisiones de piscinas o playas. El problema surgió cuando algunas streamers buscaron llevar un contenido algo más sexualizado a la plataforma, que ni lo planteaba como final. Una de las streamers más populares de este nuevo tipo de contenido es la norteamericana Kaitlyn Siragusa, más conocida por su nombre artístico, Amouranth, con 2,8 millones de seguidores en su canal de Twitch. Aunque su problema surgió cuando Twitch decidió desmonetizar parcialmente su canal, quitando los anuncios de este sin un previo aviso u oportunidad a cambiar de contenido para evitar la sanción.



La categoría sigue en actualidad, donde se pueden encontrar una mayoría femenina

Ante la reciente fama y debate con la sexualización de la categoría de Pools, Hot Tubs and Beaches, el equipo de Twitch decidió publicar un [extenso comunicado](#) donde expresaba su opinión: En primer lugar, nadie merece ser acosado por el contenido que eligen transmitir, cómo se ven o quiénes son, y tomaremos medidas contra cualquiera que perpetúe este tipo de toxicidad en nuestro servicio. En segundo lugar, si bien tenemos pautas sobre contenido sexualmente sugerente, que otros lo consideren sexy no va en contra de nuestras reglas, y Twitch no tomará medidas de cumplimiento contra las mujeres, ni contra nadie en nuestro servicio, por su atractivo percibido.

Twitch mantiene una imagen segura, acogedora y familiar, sin embargo la aparición de esta categoría hizo que esta comenzara a cambiar, puesto que si por algo destaca es por su contenido sexualmente sugerente. Además declarando en su comunicado: Para mantener la salud de nuestra comunidad y promover contenido que sea apropiado para una audiencia diversa, el contenido sexualmente sugerente está prohibido en Twitch. Crea la confusión de prohibir un tipo de contenido (la 'desnudez' o contenido +18) que actualmente se sigue emitiendo y promocionando.

Aún se trata de un problema sin resolver, puesto que la categoría sigue en emisión, manteniendo esas estrictas normas que la hacen casi imposible de aprovechar y poder, a diferencia de otras categorías, vivir de ella económicamente.

2.4 Teorías de juego hipersexualizado

En 2018 Cunningham lanzó un estudio de investigación sobre la imagen femenina en videojuegos, dándose cuenta que fue en los años 1990 cuando se empezó a representar un estereotipo en el cual las mujeres aparecían casi desnudas, en segundo plano y con una inteligencia baja, algo que en la sociedad del momento tenía un mayor éxito. Se creó entonces el cliché más conocido: la doncella en apuros; como por ejemplo en las conocidas sagas de Nintendo donde su protagonista, Mario Bros el fontanero, debía salvar a su novia de las manos del conocido gorila Donkey Kong. Un dato interesante que comentó Cunningham es que Nintendo Entertainment System, nombró a su consola de juegos portátil "Gameboy", que como su nombre indica, no incluye a las mujeres. Los videojuegos "para niñas" o "femeninos" son llamados 'Pink Games' que únicamente trata de cocina, maquillaje o diseño, que se centran en un género específico.

Desde el primer lanzamiento de una mujer como personaje principal: Tomb Raider (1996) con Lara Croft en portada, ya tenía las caderas pronunciadas y los senos deformes pero marcados, algo que enseguida comenzó a marcar a la generación gamer, donde la mujer adopta la imagen de deseo sexual. Si nos centramos en el diseño de los personajes femeninos encontramos dos modelos: aquellas donde la mayoría suelen llevar poca ropa, o la suficiente para tapar las zonas censurables y aquellas que apenas destacan como segundo personaje.



Entre los ejemplos podemos encontrar al conocido juego Grand Theft Auto V (GTAV), donde la única labor de la mujer en la historia principal era actuar como prostitutas a las que podías robar y matar, clasificándolas. Un total de 54 millones de copias fueron distribuidas por todo el mundo, y actualmente su auge ha vuelto a renacer con los diferentes streams e historias de roleplay, es decir, la versión multijugador.

La mujer que revolucionó las portadas del GTAV.

En 2016 la Universidad de Indiana (EE.UU) publicó un estudio donde se afirmaba la idea del cambio de época, en los que habían 571 juegos publicados entre 1983 y 2014 donde los personajes femeninos aparecían sexualizados. El mayor cambio ocurrió a mediados de los 90 donde aparecieron las consolas de quinta generación, aquellas con gráficos 3D que modelaba con más detalle características de la mujer.

Actualmente incluso compañías tan grandes como Epic Games, que ha desarrollado uno de los videojuegos más conocidos a nivel mundial por diferentes edades llamado Fortnite, se representan a las mujeres con curvas marcadas y llevadas a cierto extremo, algo que recalcar, pues como se ha mencionado anteriormente, es un videojuego a nivel multijugador en el que incluso los más pequeños pueden jugar. Aún así, actualmente se ha normalizado mantener una protagonista con cuerpo natural y diseñada con la temática de dicho juego, así como desempeñar un papel más importante y coherente en el juego.

La aparición del género femenino en estos videojuegos está claramente dirigida a un público en concreto, como se ha podido observar, un público mayoritariamente masculino. Con la cosificación e hipersexualización los creadores de estos videojuegos intentan captar la atención de los hombres sin tener en cuenta si se ha representado a la mujer como algo real e dejando en segundo plano las hazañas de los personajes femeninos, donde la mayoría de veces solo se han ocupado de ser 'cuidadoras' o cualquier otra función donde la mujer sea dependiente del personaje masculino.

En cuanto a la repercusión que conlleva todos estos actos dentro de los videojuegos es la predisposición de los jugadores a desarrollar adicción, esta enfermedad provoca en el jugador la necesidad incontrolable de jugar de forma compulsiva y es incapaz de controlar sus ganas y su deseo le lleva a jugar irremediabilmente durante un gran número de horas.

En caso de que esta adicción, junto a la cosificación e hipersexualización no se controle afectaría en connotaciones negativas a las futuras generaciones y a la sociedad en conjunto, ya que una persona puede distorsionar la realidad con los videojuegos y tratar a las mujeres como en los videojuegos se representa, en un menor status social.

Problema que tumbaría de cuajo toda la educación recibida así como la ley de igualdad y la ley orgánica de medidas de protección integral contra la violencia de género.

3. Hipótesis

Al haberse convertido en uno de los mayores titanes de la sociedad y de esta forma, dar a conocer al mundo a personas tan influyentes como Auronplay o Ibai Llanos, Twitch ha dejado a un lado lo que de verdad importa: las personas.

Son bastantes las preguntas a hacerse para solucionar el problema central: ¿Debería exigir Twitch un mejor comportamiento en la comunidad?, ¿qué sucede cuando el acoso es llevado a otras redes?... etc. Una buena forma de comenzar a solucionar el entramado problema del acoso sería facilitando herramientas para poder controlar a aquellos que incitan al odio, cierto es que ya dota de formas para ello como los moderadores de los canales, personas que se tienen el poder de eliminar mensajes, banear gente del chat o ayudar al streamer, pero no es suficiente cuando supera el centenar de mensajes y el canal solo dota de uno o dos moderadores permitidos.

Aquí los medios de comunicación también poseen un importante papel en la historia, que es dar una mayor visibilidad a las personas afectadas. Igual que estos ocupan una posición angular, también los grandes streamers deben dar ejemplo a sus seguidores y espectadores de qué valores son importantes mantener respecto a la comunidad gamer.

4. Metodología

La idea para realizar esta investigación sobre la mujer de Twitch surgió a raíz de embaucarme como creadora de contenido en dicha plataforma durante la cuarentena por Covid-19 en 2020. En un principio se ideó hacer la investigación sobre el crecimiento de Twitch en tiempos de pandemia, pero tras ver el problema que sufren las mujeres en esta plataforma y haberlo vivido personalmente, decidí mostrar a través de datos y realidades la hipersexualización y cosificación femenina a la que muchas veces se tienen que enfrentar las mujeres streamers, afectando a sus vidas.

Para realizar el estudio se han entrevistado a un total de 4 personas. Entre ellas, dos creadoras de contenido españolas, una psicóloga y una persona que suele consumir este tipo de contenido. Las entrevistas se han hecho a través de cuestionarios de Google ya que la mayoría de las personas a las que se ha consultado las preguntas para el estudio, no coincidimos con los horarios ni disponibilidad y era una manera de que respondiesen las dudas cuando tuviesen tiempo libre sin molestias, además de la facilidad que otorga la aplicación.

Con Laura Rodríguez y Teresa Costas, pequeñas streamers, se contactó a través de mensajería instantánea y mensajes directos de Instagram, dónde aparte de Twitch suelen estar activas estas personas. Se les hicieron las mismas preguntas para poder mantener diferentes puntos de vista, donde una de ellas se dedica exclusivamente a competir y la otra a entretener a su público. Para tener un punto de vista aún más acentuado y una perspectiva más profunda, se contó con Inés Romero Barrio, psicóloga social.

Las personas respondieron de inmediato a las preguntas y permitieron una proximidad más personal en el análisis del tema. Gracias a ello se extrajeron distintas conclusiones para la investigación y realización del trabajo.

Por otra parte, se intentó contactar con personas de gran repercusión pública en Twitch, especialmente en los propios directos de Twitch y a través de mensajes directos, donde se expresó la idea del trabajo, pero finalmente no se obtuvo ninguna respuesta. Para ello, la mejor forma de conocer el contrapunto de esta investigación es contactar directamente con alguien que pertenece al grupo, un consumidor de la plataforma.

Para realizar el marco teórico del trabajo se consultaron diferentes páginas web, cada una de las que aparecen en la bibliografía con los datos de publicación y fecha de consulta respectivos. Sin duda las página web más visitadas han sido la oficial de Twitch, ya que la información que ofrecen es abundante y está muy bien explicada. Además de su dedicación con mantener el orden y las noticias constantes en sus redes sociales.

Para hacer la conclusión se han consultado los resultados de las entrevistas hechas previamente, así como también las conclusiones propias a lo largo de los días de investigación que se han ido anotando a mano en una lista.

Finalmente la hipótesis ha sido tomada desde un tercer punto de vista, que pudiera favorecer a las ambas partes, a la relación del streamer con su viewer para poder optimizar el futuro tanto de la plataforma como de aquellos que viven de ella.

5. Conclusiones

A continuación se expondrán de manera numerada y detallada las conclusiones finales que se han extraído a lo largo de la elaboración de la investigación y bibliográfica, además de las conseguidas durante las entrevistas.

1. Twitch se ha convertido en un fenómeno social entre los más jóvenes, la plataforma ha arrasado durante el 2021 quedando por encima de Facebook y Youtube en la retransmisión en directo de videojuegos.
2. Twitch puede llegar a ser un estilo de vida y de negocio para sus creadores de contenido, es decir, poder vivir de ello.
3. Los seguidores aportan económicamente ayudas a los creadores de contenido con tal de hacerse notar o llegar a desarrollar una amistad.
4. Twitch contradice con sus propias normas, dice que no se puede tener contenido sexualmente sugerente sin embargo existe la categoría de Pools, Hot Tubs and Beaches.
5. Las mujeres gamers no son algo común, pues la historia ha determinado que los videojuegos siempre han pertenecido al género masculino.
6. El acoso supera los límites marcados cuando existen personas que generan una obsesión hacia la creadora de contenido, empujándolos a incitar el odio por no poder corresponderle.
7. Existe el odio entre streamers, sin aparentes motivos, únicamente la pura diversión. Así como el odio entre mujeres, pues se mueven y juegan en grupos donde predomina el hombre.
8. La mujer se enfrenta a mayores condiciones para ser aceptada socialmente por la comunidad gamer.
9. Se ha perdido la empatía y el conocimiento de saber que tras la pantalla y la cámara se encuentra una persona real con sentimientos que pueden ser

afectados por los diferentes comentarios, ya sea por el físico, las habilidades o su forma de ser.

10. Algo bueno a destacar es cómo se está concienciando cada vez más a la población del problema actual con la incitación al odio y el acoso.
11. Los perfiles femeninos en los videojuegos vienen marcando la historia, a pesar de su evolución aún mantiene ese estereotipo de un cuerpo normativo que influye sobre los jóvenes y crea complejos a las futuras generaciones de gamers.
12. La aparición del género femenino en los videojuegos iba dirigida a un público en concreto, buscando así la venta fácil de estos.
13. La adicción por los videojuegos cada vez es mayor debido a la fama de estos, actualmente forman parte de la sociedad, cuando anteriormente las personas que jugaban eran consideradas una minoría.
14. La adicción a los videojuegos puede causar problemas sociales y psicológicos a largo plazo, como el aislamiento, la agresividad o la irascibilidad.
15. La cuarentena y pasar más tiempo en casa ha incrementado la comunidad gamer.
16. La mayoría de las mujeres streamers han sufrido machismo en partidas competitivas. Ya que son vistas como: el problema de perder, y son usadas de excusa para alentar el ego masculino.
17. Los medios de comunicación están haciendo cada vez más visibles a la comunidad de Twitch gracias a los números récord que están consiguiendo, superando incluso a los de la televisión.

6. Anexo.

6.1 Entrevista a Teresa Costas.

‘Quiero dar ejemplo de que no es necesario ser o jugar de una forma específica para considerarse true gamer’

La streamer defiende la importancia de dar visibilidad a canales más pequeños, que se encuentran desprotegidos frente al acoso y cyberbullying.

Teresa Costas de 23 años y conocida en Twitch como Kikakat, empezó en enero del 2021 y ha conseguido crecer gracias a sus redes sociales. Es una diseñadora gráfica que se dedica también a hacer directos de juegos pocos conocidos, para fomentar el consumo de juegos indies y darles mayor visibilidad.

Pregunta: ¿De qué manera crees que afectan los estereotipos a la comunidad femenina gamer?

R: Nos hacen querer encajar aunque signifique dejar otros hobbies detrás. Esto sobre todo pasa cuando eres más joven y aún no conoces a tantas mujeres 'gamers'. Intentar no ser el estereotipo de: "las chicas gamer solo lo hacen por llamar la atención van solo de rosa y solo juegan a juegos casuales" ya que muchos hombres piensan que cualquier cosa que hagamos las mujeres es exclusivamente por ellos. Muchos de los estereotipos que se nos da a las mujeres en este mundo los veo más como una proyección de lo que muchos hombres de la comunidad querrían que fuésemos, unas niñas tontas que no saben de nada y pueden quedar bien delante de ellas.

P: ¿Cómo crees que afecta a las mujeres el acoso sexual presente en twitch y las plataformas de videojuegos?

R: El acoso hace que muchas mujeres dejen de jugar/ streamear o directamente ni lo intenten por el miedo. En casi todos los juegos online hay acoso, si ves que tienes una compañera en el equipo, independientemente de si hayas jugado mal o bien, si una partida se pierde es tu culpa. Si un streamer se aburre y quiere molestar a alguien seguramente encontrará a una mujer o una minoría estará en su punto de mira. Lo peor es que no hay forma de evitarlo, mutear el micrófono, a un compañero pesado, banear términos en Twitch... Eso quita el acoso directo, pero la necesidad de protegerse de ello ya muestra que si no lo hicieses el acoso sería inevitable. Me motiva el enseñar juegos poco conocidos y fomentar el consumo de juegos indies, también me gustaría poder dar ejemplo a chicas jóvenes de que no necesitan ser o jugar de una forma específica para considerarse "true gamers".

P: ¿Cuál crees que es el origen del machismo a que las mujeres no puedan ser gamers también?

R: Todo empezó desde el marketing, la gran mayoría de juegos comenzaron siendo de acción, aventura, misterio etc casi todos estos medios estaban pensados para hombres, tanto en cómics, libros y juegos de mesa, por lo que con los videojuegos fue igual, estas cosas eran para niños y punto. Las compañías tardaron mucho en incluir a las niñas como público objetivo y esto hizo que muchas tardaran en entrar al mundo de los videojuegos. Es más, a día de hoy aun hay padres que no quieren comprar sistemas de juego a sus hijas porque son "cosas de niños". Una vez consigamos separar esa concepción de que los juegos son para niños veremos a más niñas empezar a jugar a una edad que les permitirá estar al mismo nivel que la mayoría de hombres, ya que no es lo mismo empezar a jugar a los 8 años que a los 18

P: ¿Crees que los seguidores tienen un trato especial a las mujeres que a los hombres?

R: Pues sinceramente si, es más diría incluso que es tan especial que no es a mejor si no a peor. El observador medio de twitch trata casi siempre mejor a los hombres que a las mujeres, incluso aunque pienses que un hombre te está tratando especialmente bien normalmente es porque te está cosificando. Recuerdo perfectamente este comentario "Yo empecé a verte porque eras guapa, pero me quedé porque eras muy guay" ¿Es un cumplido? Puede, pero refleja claramente ese "mejor trato" que se nos da a las mujeres, es 100% artificial y con tonos machistas, la mayoría de hombres lo ven como un trato especial ya que lo ven como atención, no acoso, y muchos de ellos también querrían esa atención.

P: Desde que empezaste, ¿has notado alguna diferencia en tu comunidad?

R: No, la verdad que yo estoy en el lado más 'chill' de Twitch: juegos indies y 0 competición, así que no suelo tener tanta gente loca.

P: ¿Has tenido que tratar con algún viewer “problemático”? En caso afirmativo, cuenta qué ocurrió.

R: Sí claro, eso es inevitable. He tenido gente puntual y algún hate raid. Las personas individuales es lo típico; dicen alguna guarrada, los baneas y a ser feliz. Los hate raids te tocan un poco más la moral, eso de decidir ir anónimamente a un canal a decir cosas machistas, racistas y explícitas pues es algo premeditado y lleno de malicia. Lo bueno es que ese día tenía a mis dos mods activos y pudimos solucionarlo rápido.

P: ¿Y durante alguna partida, con algún compañero de equipo que te ha discriminado por ser mujer? Cuenta tu experiencia.

R: Solo juego online con mis amigos y a juegos no competitivos, así que por suerte no.

P: ¿Encuentras algún aspecto negativo a Twitch? En caso afirmativo, ¿cuál?

R: Hay varios, el primero es que no fomenta el crecimiento, en el frontpage solo hay streamers grandes que necesitan 0 ayuda para que les encuentren. Si tienes suerte te ponen al fondo en "canales que pueden interesarte" pero necesitas usar 1000 redes sociales para crecer. Otra cosa que estoy viendo últimamente es que los streamers más pequeños le damos un poco igual en Twitch, si tenemos problemas con bots cierran las herramientas porque les petamos los servidores, nos ponen tags inclusivas pero mágicamente bajan los stats de streamers LGBT+... Vamos, que hay 50 personas que a Twitch le caen bien y los demás podemos dar las gracias de usar su sitio.

P: ¿Crees que existe el hate entre mujeres también? Es decir, que no siempre son los hombres los que cosifican.

R: Si, la misoginia interiorizada es algo en lo que hay que trabajar todos los días, la sociedad en la que estamos fomenta el odio entre mujeres, ya que separadas somos más fáciles de engañar y controlar. Y como estamos en grupos donde predominan los hombres muchas veces acabas haciendo lo mismo que ellos, casi hasta para

protegerse, ya que el poner en duda sus prejuicios casi siempre acaba en marginarte del entorno.



La streamer Kikakat jugando a Slay the Spire, un juego indie y poco conocido en la comunidad



6.2 Entrevista a Laura Rodríguez.

‘Hay hombres que en cuanto leen tu nombre pueden decir por el chat del juego: “Uf, ¿eres una mujer?”’

La streamer recalca lo tóxico que puede volverse todo cuando el chat de voz se activa durante las partidas

Laura Rodríguez Lires de 17 años, conocida como Lauriiichii es una joven streamer que empezó en Twitch durante la cuarentena del 2020 motivada por los videojuegos, tanto a nivel competitivo como por hobby. Poco a poco ha creado una comunidad y aún se hace paso en la plataforma para conseguir una mayor comunidad.

P: ¿De qué manera afectan los estereotipos a la comunidad femenina gamer?

R: Afectan sobre todo en que la mayoría de las personas tienen estereotipos ante la comunidad femenina. Tiende a generalizar y pensar que todas las mujeres de la plataforma van a seguir dichos estereotipos, cuando muchas de nosotras ni siquiera nos sentimos cómodas mostrando partes de nuestro cuerpo.

P: ¿Cómo afecta a las mujeres el acoso sexual presente en twitch y las plataformas de videojuegos?

R: Creo que sobre todo afecta a el ánimo de la persona y las ganas que tiene de crecer en la plataforma o simplemente jugar sin más, ya que al recibir este acoso lo más probable es que esta persona se canse y lo haga menos o sin ganas.

P: ¿Cuál cree usted que es el origen del machismo a que las mujeres no puedan ser gamers también?

R: Creo que viene de personas que creen que esas actitudes frente a sus amigos son 'graciosas', y lo hacen únicamente por conseguir la risa fácil o viene de personas que se han criado con los valores que tienen y que han ido adquiriendo en su casa o en la sociedad.

P: ¿Los seguidores tienen un trato especial a las mujeres que a los hombres?

R: Sinceramente no creo que haya un trato especial, aunque hay casos y casos. Pero no niego que quizás haya algún hombre que sí lo haga.

P: Desde que empezaste, ¿has notado alguna diferencia en tu comunidad?

R: No he notado diferencia en la mayoría, pero algunos sí que en cuanto haces algo que no les gusta, quizás si que cambian y te amenazan con ir a ver a otras streamers.

P: ¿Ha tenido que tratar con algún viewer “problemático”? En caso afirmativo, cuenta qué ocurrió.

R: Sí, normalmente en mi caso pasa por ejemplo hablando de temas que según la sociedad decreta como más masculinos, como cómics, películas de Marvel, etc... Lo que en mi chat pasaba es que había hombres que decían ‘realmente si piensas así o dices eso no eres tan fan’ o ‘eres fan por moda como todas’ y cosas por el estilo, comentarios malos que al apagar la cámara te afectan de manera más personal.

P: ¿Has sido discriminada por algún compañero de equipo por el hecho de ser mujer?

R: Si, hay hombres que en cuanto leen tu nombre pueden decir por el chat del juego: “uf, eres una mujer?”. O algo que me pasó varias veces eran comentarios como: “deberías estar en la cocina y no jugando” o “dejadla ganar que es tía”. Comentarios que convierten una partida en algo a no querer repetir, haciendo que pierdas el interés por dicho videojuego.

P: ¿Existe odio entre mujeres también? Es decir, que no siempre son los hombres los que cosifican.

R: Si, obviamente igual que hay hombres así, también hay mujeres con ese pensamiento. Y es una pena, porque ante estas situaciones deberíamos estar más juntas que nunca.



Lauriichiii en uno de sus directos, realizando las conocidas Tier List sobre sus aficiones

6.3 Entrevista a Inés Romero Barrio.

“Existirá una falta de habilidades para poder relacionarse a nivel físico y no a través de una pantalla”

La agresividad, aislamiento e irritabilidad son algunas de las consecuencias a largo plazo que presenta la adicción a los videojuegos, según Inés Romero

Inés Romero Barrio tiene 27 años y es psicóloga general sanitaria en Madrid. Lleva cinco años en el oficio como psicóloga en Madrid y además, es una cercana seguidora de la historia en el mundo de los videojuegos, por lo que se mantiene actualizada en sus novedades.

P: ¿Qué síntomas existen en la adicción a los videojuegos?

R: Irascibilidad si no se puede jugar o hay factores que impiden la realización de este, ansiedad por jugar y querer pasar más tiempo en el ordenador o la consola. También se destacan las conductas más agresivas conforme se va creciendo, llevándolo en algunas ocasiones a la vida personal.

P: ¿En qué puede afectar psicológicamente en el futuro de una personas que sufren adicción a los videojuegos?

R: Agresividad a largo plazo y aislamiento social por la falta de habilidades para poder relacionarse a nivel físico y no a través de una pantalla. No poder gestionar problemas reales y no estar preparados para el mundo, atrapándose en su propia burbuja.

P: ¿Cree ud. que este problema solo lo sufren los países más desarrollados?

R: Personalmente, sí. Al fin y al cabo son los que tienen la capacidad y las herramientas para llevarlo a cabo.

P: ¿Los seguidores tienen un trato especial a las mujeres que a los hombres?

R: Sinceramente no creo que haya un trato especial, aunque hay casos y casos. Pero no niego que quizás haya algún hombre que sí lo haga.

P: ¿Qué perfil de persona suele identificarse con los videojuegos?

R: Mayoritariamente los hombres ,sobre todo los jóvenes ya que ahora empiezan antes con las tecnologías y a jugar videojuegos. Además que las chicas por lo general no suelen estar tan interesadas en coger un ordenador.

P: ¿Cree usted que esto puede afectar a la educación sexual de los más jóvenes?

R: No estoy segura de ello, considero que cuanto más exploren Internet antes se enterarán de cómo funciona la educación sexual.

P: ¿Qué tipo de terapias existen para la desintoxicación de los videojuegos?

R: Existen varias pero encontramos dos que pueden marcar la diferencia: la cognitivo conductual y la terapia de grupo.

P: ¿Pueden los jugadores crear una realidad paralela a la realidad cotidiana por jugar mucho?

R: Si, se crea una concepción de la realidad diferente, que incluso ellos no pueden diferenciar. Se debe llevar un especial cuidado con la adicción a los videojuegos y la prolongación de esta.

P: Desde su punto de vista, ¿existe hipersexualidad en los actuales videojuegos? ¿Cómo puede eso afectar a la sociedad?

R: Dependiendo a qué códigos sí que puede existir una hipersexualización, aunque ahora los referentes femeninos han cambiado. Puede afectar directamente a la percepción de una sociedad con etiquetas, donde se critica aquello que se ve a priori.

P: ¿Cuáles crees que son los factores que influyen en el consumidor para crear ese odio y discriminación hacia la mujer gamer?

R: Que no se asemejen a la idea de mujer que se ha vendido en los videojuegos. Sino que se encuentran con otra realidad, una que no están acostumbrados a ver.

P: ¿Cuál es la causa de que un seguidor se pueda obsesionar tanto con una streamer, hasta superar los límites?

R: Podrían ser varias, desde querer acercarse a él/ella, incluso meterse en sus cuentas de redes sociales para encontrar todo lo privado que el streamer pueda tener, puede llegar a difundir información personal con tal de llamar su atención. También formar parte de su vida a un nivel más privado e incluso afectar a su círculo cotidiano, es decir, sobrepasar el límite de la 'pantalla' y acosar a nivel físico con intimidaciones

6.4 Entrevista a consumidor de contenido.

“Los espectadores están dispuestos a contribuir económicamente con tal de hacerse notar”

Según los usuarios, Twitch debe buscar medidas para hacer notar a los pequeños canales y darles participación en el mundo de los videojuegos

La sociedad actual consume cualquier tipo de entretenimiento, desde vídeos cortos de quince segundos hasta directos de más de ocho horas. Ahora las noticias mañaneras se consumen en Twitter, las de media tarde en Tiktok y las nocturnas en Instagram. Las redes sociales han conseguido atrapar a los jóvenes, así como lo ha hecho Twitch.

P: ¿Estás al día con los streams de tu favorito/a?

R: No, algunos son muy largos. Suelo verlos cuando tengo tiempo libre, comiendo o haciendo algo. Ayuda a distraerse y pasar un buen rato. Además algunos suben a Youtube resúmenes de sus transmisiones en Twitch, lo que monetizan el doble y ayuda a los seguidores a mantener el día a día de una serie, o de un videojuego.

P: ¿Le sigues en más redes sociales? ¿Qué diferencia?

R: Si, para saber del día a día o conocer un poco más. La mayoría suben historias publicitarias o ponen tweets graciosos. Últimamente hay buen rollo entre los streamers

españoles, lo cual genera más entretenimiento. La diferencia sería que el contenido en cada aplicación es completamente diferente.

P: ¿Alguna vez has apoyado económicamente a un streamer? ¿Por qué motivo u objetivo?

R: Si. Se hace sobre todo por interactuar con él, para que sepa que estás ahí apoyándole y participando, al final creas una amistad y conociendo un poco más a la persona y no al personaje que hay creado en la pantalla.

P: ¿Cuál crees que es la clave para triunfar en plataformas digitales?

R: No tener vergüenza y estar seguro de que lo vas a lograr, la confianza es un gran fuerte. Aunque por desgracia, suelen triunfar los que se han montado un personaje, totalmente distorsionado a su forma de ser.

P: ¿Qué te hace elegir ser viewer y no ser streamer?

R: Me recuerda a la película de Nerve, cuando dan a elegir y cito: “¿quieres mirar o te atreves?”. En este caso he escogido mirar, porque no cuento con la facilidad para desenvolverme delante de una cámara o ser capaz de entretener durante horas a gente sin parar de hablar.

P: ¿Alguna vez te has obsesionado con algún streamer?

R: De forma seria no, pero de pequeños tomos hemos tenido ese ídolo/a al que admiramos y queremos saber más. Pero siempre manteniendo los límites, quizá por la edad pero si se han dado casos más serios de gente adulta obsesionándose con cantantes o actrices.

P: ¿Qué opinas de Twitch? ¿Cambiarías algo?

R: Quizá un mayor control de visibilidad a streamers pequeños, que no tienen tanta participación como los grandes, los cuales están siempre de portada y no tienen dificultades para conseguir altos números de seguidores y de viewers.

P: ¿Crees que una mujer atrae más público que un hombre?

R: Depende mucho cómo sea el público. Siempre es interesante seguir a una mujer para ver cómo juega, cómo se comporta... etc. Pero por mayoría suelen triunfar más los hombres porque los acabas asociando como si fueran amigos tuyos de toda la vida por la facilidad del lenguaje y cómo se dirigen a su chat, o sus espectadores.

P: ¿Conoces alguna mujer que participe en torneos de esports? En caso afirmativo, ¿de quién trata?

R: Sí, a nivel profesional no, en pequeños torneos. Xvickk es una de ellas, o Leviathan que participan en VALORANT ya que recientemente es el videojuego que más está empezando a introducir la imagen de la mujer gamer en los grandes torneos.



7. Bibliografía

Anónimo. (2019). ¿Cómo se comporta la generación Z en redes sociales?. *Deusto Formación*. Sitio web:

<https://www.deustoformacion.com/blog/marketing-digital/se-comporta-generacion-z-redes-sociales>

Antoine Kerfant (n.d.) Cómo ganar dinero con twitch y monetizar el streaming. *Crear mi empresa*. Sitio web: <https://crearmiempresa.es/como-ganar-dinero-con-twitch.html>

Comunidad Wikipedia. Twitch. *Wikipedia*. Sitio web:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Twitch>

Carlos del Castillo (2021, 14 enero). Por qué Twitch es uno de los fenómenos tecnológicos del momento (y no deberías subestimarlos). *elDiario.es*. Sitio web:

https://www.eldiario.es/tecnologia/twitch-fenomeno-tecnologico-momento-no-deberias-menospreciarlo_1_6750991.html

Edu Portas (2019, 29 diciembre). Cosificación de la mujer en Twitch:

Hiper-sexualización en plataformas de videojuegos. *Difusor Ibero*. Sitio web:

<https://difusoribero.com/2019/12/29/cosificacion-de-la-mujer-en-twitch-hiper-sexualizacion-en-plataformas-de-videojuegos/>

ExtremeMadness. (2018, 30 abril). Ser mujer en Twitch. *Todas Gamers*. Sitio web:

<https://todasgamers.com/2017/04/30/ser-mujer-en-twitch/>

Industrias creativas sin definir (2018, 25 agosto). Todo sobre Twitch desde su origen a la actualidad. *Wazo Magazine*. Sitio web:

<https://www.wazomagazine.com/todo-sobre-twitch-desde-su-origen-a-la-actualidad/>

Indigo Staff. (2018, 14 julio). ¿Quién nombró a las generaciones como las conocemos hoy?. *Reporte Indigo* Sitio web:

<https://www.reporteindigo.com/reporte/como-se-nombraron-a-las-generaciones/>

Influencer Marketing. (2021, junio 01) Las 10 streamers españolas más vistas en Twitch. *Antevenio*. Sitio web:

<https://www.antevenio.com/blog/2021/06/streamers-espanolas-mas-vistas/>

Jeanne Manon Eugénie Chevallier (n.d.) Hiper-sexualización de la mujer en plataformas de videojuegos: consecuencias psicológicas de la objetivación/cosificación femenina en una plataforma social de transmisión de videojuegos como Twitch.

Universidad Iberoamericana. Sitio web:

https://difusoribero.files.wordpress.com/2019/12/twitch_cosificacion_mujer_trabajofinancial.pdf

Jesselyn Cook. (2021, 20 julio) Female Twitch Streamers Spend Their Lives Online.

Predators Are Watching. *Huffpost*. Sitio web:

https://www.huffpost.com/entry/female-twitch-streamers-sexual-harassment_n_60e8ab3ee4b06dfc5e215f54?ncid=tweetInkushpmg00000067

Lucía Guerra. (2021, 04 mayo). Las streamers de habla hispana con más crecimiento en Twitch de abril. *AS*. Sitio web:

https://esports.as.com/bonus/influencers/lista-de-influencers/streamers-habla-hispana-crecimiento-Twitch_3_1461483839.html

Movistar eSports (2021, 04 julio). Los 10 juegos más vistos en Twitch por la comunidad hispanohablante. *AS*. Sitio web:

https://esports.as.com/bonus/videojuegos/juegos-mas-vistos-twitch_3_1479782009.html

Nora Kurtin. (n.d.). La soledad de las redes sociales. *El Mundo: Sapos y princesas*. Sitio web:

<https://saposyprincesas.elmundo.es/consejos/nora-kurtin/la-soledad-de-las-redes-sociales/>

Stream Hatchet. (2018, 22 septiembre). ¿Las mujeres lo tienen más fácil en Twitch?.

Stream Hatchet. Sitio web:

<https://medium.com/@streamHatchet/las-mujeres-lo-tienen-m%C3%A1s-f%C3%A1cil-en-twitch-ce24a4a361b1>

Twitch.tv. (n.d.) El Programa de Afiliados de Twitch. *Twitch*. Sitio web:

<https://affiliate.twitch.tv/es-mx/>

Twitch.tv (2021, 01 marzo). Introducing Twitch Women's Alliance. *Twitch*. Sitio web: <https://blog.twitch.tv/es-mx/2021/03/01/introducing-twitch-womxns-alliance-a-new-program-dedicated-to-improving-representation-of-womxn-on-twitch/>

Twitch.tv. (2021, 21 mayo). Let's Talk About Hot Tub Streams. *Twitch*. Sitio web: <https://blog.twitch.tv/en/2021/05/21/lets-talk-about-hot-tub-streams/>

