



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD IZTAPALAPA**

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

“PROCESO PRODUCTIVO Y CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES EN LOS
STREAMERS DE VIDEOJUEGOS”

TESIS
QUE PRESENTA

JOSÉ ANGEL CERÓN HERNÁNDEZ

2163803121

PARA OPTAR AL GRADO DE
MAESTRO EN ESTUDIOS SOCIALES
(LINEA ESTUDIOS LABORALES)

DIRECTOR/A: DR. ENRIQUE MODESTO DE LA GARZA TOLEDO

JURADO: DR. GUSTAVO GARABITO BALLESTEROS

DR. ALFONSO CANO ROBLES

IZTAPALAPA, CIUDAD DE MÉXICO, JULIO DE 2018



PROCESO PRODUCTIVO Y
CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES
EN LOS STREAMERS DE
VIDEOJUEGOS

En la Ciudad de México, se presentaron a las 13:00 horas del día 25 del mes de julio del año 2018 en la Unidad Iztapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana, los suscritos miembros del jurado:

- DR. GUSTAVO GARABITO BALLESTEROS
- DR. ALFONSO CANO ROBLES
- DR. ENRIQUE MODESTO DE LA GARZA TOLEDO

Bajo la Presidencia del primero y con carácter de Secretario el último, se reunieron para proceder al Examen de Grado cuya denominación aparece al margen, para la obtención del grado de:

MAESTRO EN ESTUDIOS SOCIALES (ESTUDIOS LABORALES)

DE: JOSE ANGEL CERON HERNANDEZ



JOSE ANGEL CERON HERNANDEZ
ALUMNO

y de acuerdo con el artículo 78 fracción III del Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado resolvieron:

Aprobar

Acto continuo, el presidente del jurado comunicó al interesado el resultado de la evaluación y, en caso aprobatorio, le fue tomada la protesta.

REVISÓ

LIC. JULIO CESAR DE LARA ISASSI
DIRECTOR DE SISTEMAS ESCOLARES

DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE CSH

DR. JUAN MANUEL HERRERA CABALLERO

PRESIDENTE

DR. GUSTAVO GARABITO BALLESTEROS

VOCAL

DR. ALFONSO CANO ROBLES

SECRETARIO

DR. ENRIQUE MODESTO DE LA GARZA
TOLEDO

Contenido

Agradecimientos.....	4
Introducción	5
Capítulo I: Perspectiva Analítica	17
1.1.- Subjetividad e identidad.....	17
1.1.1.- Algunos apuntes en torno a la identidad.....	18
1.1.2.- La identidad en “red”	22
1.2- Trabajo.....	25
1.2.1.- Trabajo en los servicios interactivos: organización y calificación del trabajo.....	26
1.2.2.- Trabajo emocional, notas y comentarios.....	28
1.2.3.- Trabajo estético: notas y comentarios	31
1.2.4.- Trabajo No Clásico.....	36
1.2.5.- Control del proceso de trabajo	40
1.3.- Juventud y la experiencia laboral.....	44
1.4.- Trabajo y género	49
1.5.- El trabajo y lo lúdico	53
1.6.- Síntesis teórica-analítica adoptada en esta investigación.....	55
Capítulo II: Perspectiva Metodológica	59
2.1 El enfoque de la metodología configuracionista	59
2.1.1 Positivismo	60
2.1.2.- Tradiciones Hermenéuticas	62
2.1.3.- Posestructuralismo.....	65
2.1.4.- Marxismo	66
2.1.5.- Teoría crítica.....	68
2.1.6.- La metodología configuracionista y el mundo del trabajo	69
2.2.- Estrategia metodológica.....	71
2.2.1.- Sobre los cortes de realidad.....	72
2.2.2.- Categorización.....	73
2.2.3.- Sobre las entrevistas y el Internet.....	75
Capítulo III.- Control del proceso de trabajo de los streamers y construcción de significados hacia la configuración identitaria.....	81
3.1.- Internet, negocios y el streaming de videojuegos	82
3.1.1.- Industria del videojuego: el ejemplo de los deportes electrónicos (e-sports).....	84

3.1.2 Twitch, la empresa de streaming	88
3.1.3.- <i>Streamers</i> : Jugar, transmitir, y volver a jugar como ocupación	90
3.1.4.- Reglas de Twitch a las interacciones entre usuarios: género, acoso y violencia	99
3.2 Proceso de trabajo de los <i>Streamers</i> : control y experiencia	102
3.2.1.- Acerca del proceso de trabajo: un día nuevo, el mismo juego.....	103
3.2.2.- Tres ámbitos del control del proceso de trabajo	111
3.2.3.- Juventud y el género, dimensiones presentes en el control del proceso de trabajo..	123
3.3 Sobre la identidad	127
3.3.1 “Soy un youtuber de videojuegos”: El camino a ser streamer.....	129
Reflexiones finales	137
Anexos: Instrumentos	143
Guía Observación- Transmisión de partida	143
Sobre Observación	144
Guía Entrevista 1.- Vida como Streamer de Videojuegos.....	145
Guía Entrevista 2.- Ser espectador de streaming de Videojuegos.....	147
Sobre entrevistas	149
Bibliografía Citada.....	150

Agradecimientos

Hace tiempo leí en Tolstoi que *la condición de la felicidad del ser humano es el trabajo*, y después de algunos años estudiando laborales sigo sin comprenderlo. Sin embargo, entiendo que el camino para desentrañar los entramados que este mundo significa para la sociedad vale para poder nutrir esa respuesta sin encontrar. Es por ello por lo que coloco en estos agradecimientos a las personas que han contribuido para que pueda emprender este camino que comienza con esta tesis.

A mis padres Cleofas y José, mi hermano Jovany quienes con su apoyo recibí el cariño de un hogar y mantuvieron en concentración.

Como no olvidar a mis amistades, la lista es enorme: Karen Vázquez, Adrián Anaya, Daniel Arrieta, Julio Becerra, Andrea Muñoz, Rodrigo Ocampo, Santiago Garcés, Hazel Parra, “los sexys feos” ... no terminaría con la lista (me disculpo con quienes no aparecen aquí).

A quien estuvo conmigo estos años, debatiendo, discutiendo y compartiendo nuestras diferencias sociológicas. Ella tan política, yo tan laborista.

A Juan Manuel Hernández, quien además de ser buen amigo de varios años, me acompañó como coordinador del posgrado. Del mismo modo a Marcela Hernández con quien pude compartirle mis inquietudes y siempre recibí respuestas.

A mis sinodales Gustavo Garabito y Alfonso Cano quienes dispusieron su tiempo para leer este extraño ejercicio y que comentaron dando buenos aportes

A Enrique De la Garza, quien además de ser mi profesor, director de tesis y experto de laborales de confianza, lo considero un amigo. Persona extraordinaria que con su calidad humana logró mostrarme los intersticios de la investigación social, vaya camino que aún queda.

No puede quedar fuera todos los trabajadores mexicanos que, a través del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), me dieron el sustento económico y la inspiración para realizar este trabajo.

Introducción

Actualmente es indudable que la incorporación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en la economía mundial ha tenido un impacto en el mundo del trabajo. Por ejemplo, se exige de forma continua el desarrollo de habilidades en el manejo de herramientas basadas en las TIC's para poder insertarse en el mercado de un sector laboral cada vez más informatizado: ya sea para la operación de maquinaria especializada en la industria, el tratamiento de información para la producción de bienes simbólicos, o bien como parte de la interacción con el cliente en los servicios. Esto supone que las personas que desean ingresar a este tipo de ocupaciones se encuentren frente a un panorama de calificación en el que el manejo de estas tecnologías no significa ya una habilidad sobresaliente, sino un requisito primordial para lograrlo¹.

El Internet, como parte de estas TIC's donde se establecen formas de interacción y producción de bienes y servicios, ha constituido nuevos canales de flujo monetario. Tecnología que se vuelve estratégica en la construcción de vías de ingresos económicos para empresas, organizaciones y propios usuarios; basado en la idea de que el uso de espacios cibernéticos, tales como Internet, han tenido un gran impacto en el comercio de contenidos creados en ellos, ya que funcionan como un ámbito de intercambio (Gerber y Pinochet, 2013). Lo anterior puede ser motivo para que algunos usuarios centren su atención en la creación de contenidos susceptibles a ser mercantilizados, con el uso intensivo de Internet, como alguna alternativa para hacer de éste su sustento, o tener, al menos, un ingreso complementario. Sin embargo, no debemos perder de vista que la constitución de este ciberespacio como habilitador de una lógica de mercado, podemos pensar en una lógica capitalista en constante diversificación.

Los cambios tecnológicos de las últimas décadas también han transformado el paradigma de entretenimiento, mismo que incluye a los videojuegos. En un principio eran usados con fines de esparcimiento individual o con muy pocas personas a la vez -pensemos

¹ Cabe aclarar que no estamos hablando de una generalización de esta condición en todos los sectores laborales, sino que existen algunos en los cuales no es necesaria este tipo de calificación, donde el uso de las TIC's no es necesario, por ejemplo, los vendedores ambulantes.

en jugar solo o con unos cuantos amigos en una sala de estar-, ahora la apuesta se encuentra en la masificación de su consumo –pensemos ahora en estadios llenos-.

Este auge de la industria de los videojuegos, cuyo origen se puede localizar cuatro décadas atrás, tiene una influencia en las interacciones y subjetividades que es evidente² (Gill y Vall, 2006; Belli y Reventós, 2008). Lo mismo sucede si consideramos a los videojuegos como un medio de entretenimiento que tiene un elevado valor económico³ en la industria cultural⁴. Tomando en cuenta estos dos argumentos, podemos considerar el papel que desempeña esta industria en las transformaciones del mundo del trabajo y en el proceso de flexibilización del empleo.

La industria cultural ha modificado su modelo de negocio apostando ya no únicamente a la producción y diseño del videojuego, sino a la creación de todo un sistema de entretenimiento masivo que permite a los usuarios consumir todo tipo de productos relacionados a ello, configurando así una nueva fuente de recursos financieros, así como de la construcción de un nuevo mercado trabajo. Esto provoca, a su vez, que empresas busquen ampliar su margen de ganancias en este mercado por medio de publicidad, producción de videojuegos, organización de torneos o venta de productos relacionados con la *cultura gamer*.

A grandes rasgos, podemos identificar que la industria de los videojuegos abarca un amplio espectro de producción de mercancías donde podemos encontrar: (1) diseño de videojuegos, donde grandes y pequeños estudios de producción, conceptualizan, elaboran y programan estos productos empleando desde una modesta planta de personal, hasta contar con equipos de cientos de trabajadores⁵; (2) diseño de servidores online para multijugadores masivos, que, para el caso de las consolas, cobran una cuota que tiene validez temporal y así poder conectarse con otros jugadores, y en el caso de los juegos por computadora, se paga por el juego que incluye toda una estrategia de micro transacciones que pueden superar el

² Faltaría saber en qué medida se puede afirmar esto.

³ Para 2017 se estimaron ganancias totales de \$108 mil millones de dólares en todo el mundo (SuperData, 2018).

⁴ Entendemos por Industria Cultural a “un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares, industriales, productoras y distribuidoras de mercancías de contenidos simbólicos, concebidas con un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social” (Zallo, 1988).

⁵ Para profundizar sobre el tema, ver Fullerton, Tracy (2008). *Game Design Workshop: A Playcentric Approach to Creating Innovative Games*. ISBN 978-0-240-80974-8. Consultado el 07/03/2017.

valor del juego en sí mismo; (3) la organización de torneos a nivel global y local, conocidos como *e-Sports* (deportes electrónicos), tiene como característica principal la presencia de patrocinadores, premios, y la cuota a los espectadores para entrar a los recintos donde se realizan estos eventos, siendo así parte del ingreso -así como lo es la industria del deporte tradicional (Murayama, 2014)- la creación de un espectáculo masivo que puede ser visto también a través de Internet; (4) y el mercado del contenido audiovisual en Internet referido al videojuego tales como sitios web que permiten subir videos sobre el tema o a personas analizando los productos de recién lanzamiento o, como lo que trataremos en esta investigación, personas que se transmiten a sí mismas jugar para un público que desea mirarlos mediante un *streaming de videojuegos*.

Lo anterior nos hace reflexionar, sin duda, en la construcción de un mercado laboral enfocado a la industria de videojuegos en el cual una diversidad de trabajos converge como diseñadores, programadores, ingenieros, escritores, animadores, músicos, técnicos, administradores, jugadores, por mencionar a algunos. También nos hace considerar que al estar en un proceso productivo en el cual la lógica de la apropiación de ganancia por parte del capital está presente, podemos pensar en relaciones de Capital-Trabajo que nos habilita preguntar sobre las condiciones de trabajo, calificaciones, relaciones laborales, control y resistencia; conceptos medulares de la Sociología del Trabajo.

En este contexto general, el *streaming de videojuegos* la entendemos como una modalidad audiovisual de la industria de los videojuegos que, con Internet como medio fundamental para realizar esta actividad, transmite en video y bajo demanda videojuegos jugados por otros usuarios, *e-Sports* y otros eventos relacionados⁶. La forma en que esta modalidad de negocios se mercantiliza es a partir de publicidad proveniente de otras empresas y ventas on-line, de las cuales se obtienen comisiones por usar sus plataformas, por mencionar un par de ejemplos, de los cuales obtienen sus ingresos. Como modelo de entretenimiento y negocios, ha sido adoptado por diferentes compañías que transmiten en vivo⁷ (stream), pero nos centraremos por razones de factibilidad en la investigación en la

⁶ Este concepto inspirado en *Definición de Streaming* [en línea]. GamerDic, Diccionario online de términos sobre videojuegos y cultura gamer, 2014 [fecha de consulta 9 de mayo del 2018]. Disponible en <http://www.gamerdic.es/termino/streaming>

⁷ Como lo son Spotify, Netflix, Prime Video, YouTube Red, por mencionar algunos ejemplos.

empresa **Twitch.tv**: sitio web perteneciente a la multinacional Amazon que alberga a la mayoría de los usuarios que realizan las actividades antes citadas. Aquellas personas que transmiten estos contenidos y que tienen la posibilidad de obtener ingresos monetarios de ello, se les llama *Streamer de videojuegos* o de forma común, *streamers*.

La actividad de realizar un streaming implica que el usuario juegue algún videojuego y que, por medio de internet, transmita la partida a todos aquellos que deseen mirarlo a través de un perfil personal que el usuario obtiene de la empresa de forma gratuita. Es muy común que a la captura de la partida se le añada la imagen que una webcam capta del jugador, mismo que durante esta actividad comenta con la finalidad de compartir experiencias de juego o entretener a los espectadores. Proceso que se extiende por horas varios días a la semana. Lo anterior puede realizarlo cualquier persona que cuente con un dispositivo de transmisión, que puede ser su propia computadora o consola de videojuegos, conexión a internet y la iniciativa de realizarlo. Sin embargo, lo anterior descrito no supone que este proceso asegure en todos los casos un ingreso monetario. En general, el acceso a este beneficio del streaming de videojuegos es posible a través de un contrato con Twitch.tv, que supone aceptar términos y condiciones de las transmisiones, contenido y frecuencia de éstas para asegurar así un volumen de público estable y que sea susceptible a mirar publicidad, fuente principal de ingresos de Twitch y que comparte una proporción con el streamer. Cabe aclarar que no es la única forma de monetización por jugar videojuegos y transmitirlos, sino que es el punto de partida para la conformación de otros canales de ingreso en otras plataformas como YouTube, y, por tanto, de relaciones laborales con otros actores económicos que detallaremos a continuación:

- a) Los donativos de los espectadores, donde la frecuencia de transmisiones y cantidad de espectadores fija el volumen del ingreso; estas variables están en función del rendimiento, habilidades sobresalientes, o bien, por aspecto físico, carisma, o la calidad de transmisión de los streamers.
- b) Por patrocinadores quienes, al buscar publicitarse, ofrecen productos gratis a los streamers a fin de que sean mostrados en sus transmisiones. El pago por especie es común, pero también puede darse un monto mensual. Lo anterior supondría para el streamer cumplir con ciertas condiciones de transmisión como frecuencia

y contenido del juego, adicionales a las contraídas con Twitch.tv.

- c) Por publicidad insertada en la transmisión, que, al igual como en YouTube, habilita al streamer insertar comerciales cada determinado tiempo según el producto que se está promocionando y en función del volumen de reproducciones recibir un pago mensual.
- d) La modalidad de promocionar páginas de ventas de juegos o de artículos cibernéticos que, usando una contraseña que el streamer proporciona a sus espectadores, los potenciales clientes reciben un descuento por mencionar al jugador y éste, a su vez, recibe una retribución por haber logrado la venta
- e) En algunas ocasiones, cuando el streamer cuenta con un público abultado, pone a la venta artículos que incorporan su imagen como playeras, camisas, sudaderas, tazas y accesorios que los espectadores compran.

Si tomamos en cuenta los canales de ingreso en líneas pasadas como características objetivas en la producción simbólica en constante circulación, y añadimos la idea de la existencia de una valoración social, al menos en la comunidad de los videojuegos y la industria cultural, de realizar streaming, en conjunto dan los elementos para considerar al **streaming como un trabajo**.

Si ligamos esta afirmación al campo de la sociología del trabajo, tomamos en cuenta la noción de *Trabajo no Clásico* (De la Garza, 2010), que si bien justifica la creación de valor en trabajos cuya producción simbólica es dominante y que las relaciones de trabajo se abordan en sentido ampliado, que contempla procesos productivos en el ciberespacio y construcciones identitarias en torno a la producción simbólica, el Internet resulta todavía un campo de análisis *sui géneris* en esta perspectiva. Al considerar el contenido del trabajo de los streamers, recuperamos que la constitución de un sujeto laboral ampliado implica también la propia relación laboral con en el cliente y sus demandas; en tiempos y territorios donde no se tiene claras relaciones de asalaramiento, así como sus experiencias de trabajo con otros ámbitos sociales como la familia, el barrio, el consumo (De la Garza, 2010), o bien lo lúdico (Elias y Dunning, 2014). También nos encontramos con el hecho de que resulta complicado aún hoy introducir a la discusión académica los conceptos *Trabajo en internet*, *Cibercultura* o *Ciber poder* (Cortázar, 1997; Levi, 2007; Kuehl, 2009), a pesar de que es común ya

incorporar el aspecto subjetivo y simbólico mediados por Internet a los campos de análisis económicos, políticos, laborales o culturales.

Teniendo en cuenta este resumen teórico y empírico que nos ayude a contextualizar el panorama de nuestro objeto de investigación, **lo que nos preguntamos es qué elementos objetivos y subjetivos en el proceso de trabajo inciden en la construcción (o no) de identidades en torno al trabajo de los Streamers de Videojuegos en la empresa Twitch.com.**

Vinculado a ello consideramos importante considerar preguntarnos *¿los streamers se identifican con la actividad que realizan? ¿qué elementos considera un streamer que lo diferencia de otro tipo de jugador? ¿considerarán que entre ellos existen diferencias? ¿existe en los streamers un sentido de pertenencia que los diferencie de otro tipo de trabajo? ¿otro tipo de actores incidirán en la construcción de una identidad streamer?*

La primera complejidad para el tratamiento de este objeto de estudio se encuentra en desentrañar las relaciones de control que puede ejercer la empresa y otros sujetos laborales sobre el streamer y de qué manera las significa en la experiencia. Pues el objetivo del primero es la búsqueda de la apropiación de la ganancia a partir de una estrategia empresarial que organiza el trabajo de quienes la generan. Para ello es necesario realizar una reflexión sobre el contenido de este tipo de trabajo adoptando una postura crítica de las tesis de trabajo por cuenta propia, creativo (Florida, 2002) o innovador.

Para situar al lector en la manera que abordaremos nuestro objeto de estudio y dar respuesta a nuestro problema de investigación colocamos como ámbito central de relaciones sociales al trabajo. Para realizar ese tratamiento desde ese ángulo de investigación, consideramos a la juventud, lo lúdico y al género en cierta medida como dimensiones que componen este fenómeno. Dimensiones que presentamos en este apartado y que articularemos de forma teórica en el capítulo primero y de modo analítico en el tercero.

La cuestión de la juventud surge a partir de primeros acercamientos empíricos que mostraban una distinción etaria, en términos demográficos, en la transmisión de juegos que merecía una reflexión sociológica al respecto. Distinción que añade una capa de complejidad a este objeto si nos preguntamos de qué manera se puede significar en el proceso de trabajo si hablamos de la diada juventud-trabajo. Existe una postura que supone precariedad y falta

de acceso al mercado laboral en el ámbito informacional. Para ello encontramos el planteamiento de Hopenhayn (2008), quien sostiene que los jóvenes tienen hoy un mayor nivel educativo que las generaciones precedentes a ellas (en promedio más años de escolaridad, una formación más amplia) pero con menor acceso al empleo que en otros tiempos duplicando o triplicando la desocupación que vivieron sus padres⁸. Esto se vuelve un problema porque cada vez más vemos que los jóvenes, al estar más capacitados, no le es posible acceder a empleos bien remunerados o relacionados con su formación; hasta hace unos años, el uso de paquetes ofimáticos, el dominio de una lengua extranjera o tener educación superior eran componentes de un perfil laboral deseable, ahora son requisitos indispensables para tener un trabajo, incluso de una calificación no muy elevada. Los jóvenes, continúa sosteniendo Hopenhayn, quienes se enfrentan al desempleo en la sociedad informatizada; que prioriza a una capacitación superior en comparación con las generaciones anteriores y ofrece puestos de trabajo con baja remuneración o con dosis de precariedad, buscan alternativas de ocupación dentro de espacios a su alcance como lo es el ciberespacio creando contenidos y ofreciendo insumos de consumo cultural dentro de una economía creativa⁹ como uno de los resultados de esta actividad. En este orden de ideas, no podemos perder de vista la dimensión de juventud en el sentido de conocer el proceso de construcción del sentido juvenil del trabajo tomando en consideración una actividad deslocalizada, informatizada y que produce contenidos enfocados al entretenimiento. Con esta primera consideración buscaremos conocer las trayectorias laborales juveniles podrá dar claridad para comprender las motivaciones y el proceso de inserción dentro de este mercado de trabajo y tener elementos para sustentar la afirmación anterior o explicar un proceso completamente diferente.

De igual modo, el género, aunque de forma superficial, será considerado como dimensión que nos ayude a comprender las especificidades del trabajo bajo una pregunta: ¿habrá diferencias entre el streaming de hombres y mujeres? misma que nos ayuda a

⁸ Afirmación que necesita una aclaración mediada por la diferencia que puede existir en regiones como Latinoamérica, específicamente en México.

⁹ El concepto aceptado será el de Economía Creativa, que es un concepto más amplio que el de “Industria Cultural”, como todas las producciones artísticas y culturales que por su unicidad dificultan su masificación. (Gerber y Pinochet, 2013: 86). Sin embargo, esto se puede contradecir al ver que productores, como los *YouTubers*, generan productos creativos y que también son masificados ya que cuentan con millones de reproducciones y suscripciones.

comprender la significación y mediación subjetivas como streamers. Reconocemos que las experiencias de los hombres y de las mujeres son distintas entre ellas; además, si se extienden más allá las relaciones de empleo para incorporar la esfera doméstica y las amplias expresiones culturales, perdería coherencia el campo de las relaciones de trabajo (Heery, et al, 2003) en sentido ampliado. Consideramos que es adecuada la incorporación de otras esferas para comprender esta amplitud de las acciones, una de ellas sería de qué manera se expresan y reafirman las diferenciaciones de género en las relaciones que se dan en Internet, específicamente en nuestro objeto de investigación. Por otro lado, la sexualización en los contenidos transmitidos en esta plataforma de videojuegos resulta, a primera vista, evidente. La expectativa de rendimiento en el juego, la apariencia física y la forma de interacción que el usuario tiene hacia los streamers se ve claramente diferenciado por el género. Estudios recientes se han acercado, hablando en términos cuantitativos, a esta interrogante al analizar el comportamiento de los espectadores con los streamers según esquemas de género. Su idea central era monitorear palabras que se repetían en los chats de interacción de los jugadores con los espectadores prestando atención al contenido de sus interacciones. Esto reveló que, en primera instancia, el lenguaje utilizado en cada uno de los géneros, desde lo ofensivo hasta lo halagador están sexualizados; en segundo, que eso puede tener significaciones en la forma de interacción posteriores entre los usuarios construyendo códigos claramente diferenciados (Nakandala, et al., 2016). Aunque lo anterior resulta de interés debido a que estos elementos influyen en el proceso de trabajo y, por tanto, de las relaciones laborales entre empresa, streamers y usuarios, no nos centraremos o detendremos mucho en este aspecto debido a que implicaría una capa de complejidad añadida que podría significar una reelaboración del planteamiento del problema, aunque se tendrá en cuenta en algunas reflexiones que pueden precisar las reflexiones en torno a la construcción identitaria y del sentido del trabajo de los *streamers*.

Cuando nos trasladamos a otra dimensión, reconocemos que el trabajo puede contener experiencias lúdicas para el sujeto, elemento no reservado de forma exclusiva al no-trabajo, consideramos en esta investigación el asunto del juego como actividad generadora de ingresos dentro de un proceso productivo capitalista. Para atender esta cuestión, se hará una breve reflexión de ello pues, lo lúdico, en términos de utilizar un juego para entretener a un grupo de espectadores y el esparcimiento individual que podría insertarse (Elias y Dunning,

2014), podría formar parte del contenido que da especificidad a nuestro objeto de estudio. Consideramos con esto que las vivencias y experiencias de estos jugadores en torno al juego son heterogéneas y que la interpretación de su situación laboral se encuentra inserta en situaciones concretas, tratándose de un proceso subjetivo que puede estar cruzado por contradicciones y tensiones según el postulado configuracionista.

Justificación

Cuando nos preguntamos las intenciones de esta investigación de acuerdo al lugar que podría ocupar en el estado del arte actual, es posible entrever que el sentido de las publicaciones y los debates respecto a la industria de los videojuegos y el contenido simbólico de éstos se ubican, principalmente, en las siguientes líneas:

- a) En estudios referidos a la etnografía virtual donde recuperan a clásicos de la sociología y la antropología para perfilar una metodología del estudio de videojuegos en términos de análisis de significados (Williams, 2006; Boellstorff, 2006).
- b) Referencias culturales vinculadas al análisis del texto y la imagen en términos de la comunicación. Quienes recuperan el núcleo teórico foucaultiano referido al cuerpo y al poder (Cremin, 2012; van Nuenen, 2016), así como el cuerpo y el ciborg como extensión subjetiva en los videojuegos (Featherstone y Burrows, 2000; D'Angelo, 2010).
- c) Otros han explorado las posibilidades de análisis basados en el dilema de la moral y del problema de la asociación del significado en términos kantianos referidos a lo expresado en el contenido del videojuego (Devine et.al., 2014)
- d) Quienes rescatan la importancia de las fuerzas culturales, económicas, sociales e individuales que son reflejo de fuerzas ideológicas mediante el uso de la teoría marxista en un principio para, de forma posterior, incorporen elementos de la hegemonía gramsciana (Cassar, 2013; Bogost, 2007).
- e) Estudios referidos al análisis de la industria gamer en tanto sector económico en crecimiento y el interés gubernamental que reconocen que la demanda de este tipo de contenido va en aumento y significando nuevos procesos de mercantilización

susceptibles de invertir de forma institucional en ellos (Ernkvist y Ström, 2008). Para México, encontramos estudios pioneros que van en esa línea (Garfias, 2010).

- f) En términos de modelos de producción, encontramos que se ha considerado hablar de los “videojuegos y la taylorización del ocio” como parte la transformación del mundo del trabajo en sus formas de producción (Garite, 2003). A pesar de ello, la atención está centrada en términos de producción e industria y no tanto desde la perspectiva de los jugadores vistos como trabajadores que producen bienes de consumo, sujetos a ciertas organizaciones del proceso productivo.

Desde la definición de jugar videojuegos como actividad laboral, se encuentra casi nula información referida a ello, pues al trasladarnos al ámbito jurídico, no se encuentra legislación latinoamericana que entienda a los gamers como profesionales que están sujetos a regulación laboral y, por tanto, sujetos de derechos respecto a este campo social.

A la par con lo anterior, al momento de desentrañar las condiciones demográficas de ocupación que se vinculan a los videojuegos, es ausente la información de aquellas personas que se encuentran empleadas dentro de la industria de los videojuegos como un ámbito incluso más amplio que el del gaming, pues institutos como el INEGI en México, no considera en las definiciones de sus parámetros de dimensión laboral a las ocupaciones relacionadas con esta industria quedando oscurecido o excluidos de la contabilización de estas actividades cerrando algunas posibilidades a apreciar la transformación del mundo del trabajo en el paso del tiempo.

Si tomamos en cuenta lo descrito en líneas pasadas, el estudio de los *streamers de videojuegos* como (a) trabajo eminentemente simbólico, (b) donde el uso de TIC's es fundamental, (c) la intervención de otros actores -incluso no laborales- en el proceso de trabajo es común, (d) donde las relaciones salariales no son claras, y (e) la deslocalización de los espacios de trabajo es una variable constante, implica, desde la descripción misma de éste objeto, un aporte a la agenda de los estudios laborales en el inicio de la segunda década del siglo XXI.

Objetivos

Como objetivo general se buscó comprender y explicar que elementos objetivos y subjetivos configuran (o no) identidades en torno al trabajo en un contexto de relaciones laborales en el cual se encuentran elementos de control.

Por otro lado, tenemos como objetivos específicos los siguientes:

- a) Reconstruir dimensiones del ámbito laboral, tales como juventud, género o lo lúdico, que influyen en las relaciones laborales de los *Streamers*;
- b) Comprender de qué manera el Internet, como tecnología de comunicación, y los videojuegos, como herramienta específica de entretenimiento, juegan un papel en la construcción de identidades;
- c) Mediante conceptos como el trabajo no clásico, emocional o estético, además de considerar al control, analizar el proceso de trabajo de los *Streamer de Videojuegos*;
- d) Y, por último, analizar cómo intervienen sujetos como la empresa o el usuario-cliente en el control del proceso de trabajo del streamer y las resistencias que éstos podrían desplegar ante estos mecanismos.

Estructura de la tesis

La estructura general de la tesis se encuentra compuesta por tres capítulos y una sección de reflexiones finales. En el capítulo primero nos centraremos en efectuar una breve revisión de las teorías referentes a la subjetividad y la construcción de identidades, así como de teorías del trabajo que se consideraron pertinentes para nuestro objeto de investigación: se revisa y reflexiona sobre la diversidad conceptual que entraña el trabajo desde la sociología del trabajo teniéndolo como un espacio de construcción subjetividades y sentido desde la perspectiva configuracionista. Esta perspectiva conforma el núcleo del camino analítico que se tomó durante la investigación. Se revisan conceptos como del trabajo en servicios, no clásico, estético, emocionales cruzados por cuestiones como la juventud y el género como dimensiones que atraviesan la construcción de significados e identidades.

En el segundo capítulo se expone la perspectiva metodológica en términos epistemológicos adoptada en la investigación. Posteriormente se desarrolla la estrategia

metodológica de corte configuracionista, así como de los instrumentos de recolección de información tales como la observación, revisión de documentos y entrevistas semiestructuradas.

Para el tercer capítulo se mostrará en un primer apartado el perfil de nuestro objeto de estudio, esto es la contextualización de las relaciones económicas que la industria gamer y el *streaming de videojuegos* encierran como estrategia empresarial, para que se muestren algunos esbozos sobre la transmisión de videojuegos en interacción con otros actores sociales. Después analizaremos el proceso de trabajo del *streamer* basado en las observaciones y entrevistas realizadas, apartado dividido en dos sub-apartados: el primero aborda el control sobre el proceso de trabajo del *streamer* y algunas reflexiones sobre el significado de jugar videojuegos como ocupación; el segundo sobre la construcción de identidades colectivas que los *streamers* hacen de su trabajo en articulación con otros espacios sociales.

Posteriormente cerramos la tesis con un apartado que incluye las reflexiones finales que sintetizan los hallazgos realizados en el capítulo tercero. Seguido a ello seguirá el apartado bibliográfico y como anexos los instrumentos utilizados para la construcción de información empírica.

Capítulo I: Perspectiva Analítica

El presente capítulo tiene como objetivo establecer la postura teórico-analítica que nos guiarán en el tratamiento de nuestro problema de investigación. Para ello se revisaron aspectos teóricos referentes al vínculo de la subjetividad en la relación estructura-acción, específicamente en cómo podemos entender de forma satisfactoria la construcción de identidades colectivas teniendo como escenario interacciones en Internet. Consideramos algunas dimensiones que forman parte del ámbito de relaciones en el trabajo y que, en su articulación concreta, intervienen en nuestro problema de investigación: al considerar al Trabajo revisamos teorías tales como el trabajo estético, emocional, sobre el control del proceso de trabajo y resistencia, y, finalmente, al concepto de Trabajo no Clásico; como primera dimensión nos referimos a la juventud en términos de sentido en el ámbito laboral; la segunda se refiere al género y experiencia laboral para encaminar a afinar de mejor manera los matices en que el control y la resistencia puedan aparecer; por último, la tercera dimensión del trabajo considerado en nuestro problema se encuentra el del sentido de lo lúdico, el deporte y el ocio. Para cumplir este cometido, se recuperaron brevemente discusiones teóricas, que fueron revisadas y se consideraron pertinentes integrar para perfilar y afinar la ruta teórica que permita construir los conceptos ordenadores, mismo que nos permitirán comprender cómo estas dimensiones sociales intervienen en la constitución de identidades respecto al trabajo basado en videojuegos.

1.1.- Subjetividad e identidad

Este apartado tiene por objetivo dimensionar los ámbitos sociales que están ligadas a nuestro problema partiendo de algunos conceptos ordenadores que hemos seleccionado para cada uno de ellos, tomando en consideración, claro, que no son definitivas y solo son propuestas de guías indagatorias abiertas al descubrimiento durante el proceso de investigación. Partimos desde la idea de que la conformación de **identidades con el trabajo**, lo mismo con el proceso de trabajo en sí, no sucede únicamente desde el ámbito laboral, sino que resulta de la articulación de experiencias sociales que, en primera instancia pareciera no tener relación. Entonces, cuando pensamos en control en el proceso de trabajo y construcción de

identidades colectiva tomaremos en cuenta experiencias familiares, de género, laborales, el *gaming* y en la relación a través del ciberespacio. Cada una de estas experiencias involucra estructuras, interacciones y procesos de significación, siendo su articulación concreta lo que nos dará elementos en la exploración de los elementos involucrados en el proceso de trabajo en los streamers de videojuegos.

1.1.1.- Algunos apuntes en torno a la identidad

Los estudios sobre identidad generalmente ponen mayor atención al sentido colectivo, donde la contienda política y sus consecuencias forman parte su núcleo. Lo anterior conduce a que de manera recurrente se considere a la dimensión política como independiente y aislado de otras que pueden estar articuladas (Mercado y Hernández, 2010). Con lo anterior en cuenta, consideramos que la investigación en el campo de los videojuegos, como parte del desarrollo de las TIC's, implica “una reflexión sobre el papel que la tecnología está jugando en la creación de una sensibilidad social y cultural” (Turkle, 1995, p. 22), dejado de lado la visión monista de lo identitario colectivo como únicamente político. Sin embargo, como se ha señalado antes, vemos que, incluso de forma esporádica, en todos los campos de interacción social es posible la configuración o reforzamiento de identidades cuyo elemento político no está presente, aunque no se niega la presencia de relaciones cruzadas por el poder. Mercado y Hernández (2010), al hacer un balance sobre las condiciones de las investigaciones sobre la identidad distinguen dos principales momentos: el primero de ellos, las primeras de su tipo, retomaban atributos como características de fenotipo, psicológicas, o demográficas que compartían una serie de individuos, y que, por ese hecho, forman una colectividad, esto suponía bastante esquemático; el segundo momento, el de investigaciones contemporáneas, promueven, a diferencia de las primeras, la noción de la construcción social de la identidad en el que toda colectividad se convierte en un artefacto social, es decir, en una entidad modelada de acuerdo con principios culturales y los centros de poder. Posteriormente fijaremos nuestra postura respecto a este postulado.

Como primera noción de identidad revisada se encuentran la propuesta de Alain Touraine (1973) quien supone la existencia de un principio identitario en el que el sujeto posee una definición de sí mismo que lo diferencia de los otros en el espacio de un conflicto

en el cual se encuentra en constante tensión. Este principio de identidad se presenta como algo más que un grupo o una categoría, donde que los actores tienen conciencia de ser ellos mismos en lucha contra un adversario en común. Sin embargo, se sabe que es importante considerar la conciencia del sujeto, uno que se encuentra en definición constante en una multitud donde no necesariamente el núcleo definitorio de la identidad se encuentra en el enfoque del encuentro de fuerzas con un adversario en común, o bien que éstas siempre sean macro sociales.

En otra noción, la identidad es referida por Sciolla (1983) como características comunes de los miembros de un grupo que se diferencia de otro, sin aludir a sus propias diferencias; conllevando a una homogenización de lo heterogéneo, señalaría, entonces, que “el individuo se reconoce a sí mismo sólo reconociéndose en el otro”. Sciolla considera tres dimensiones más relevantes de la identidad: la *locativa* (en el sentido de que a través de ella el individuo se sitúa dentro de un campo -simbólico- donde situarse), la *selectiva* (donde se ordenan preferencias y optan por algunas diferenciando o descartando) y la *integrativa* (el individuo dispone de un marco interpretativo que permite entrelazar experiencias pasadas, presentes y futuras en la unidad de una biografía). (Sciolla, 1983: 22). Empero, la identidad no es una propiedad intrínseca del sujeto, sino que tiene un carácter intersubjetivo y relacional de acuerdo con una configuración simbólica, significa del resultado de un proceso, en el sentido de que surge y se desarrolla de acuerdo con la interacción cotidiana con los otros.

A partir de una postura posestructuralista, Gilles Deleuze y Félix Guattari (2002: 213-237), por su cuenta, plantean tres segmentaridades diferenciadas que convergen en la construcción de la identidad. La primera de ellas, la “segmentaridad lineal”, hace referencia a las trayectorias de vida (pero no es tanto lineal sino discontinua). La segunda segmentaridad, la circular, se refiere a los entornos a los que los sujetos tienen acceso. Éstos están en continua expansión, ya que su naturaleza es dimensional y acumulativa. La peculiaridad reside en que cada una de esas capas está formada por redes de relaciones con características distintivas y distintas. De esta forma, el sujeto desarrolla identidades complementarias, al tiempo que contradictorias. La tercera segmentaridad, la binaria, corresponde a la distinción y separación del sujeto respecto al otro. Estas tres segmentaciones, aunque articuladas, ignoran elementos importantes en la interacción

cotidiana, la influencia en las estructuras o bien las ignora en un planteamiento holista. El problema en su planteamiento es que al considerar estas segmentaridades, que definen características en tanto condición de los individuos, ignoran la parte de la consciencia de ellos volviendo a la subjetividad un elemento incognoscible.

Regresando a la perspectiva constructivista que se había indicado en líneas anteriores, pero que no suscribimos en su totalidad, se encuentran los planteamientos de Gilberto Giménez (1992) quien considera que la teoría de la identidad forma parte de una más grande: la del actor social. Planteamiento proveniente de Moscovici y las “representaciones sociales”, quien señala que la reflexión social no puede dissociarse su reflexión de lo que se ha llamado “el retorno del sujeto”, postura que surge en reacción a las perspectivas estructuralistas cuya explicación se basaba en la determinación de las causas sociales. Se señala que la identidad constituye la dimensión subjetiva de los actores sociales en una constante tensión entre la constrictión determinista y libre albedrío, es decir, como “como un atributo subjetivo relativamente autónomo, comprometido en procesos de interacción o de comunicación” (Giménez, 1992: 187). Lo anterior no debe confundirse con personalidad o carácter social que suponen el punto de vista objetivo del observador externo o del investigador. Es entonces, señala Giménez, que ante una heterogeneidad y posibles contradicciones, la identidad individual puede ser vista como una opción y una construcción del sujeto, pues la subjetividad ya no dispone de una base coherente y unitaria. Lo anterior podría significar el problema de la consciencia del sujeto a preguntarnos si aquí es considerado como un actor racional que podrían tomar decisiones a partir de la búsqueda del máximo beneficio pues es considerada en esta perspectiva que éstas pasan por la identidad y que son escogidas opciones de acción en función de ésta.

Con la síntesis de las posturas anteriores, retomamos lo que De la Garza (2010) señala como consideraciones insatisfactorias para la investigación vinculado al problema de la identidad que son las siguientes: la primera, la estructuralista situacionista y holista, que supone que la situación en las estructuras determina subjetividades y formas de acción, además de que la sociedad se impone al individuo y éste adopta las subjetividades de la sociedad; la segunda, la del actor racional que niega la pertinencia de las estructuras, que supone a la sociedad reductible a los individuos, individuos estratégicos, sin raigambres

culturales, que actúan movidos por el máximo beneficio en jugadas sucesivas.

Las subjetividades e identidades, a diferencia de lo anterior, pueden cambiar en función de procesos donde la acción o transformación en términos de las experiencias cotidianas o de lo micro -tomando en consideración que una práctica social es siempre significativa- pueden existir, por lo que no resulta eficiente considerar que las prácticas, en sí mismas, generen subjetividades a través de la sensación empírica; en parte son constituidas de forma social. Esto otorga una capacidad individual o grupal de construcción de configuraciones significantes alternativas que, a diferencia de las prácticas rutinarias, es a partir de nuevas experiencias significantes que permiten explicar tales procesos sujetos a cambios y modificaciones. La transformación, a pequeña o gran escala, puede conducir a la transformación de la identidad, suceso que puede implicar reforzamiento con nuevos vínculos, así como de su desintegración (De la Garza, 2000).

De este modo, consideramos que la identidad será vista como “un repertorio simbólico que sobre la base de procesos de identificación/diferenciación delimita fronteras poniendo en juego una determinada configuración en donde pueden intervenir actores, procesos, estructuras, valores, conocimientos, sentimientos, estética y formas específicas de razonamiento, entre otras” (De la Garza, s/f). Lo veremos como un elemento específico de la subjetividad en tanto sentido de pertenencia, con sus signos compartidos, su memoria colectiva, mitos fundacionales, lenguaje, modelos de comportamiento y, en niveles superiores -como enuncian los que centran su atención a lo político-, sus proyectos y enemigos comunes; esa identidad, como la subjetividad, puede reconocer niveles desde los más ambiguos hasta los más específicos (De la Garza, 2000).

Por tanto, la identidad será visto en esta investigación como un curso de constituir códigos simbólicos expresable en signos que puede relacionarse a cualquier interacción humana donde la moneda de cambio es la subjetividad como mediadora entre las estructuras y la acción social que refieren al ámbito en el cual el sujeto se encuentra. Por ejemplo, el trabajo, los videojuegos y la interacción en Internet. Con ello, los procesos de construcción de identidades colectivas en las experiencias históricas han tenido que ver con procesos de las diferencias y heterogeneidades crecientes en la clase obrera en las que no necesariamente ha existido homogeneidad ni integración (De la Garza, Gayosso y Moreno, 2010).

1.1.2.- La identidad en “red”

Cuando reflexionamos sobre este proceso identitario que puede partir de las interacciones en Internet, es importante recuperar lo que se ha dicho al respecto. En la obra “La era de la Información”, Manuel Castells (1999) desentraña algunos elementos de la comunicación simbólica, la relación entre sujetos y naturaleza con un enfoque dual entre producción y consumo intersecado por elementos como la experiencia y el poder, para así entender espacios específicos de cultura e identidades colectiva. Esta comunicación, señala Castells, en tiempos donde las redes sociales se conforman de acuerdo al nivel de interacción a través de las TIC’s, sin duda alguna puede pasar de un plano de interacción física (cara-cara), a ser ahora una interacción que escapa del plano físico (monito-monitor)¹⁰, con una carga simbólica particular debido a que es necesario un conocimiento anterior para comprender lo que ahí se expresa (frases, imágenes, sonidos, conceptos) concernientes a ese medio a lo que nos referiremos como una “Identidad-Red”. Puesto que “como seres humanos cada vez más entrelazados con la tecnología y con los demás a través de la tecnología, las viejas distinciones entre lo que es más específicamente humano y específicamente tecnológico se hacen más complejas” (Turkle, 1995: 21).

En psicología social se habla ya sobre el fenómeno de conformación de identidad en Internet, ligados a las situaciones de anonimato y grupo, especialmente en contextos de masa o muchedumbre. Indican que la implantación progresiva de las TIC’s en la sociedad está haciendo que, cada vez más, se faciliten un mayor número de servicios mediante el ordenador. Algunos de estos servicios virtuales (chat, correo electrónico, foros, etc.), posibilitan que sus usuarios participen de forma multitudinaria y anónima (Moral, 2004). Esto ha suscitado el interés por investigar este nuevo contexto de interacción social, donde pueden ponerse de manifiesto conductas de des-individuación en Psicología Social y de Identidad en Sociología.

Sin embargo debemos detenernos un poco aquí pues, ante la especificidad empírica

¹⁰Existe una discusión sobre la dislocación espaciotemporal y consiguiente representación “espectral” del sujeto en la red, “telepresencia”, generando la posibilidad de hacerse cada vez menos presente, incitando a repartirse y diseminarse por el medio virtual (Quéau, 1995).

de nuestro objeto, debemos pensar en la penetración efectiva de las TIC's en Latinoamérica, en especial en México. Esto porque al aceptar la tesis de la transformación progresiva de la subjetividad, construcción de identidades sin tomar en cuenta esta consideración, nos conduciría a un determinismo evolucionista que acepta la condición de igualdad de acceso a estas tecnologías teniendo resultados similares en todos los contextos regionales. Por ejemplo, para el año 2016 el INEGI reportó que el 57.4 por ciento de la población del país se declaró usuaria de Internet, por otro lado, la Organización Mundial de Telecomunicaciones (ITU) señala que, por ejemplo, el 97 por ciento de la población de Alemania tiene acceso a esta tecnología en 2017. Entonces, cabe preguntarnos si esta diferencia estructural latente en esta transformación de subjetividad, ese señalamiento lo mantendremos en cuenta a lo largo de esta investigación.

Volviendo a la discusión de la identidad y la red, podemos encontrar desde los noventas, ya se comenzaba a considerar que la realidad social contemporánea demanda cada vez más de transformaciones que posibiliten el acercamiento entre ellos en tiempo y espacio al momento de interactuar. El ejemplo se encuentra en Rheingold (1993), quien consideró que las relaciones sociales que se establecen en estos nuevos entornos, que se generan ante esta necesidad, se materializan en Internet como medio propicio para este proceso provocando la virtualización de la(s) identidad(es), así como la configuración de comunidades virtuales, organizadas alrededor de una temática o actividad concreta; compartiendo información, opiniones y recursos a través de una plataforma *on-line*.

Así pues, en las interacciones generadas a través de Internet, y desde una perspectiva del interaccionismo simbólico, se consideró que la visibilización de aspectos de su yo (*self*), es un elemento importante para la construcción de una identidad; los aspectos importantes, extraordinarios o las cosas que no suelen decirse o expresarse con facilidad a los demás (*true self*) (Turkle, 1997). En cambio, a esto contribuyen las tecnologías mediáticas generando productos culturales, donde las identidades individuales y colectivas son negociadas dentro y fuera de la red que suscitan a una comunicación masiva (Peterson y Wilson, 2002)

Para complementar esta idea, recuperamos que la identidad en el ciberespacio no tiene una característica monolítica, sino que tiene un carácter mutable pues:

se difunde, pero no se transmite de forma directa, puesto que siempre se produce una negociación entre las audiencias y los contenidos emitidos, en la que intervienen matrices culturales, cognitivas, económicas (que influyen en la determinación de los significados que las personas le atribuyen a lo que ven, leen y oyen en los medios), dando lugar a diversas de asimilación e interpretación (García y Núñez, 2008: 44).

De esta manera, la identidad mediada por la red permite el mantenimiento del yo social en un continuo quehacer identitario que se va conformando de acuerdo a las interacciones sostenidas en Internet creadora y deuda de cultura compartida entre una gran diversidad de pantallas, que en conjunto, dejan de ser fragmentarias, como un ensamblaje, donde el sujeto ordena sus percepciones del mundo de Internet configurando una red de culturas-mosaico donde no existe una idea en general pero si muchas ideas importantes que son compartidas de forma simultánea (García y Núñez, 2008).

Por otro lado, el de los estudios del lenguaje, consideran que la emergencia de la narrativa hipertextual trata dar otro tipo de explicación a estas mutaciones que puede definirse a partir de “la no linealidad o la linealidad múltiple, la diversidad de voces y la inevitable mezcla de medios y modos, en particular su tendencia a emparejar lo visual y lo verbal” (Landow, 1995, p. 133). La presencia de una constelación de imágenes, fragmentos de texto, estímulos sensoriales daría posibilidad de una identidad dentro de todo lo fragmentario ya que:

Podría ser que la identidad haya adquirido la forma del hipertexto, y que se presente como una linealidad multiforme, que puede transitar entre una serie de nodos y vínculos, que permite secuencias diversas de lectura, percepción y acción; y que, además, implica una confluencia de temporalidades al modo de un enredo, de flujos y contraflujos, en los que se entremezclan elementos de muy diversa naturaleza (Cabra, 2010:173)

Lo anterior abonaría a la perspectiva que defiende la construcción de identidades en contra de la postura de la fragmentación. Es posible que, atendiendo a una mejor revisión teórica, podamos relacionar de forma más elaborada y coherente la influencia del hipertexto, como elemento narrativo signficante, y la red, como espacio de intercambio, como un elemento a añadir en la reflexión de la constitución de identidades. A pesar de que “el hipertexto desestabiliza la noción misma de centro y sólo le otorga el cambiante foco de la atención al usuario” (Landow, 1995, p. 230), consideramos que la idea de usuario como sujeto no implica una individuación que cierre a la constitución de conjuntos de relación entre

los sujetos y que construyan identidades.

De acuerdo con este orden de ideas, la recuperación de este tipo de propuestas, como la de los estudios narrativos, supone entregarse por completo a la tesis de que es el texto, su significación y su intercambio, lo central para poder comprender este proceso de construcción de identidad. Sin embargo, nos encontramos con los problemas que presenta el giro lingüístico en el campo de la epistemología el cual establece un supuesto general de que los sujetos están supeditados a la estructura colocando al texto como algo más importante que los sujetos y, por tanto, de sus prácticas (Moebius, 2012).

Para abordar la identidad y el trabajo, es necesario el desapego a las nociones tradicionales de constitución de identidad. Es así como es prudente considerar una forma ampliada de cómo abordar la identidad y el trabajo. Dicha ampliación implica que puede existir también eficiencia identitaria también en situaciones donde el internet interseca las relaciones sociales como el trabajo. La constitución de un sujeto laboral ampliado implica también la propia relación laboral con en el cliente y sus demandas; en tiempos y territorios no laborales, así como sus experiencias laborales con otros ámbitos sociales como la familia, el barrio o el consumo (De la Garza, 2010). De este modo consideramos pertinente utilizar el concepto ordenador de “Configuración Identitaria e Internet”.

1.2- Trabajo

En estas primeras líneas se busca trazar un camino conceptual que permita comprender las peculiaridades que el trabajo del streaming contiene. Para encaminarnos a lo largo de este apartado, es necesario tomar una postura sobre de qué manera consideramos a nuestro objeto un trabajo. Para lograr este cometido, partiremos de dos posturas respecto a la comprensión de una actividad como trabajo: tenemos en primer lugar la concepción hermenéutica del trabajo (Berguer, 1958) en el cual se considera a éste como una construcción cultural y de acuerdo con relaciones de poder, suponiendo así la no existencia de un carácter objetivo; por otro lado, está la postura objetivista que sitúa al trabajo como “la actividad que transforma conscientemente a la naturaleza y al hombre mismo, independientemente de cómo sea valorado por la sociedad; sería el medio de creación de la

riqueza material o inmaterial y de circularla”. Con lo anterior se debe recuperar el planteamiento de que el trabajo tiene componentes objetivos y que puede tener a su vez, diferentes valoraciones sociales (De la Garza, 1999: 2). Veremos a continuación esta relación entre valoración social y elementos objetivos que en su conjunto sitúan al streaming de videojuegos como un trabajo.

1.2.1.- Trabajo en los servicios interactivos: organización y calificación del trabajo

Para iniciar la definición de trabajo en los servicios es imprescindible partir de la abstracción de que todos los trabajos tienen una interacción con materiales, información o gente, y que, al menos de forma somera, los servicios pueden situarse abarcar algunas de ellas. Con ello, asociamos a esta actividad estrechamente vinculado al sector de los servicios, los cuales pueden ser entendidos a los que en su núcleo central se encuentran la creación de símbolos objetivados: puede haber interactivos con intercambio de significados y los que se centran solamente en la producción de estos símbolos (De la Garza, 2010). Tenemos, por ejemplo, el trabajo donde el contacto no es tan directo como “*back of house*” o los “*back office*” (Korczynski y MacDonald, 2009). Sin embargo, nuestro interés radica en el trabajo donde la interacción con el usuario es central. Existe una distinción entre los servicios como intangibles, perecederos, o de producción simultánea al consumo. En el intento de tener una visión más amplia de la organización del trabajo se sugiere plantear una triada entre cliente¹¹-trabajador-gerente, y en algunos casos a más actores que no necesariamente son laborales pero que pueden estar involucrados en el proceso de trabajo. Si se hace eso, será necesario repensar el núcleo de la sociología del trabajo en sus conceptos como conflicto, resistencia, control, y, probablemente, la implicación con clase, elementos que serán abordados a lo largo de esta sección.

En una primera categorización de este tipo de trabajo, Leidner (1993), habla de tres tipos de trabajo en los servicios: el primero relacionado con un débil grado de inseparabilidad tal que el servicio de interacción es traído un poco con el objeto que es vendido (comida rápida,

¹¹ No consideramos de forma reduccionista al espectador como cliente, sino que la categorización es meramente analítica.

por ejemplo); el segundo referido donde el producto existe fuera de la interacción, pero un tipo particular de experiencia es una parte importante del servicio (en la aerolínea se paga por el asiento y el transporte, y por otro lado también se paga por el buen trato y la experiencia del vuelo); por último están en los que la interacción es inseparable del producto vendido o entregado o parte de un espectáculo de entretenimiento como en el caso de los streamers de videojuegos.

Ahora, cuando nos acercamos a las diferentes formas de organización del trabajo en el marco de la reestructuración productiva, nos lleva a considerar una diversificación en las cuales la producción de bienes de consumo es evidente y en el que nuestro objeto tiene lugar. Una primera pregunta que aquí se nos presenta al pensar esta relación, está referida pensar de qué manera esta actividad podría relacionarse con algún modelo de productivo o forma de organización del trabajo. Novick (1999) considera una construcción social, histórica, modificable y cambiante en el cual se trata de un conjunto aspectos técnicos y sociales que están presentes en la producción y por lo que la organización del proceso de trabajo está de acuerdo con normas y reglas que ejercen poder.

Pareciera que a primera vista este ejercicio para este caso resulta fútil, sin embargo, la organización del trabajo en el Streamer supone la convergencia de diferentes actividades que determinan su producción, que en este caso sería la de interacción con el cliente y de transmisión de contenido susceptible de ser monetizado. La construcción social histórica contemporánea es la referida a una sociedad, al menos a los sectores que tienen acceso a internet, a la de una sociedad informatizada que con la introducción de cada vez más dispositivos que facilitan la interacción en el ciberespacio supone un cambio constante en las modalidades de intercambio comercial, producción, distribución e interacciones.

Novick (1999) aborda el asunto de la productividad aduciendo que la noción clásica de ésta está siendo sumamente criticada y respecto a ello plantea que

las nuevas formas de organización de las empresas y de sus procesos de trabajo indican que la competitividad de estas depende no sólo de los costos de factores como capital y trabajo sino de las relaciones sociales que se establecen dentro de las firmas y de éstas con su entorno (137).

Se señala que las articulaciones entre productividad y relaciones laborales se basan en la introducción más o menos extensiva de criterios centrados en la flexibilidad, ya sea la externa o interna, con eje en la organización del trabajo.

Al considerar las relaciones laborales en torno al trabajo en Internet, tomando en consideración que la interacción mediada por los videojuegos, lo que complejiza el fenómeno es la presencia de la interacción cara a cara o en el monitor-monitor, el manejo de hardware y software, y la interacción con los espectadores al reflexionarlo como un servicio interactivo de producción simbólica resulta que la experiencia es central. La flexibilidad, organización del trabajo y la regulación que estos pueden tener que se plantea en el sector servicios nos conduce a reflexionar sobre algunas especificidades del control del proceso de trabajo en nuestro objeto. Veremos a continuación que este tipo de regulaciones dentro de procesos flexibilizados y la organización del proceso de trabajo puede especificarse en términos emocionales o estéticos y que en el momento de la interacción pueden diferenciarse por cuestiones de condición etaria o de género.

1.2.2.- Trabajo emocional, notas y comentarios

Desde la publicación de *The Managed Heart* de Hochschild (1983), surgió un gran número de estudios vinculados a la cuestión emocional al proceso de trabajo. Desde profesores, meseros, terapeutas, enfermeras, entre otros casos, que se mantienen en el tono teórico que su autora elaboró. Este impacto surge a partir de la sugerencia de que el costo humano que requiere el trabajo emocional puede tener el mismo impacto que el trabajo físico y mental, pues el trabajador puede ser alienado de un aspecto de su self para desempeñar dicha actividad. Así pues, Hochschild define al trabajo emocional como “La gestión del sentimiento para crear una exposición facial y corporal públicamente observable (...) se vende por un salario y por lo tanto tiene *valor de cambio* (1983: 7, cursivas propias).

Con lo anterior citado, la autora nos presenta dos dimensiones de control: el primero referido al imperativo *el cliente siempre tiene la razón* ya que se le demanda al trabajador mayor igualdad o empatía emocional con el cliente; y el segundo referido a la imposición a los trabajadores de reglas de sentimientos codificadas para así garantizar la entrega de la

calidad requerida de servicio al cliente. Estas reglas dictan la forma, el contenido y la adecuación de las demostraciones emocionales, separando así a los trabajadores del diseño y control del proceso laboral (Hochschild, 1983).

La gerencia de igual modo procura que las emociones inducidas por ésta penetren de forma profunda en el trabajador y así evitar una *disonancia emocional* que refiere a la tensión de mantener en constante forcejeo las emociones regulares con las que deben fingirse para ejecutar el trabajo. Así pues, la respuesta de los trabajadores, según Hochschild es mantener estos dos tipos de emociones ya sea “cambiando lo que sentimos o cambiando lo que fingimos” (1983:90) a lo que llama *acción profunda* que no es sino el resultado de mantener un espacio cómodo por el self de los trabajadores y no recibir los efectos de la disonancia emocional. Sin embargo, esto significa, a largo plazo, la supresión del self real, haciendo así más profunda la subordinación del individuo a la mercantilización.

Subyacente a este proceso encontramos su *teoría social de las emociones* cuyo centro de atención es conocer cómo la construcción de la interacción social con fines de lucro influye en la personalidad del sujeto; en la cual se consideran dimensiones sociales y psicológicas. Hochschild afirma que “manejar el sentimiento es esforzarse conscientemente por alterar un estado emocional preexistente que es indicativo de un *yo* dado” (1983: 101). Sin embargo, esta noción de un *yo* dado psicológico hace poco para articular su relación con la dimensión socialmente construida de la emoción. Para ello, vuelve a la noción de Freud de la función de señal de la emoción, en la que mensajes como la ansiedad, el deleite, la esperanza y la desesperación señalan al individuo que existe la presencia de peligro, placer y así sucesivamente desde dentro o fuera del individuo. La función de señal alcanza la integración de las dimensiones sociales y psicológicas al ser una manifestación del *yo* innato que está profundamente supeditada a expectativas sociales previamente construidas (Brooks, 2009).

Cabe señalar que Hochschild explora la experiencia del trabajo emocional principalmente a través de la lente conceptual individualizada de su distinción entre la superficie de los individuos y la acción profunda y la "transmutación de los sentimientos" (Bolton, 2005).

La crítica política de Hochschild se basa en la teoría de la alienación de Marx, y muchos de sus críticos la asumen como absolutista al momento de su condena de la alienación que los trabajadores sufren al momento de que mercantiliza sus emociones (Brooks, 2009). En cambio, autores como Korczynski (2002) sugieren que las interacciones en los servicios suponen dos canales: la primera que potencialmente son satisfactorias como también angustiosas para el trabajador. De este modo, se rechaza que las emociones en las experiencias de trabajo son intrínsecamente alienantes, de hecho, hay un creciente movimiento que mira hacia el rechazo del “trabajo emocional” como categoría significativa para el trabajo (Bolton, 2005), en el supuesto de que no todas las emociones son mercantilizadas en el proceso de trabajo y que la aplicación de la alienación planteada por Hochschild supondría a trabajadores impotentes (Brook, 2009). Sin embargo, la combinación de la sub teorización y las brechas teóricas que surgen a partir de su análisis de la alienación marxista sobre los trabajadores emocionales genera debilidades en su tesis general que la dejan abierta a críticas más válidas que las afirmaciones partidistas del absolutismo. En particular, Hochschild es criticada por su tendencia a dicotomizar la distinción entre el yo privado y el yo público mercantilizado; y por sobreestimar el grado de propiedad y control gerencial de las emociones de los trabajadores como consecuencia de lo cual presenta a los trabajadores de primera línea como "actores alejados" (Bolton, 2005; Brooks, 2009)

Sin embargo, este planteamiento carece de un análisis de clase explícito socavando así su argumento de las resistencias individual y colectiva. El análisis resulta dialécticamente débil al no tener la potencia suficiente para captar la complejidad y el potencial contradictorio de las dimensiones del proceso de trabajo (Brook, 2009). El papel de la clase social está referida al cliente. En respuesta a la tesis planteada por el trabajo emocional, la tesis en crecimiento planteada por Bolton (2005) de “management emocional” en las organizaciones que supone que los trabajadores ejercen, con un grado significativo de libertad, las emociones de su elección en relación con el limitado rango de emociones que pueden ser mercantilizadas. Con ello, se experimenta el trabajo sin el grado totalizador de la alienación. Sin embargo, la propuesta de Hochschild es sin duda una tesis que “claramente politiza la comprensión de la emoción en el trabajo” (Fineman, 2005).

Esta suposición nos conduce a preguntar de qué manera podemos pensar las relaciones streamer-espectador donde muchas de sus interacciones son pautas deseables por la gerencia de la empresa pueda indicar establecer un intercambio esperado. Por el otro lado, elaboraciones teóricas posteriores que pueden ser consideradas extensiones del trabajo emocional, tal como el de “Trabajo estético” (Witz et al, 2003), amplía el espectro de la mercantilización del trabajo en los servicios tomando en consideración aspectos como la sexualización como *despliegue*, y que próximamente revisaremos en el siguiente apartado.

1.2.3.- Trabajo estético: notas y comentarios

Si enfocamos la lente de atención al enfoque del trabajo emocional, vemos que las premisas centrales del trabajo estético cuya obra clave está en “Bodies at work” (Wolkowitz, 2006), es la necesidad de complementar el cuerpo constituido por el “giro cultural” de la sociología con una imagen más completa de la materialidad continua de la actividad laboral, incluyendo las muchas maneras en que la salud y la seguridad de los trabajadores contribuyen a su experiencia como actores sociales *embodied/encarnado/acuerpado*.

En la misma obra, se le critica a Foucault reducir el cuerpo al discurso “solo la textualidad de ella”. Esta crítica responde a la postura foucaultiana que sugiere revisar el texto como una materialidad, sin embargo, podría considerarse una especie de relativismo. La resistencia, para Foucault, termina en otro sometimiento. Esto, a nuestro parecer, es una exageración pues significaría reducir la interpretación al contenido que el texto pueda otorgar. Por otro lado, a Bourdieu se le critica que al habitus, uno de sus conceptos centrales en su pensamiento, le falta reflexividad. Lo anterior es a causa de que no sólo se implican cuerpo, sino también a un *self* (lo llama así por el inglés, pero se refiere a subjetividad). Hay una negociación de los cuerpos. Al final adopta el del cuerpo social, esto es su acción tiene sentido. Pero ¿puede reducirse a una unión cuerpo-mente? Para escapar del biologicismo, Wolkowitz propone la idea de la existencia de un “cuerpo vivido”.

Para salir de esta ambigüedad en la definición del papel del cuerpo en el conjunto de interacciones sociales, Bourdieu da una solución al proponer el concepto de “cuerpo social”, pero es algo confuso; lo mismo sucede con la micro política del cuerpo foucaultiano. A la

sociología de los cuerpos le falta la subjetividad, entonces lleva preguntarnos de nueva cuenta sobre cómo se construyen los significados, si las emociones son parte del cuerpo o si basta hablar de ello para incluir todo lo anterior.

Por otro lado, Warhurst y Nickson (2003), quienes emplean conceptos del pensamiento de Bourdieu. por medio del estudio del hotel Elba, exploran la forma en que el trabajo acuerpado/encarnado/personificado está actualmente siendo producido y valorizado en la percepción estética de trabajos interactivos en los servicios. Pero no únicamente esto sucede en la interacción, sino también encontramos una racionalización de los elementos de un espacio y de los cuerpos, son elementos vitales en la producción o materialización de lo estético en una organización de servicios y particularmente del “estilo” de la experiencia del servicio o consumo por parte del cliente. Nos lleva a preguntarnos, entonces, de qué manera esto se encuentra presente en la organización del espacio de un streamer o, si bien se busca desde la gerencia una “estilización” que sea acorde con la experiencia que desean los usuarios obtengan al mirar una transmisión, además de una estilización en las pautas de interacción y producción de los contenidos generados.

Un primer interés por la estilización del puesto de trabajo proviene de la sexualización y el género. Sin embargo, cabe señalar que no solo el cuerpo femenino se mercantiliza en la gestión de lo estético sexualizado y de género. Para cimentar el piso teórico de esta propuesta, se retoma los postulados de Goffman y Bourdieu para conceptualizar lo estético como trabajo encarnado. (Anne, Warhurst, & Dennis, 2003). Posteriormente, se interesan por ver a lo estético **de la** organización, **en** la organización y **como** organización. Usan el concepto de cultura material y desarrollan un análisis del trabajo estético como componente “animado” de la organización estética que complementa la escenografía “inanimada”. Si Hochschild dice que la definición central del trabajo emocional es “la gestión del sentimiento para crear una publicidad observable en un despliegue facial y corporal”, en efecto el despliegue corporal y facial son elementos cruciales para el performance del trabajo emocional. Considera que desde la antinomia entre acto superficial y profundo, intentar proveer de una teoría más sustancial que la ofrecida por teóricos como Goffman. La crítica que ella le hace a este autor es que él, en principio, primigenia a la acción superficial más que los sentimientos

internos ya que “el cuerpo es usado para mostrar sentimientos” (Anne, Warhurst, & Dennis, 2003).

Existe una perspectiva que relaciona al trabajo estético con relaciones encarnadas/embodyed/acuerpadas nutridas a partir de Bourdieu (1984) que considera a esta actividad como movilización, desarrollo y mercantilización de disposiciones encarnadas. Tales disposiciones, en forma de capacidades encarnadas y atributos, son hasta cierto punto poseídos por los trabajadores en el punto de entrada del trabajo, en el cual pasan también por un proceso de reclutamiento, selección y entrenamiento, transformándolos en habilidades las cuales son orientadas para producir un “estilo” del servicio de interacción que apela a la sensibilidad del cliente. (Warhurst et al., 2000).

La materialización de lo estético acuerpado implica la estilización de componentes inanimados y animados de la escenografía. El trabajador estético es una figura en esta escenografía estética para la experiencia de la organización por parte del cliente. Existe, pues, un proceso en el cual se pasa de trabajador acuerpado a uno estético, “ya que no se trata de lo que ellos son, sino como ellos pueden ser que proporciona la base del programa de inducción que los empleados sufren una vez que han sido seleccionado”.

Del mismo modo, da referencias al control y resistencia a este tipo de organización estetizada del trabajo, donde el carácter sexual juega un papel importante pues “de alguna manera, la interacción sexual en el empleo es una forma de resistencia para intentar reapropiarse del tiempo y minar el control managerial” (Warhurst, 2009)

Entonces, si la interacción sexualizada es una forma de resistencia, ¿de qué manera podemos considerarla también como parte de mecanismos de control en el proceso de trabajo?, esto en el entendido de que puede existir disposiciones explícitas desde la gerencia que prohíban ese tipo de comportamiento, no solo entre trabajadores, sino entre el trabajador y el cliente. Esto referido a que, si en el streaming de videojuegos se han señalado prácticas en las cuales se limita mostrar contenido explícitamente sexual, este tipo de contenido es utilizado también para ejercer control.

Bourdieu propone el concepto de disposiciones acuerpadas. Si todos estamos equipados con habitus (sistema socialmente constituido de disposiciones cognitivas,

emocionales y acuerpadas que garantizan la correcta practica y sus consistencias a través del tiempo), este sentido práctico permite que nuestro compromiso continuo con lo social a una alineación con las demandas de la sociedad sea una participación cuasi-corporal en el mundo. Aseguran que Bourdieu provee de una teoría fenomenológica fundamentada de un actor acuerpado, insistiendo que la relación del cuerpo es una dimensión fundamental del habitus.

Cuando penetramos aún más, vemos que el pensador francés desarrolla su análisis en la relación con el cuerpo con la materialización de las prácticas de clase; capital físico. Modos de acuerpamiento y su capital físico son significantes de un habitus de clases, género o raza. Esta idea había sido desarrollada al nivel individual, lo colectivo se había dejado de lado, el concepto de trabajo estético trata de aportar a ver este postulado de forma colectiva, a través del performance acuerpado del trabajo interactivo, el capital físico de los empleados es valorizado y convertido en un capital económico por y para las organizaciones.

Si se realiza una analogía con el mundo de las computadoras, se puede considerar al hardware estético como lo referido a lo físico en el diseño y el software estético refiere a la organización del trabajo que comprende un rango de comportamientos. Pero también la imagen de los empleados puede ser considerado como hardware (Anne, Warhurst, & Dennis, 2003). Sin embargo, se realiza la crítica de que en la organización no puede haber un predominio de lo estético, pues lo primero debe privilegiar lo racional, mientras que lo segundo no responde necesariamente a razones fundamentales, por lo que sería una organización a que se le añade lo estético.

No sólo se valoriza el trabajo embodied sino también funciona para materializar lo estético en la organización. La cultura material (concepto de Gagliardi) sirve como marco de análisis para explorar el lado estético de la vida organizacional (Anne, Warhurst, & Dennis, 2003). Existe por tanto una diferenciación entre *in situ* (en el espacio físico) e *in visu* (en el ojo): “la primera vía consiste en escribir el código estético directamente para el lugar, con artefactos; el segundo consiste en educar el ojo al dotarla de esquemas de percepción y de gusto, modelos de visión” (Gagliardi, 1996:572). Relacionado a lo *in visu*, refiere el mismo autor que

“la escritura del código estético dentro del ojo. Con la experiencia *in situ* del cliente de la experiencia de la organización del servicio, el placer y satisfacción de éste depende crucialmente sobre gestionar ver cosas a través

de los ojos como ellos están diseñados para ser vistos y experimentados”
(Gagliardi, 1996:572).

En el tiempo en que tomamos una postura crítica, la idea de que la subjetividad parte del cuerpo parece algo forzada ya que niega la idea cartesiana de mente y cuerpo. No habla de construcción de significados. Estética no es posible reducirlo simplemente a lo referido a la belleza, sino que se debe considerar que ésta, en palabras de Marx, “lo estético, como relación peculiar entre el hombre y la realidad, se ha ido forjando histórica y socialmente en el proceso de transformación de la naturaleza y de creación de un mundo de objetos humanos” (Sánchez Vázquez, 2005: 21).

El problema del control no debe ser abordado únicamente desde la *disciplina*, pues el concepto foucaultiano tiene el problema de universalizar a partir de la textualidad expulsando de sus consideraciones puntos intermedios. De igual modo, aunque es importante considerar al cuerpo, no nos funciona como eje central para explicar el proceso de trabajo. Lo anterior refiere a que si el cuerpo es individualizado, la organización colectiva quedaría anulada. Limitaciones de lo acuerpado: Foucault habla de significados, pero orientado más sobre dominación que de resistencia, Bourdieu sobre disposiciones para la acción haciéndonos pensar que éstos son inconscientes faltándole el asunto de la reflexividad. Esto lleva a un oscurecimiento en las relaciones de trabajo capitalista.

Con lo expuesto en este breve apartado nos preguntamos ¿cabe una sociología del trabajo con cuerpos? También hay que preguntarse sobre si el cuerpo es en tanto objeto, medio o proceso de trabajo. Es difícil hablar de cuerpos colectivos, pues este es individual en principio. Desde la sociología, nuestro interés se encuentra los sujetos sociales y pues si los negamos, adoptaríamos en un individualismo metodológico. Reconocemos que no sólo se valoriza el trabajo acuerpado sino también el medio de materialización de lo estético, pero los cuerpos por sí mismos no. Al pensar en estas disposiciones podemos orientarnos a ciertas preguntas que puedan afinar la mira de nuestro análisis como ¿la empresa introduce una estética? podría pensarse que sí, pero no hay que ignorar los caminos de reivindicación del self, pues ambos son socialmente construidos. El trabajador aprecia una estética en la organización del trabajo, que tiene efecto en la productividad.

1.2.4.- Trabajo No Clásico

Sabemos que el surgimiento de los servicios modernos en el capitalismo contemporáneo abrió una brecha en las teorías y conceptos tradicionales sobre el Trabajo. Un primer problema fue la incorporación de estos servicios en la conceptualización y medición de las ocupaciones. Un segundo se encuentra principalmente en qué manera se presenta una “extensión” del proceso productiva al momento de que empresas terciarizan su producción en la manufactura al subcontratar servicios de diseño, ingeniería u otras que finalmente forman parte integral de la producción de un producto (De la Garza, 2011), y que además no necesariamente refieren a objetos materiales, sino también inmateriales, o bien, simbólicos. En tercer lugar, encontramos el problema de cómo considerar a la reproducción de la mano de obra en este marco laboral, es decir, ya no es posible considerar una relación fabril clásica en la producción, tampoco en la propia reproducción.

Encontramos que, en los casos de autoempleo, subcontratación u otras formas de empleo diferentes a una relación clásica de trabajo, momentos de la producción, alimentación, atención, entretenimiento, esparcimiento pueden traslaparse entre sí. Lo anterior nos remite a preguntarnos también de qué manera los momentos de trabajo y no trabajo se dan en el marco de relaciones sociales inmediatas o mediatas con componentes físicos y subjetivos, pues estos momentos y sus límites no son naturales, sino “dependen de las mismas concepciones sociales dominantes a ese respecto” (De la Garza, 2011: 19).

Los conceptos de informalidad, los cuales abordan al problema de esta modificación en la estructura de las ocupaciones y las relaciones productivas, resultan dualistas (considerar a un trabajo formal o no), al ignorar la heterogeneidad de las ocupaciones pues, generalmente, asumen una “suma de propiedades del trabajo visto como una cosa, propiedades definidas en términos de carencias o disminuciones, especialmente cuantitativas” (De la Garza, 2017: 58). Al desagregar las condicionantes para otorgar la condición de un trabajo a partir del cumplimiento de variables dentro de esta postura dicotómica sigue sin penetrar el asunto de las relaciones sociales de producción y de qué manera se puede dar el control sobre el proceso de trabajo. Y algo que es central que no considera es la incorporación de un tercer agente, en este caso el cliente, que implica una interacción entre trabajador y éste; además de la incorporación de otros actores no laborales que pueden intervenir en el proceso productivo.

Las posturas planteadas en líneas pasadas no profundizaron el tema de las relaciones sociales de producción o del significado de éstas. La alternativa para estudiar este tipo de trabajos provino desde el eje de las relaciones sociales de producción y consumo (De la Garza, 2011), pues las relaciones sociales que se dan en el proceso de trabajo son valorizadas por éste y no tanto por el salario en sí. La forma prototípica se encuentra en la idea de asalariados encubiertos como característica central del capitalismo contemporáneo (De la Garza, 2017), dándonos así un marco importante para buscar pistas sobre el contenido del trabajo en el streaming de videojuegos.

El debate también es con las teorías del fin del trabajo (Rifkin, Sennet, Baumann, Gortz, Negri), las cuales señalan que el desarrollo tecnológico tendrá como efecto la disminución de las ocupaciones colaborando en cerrar aún más las posibilidades de conformación de identidades amplias. Señalamiento que será criticada en esta investigación para repensar los conceptos “clásicos” y confrontarlos con un *Concepto Ampliado de Trabajo*, que vería su forma final en el concepto de *Trabajo no Clásico*. En breves líneas se revisará el desarrollo de la polémica de la naturaleza del trabajo para sentar las bases del ejercicio que De la Garza realizó en su propuesta (2011). Por último, veremos los aspectos esenciales que implican este concepto y la justificación que tiene frente a otras corrientes.

Como parte introductoria a la discusión sobre el trabajo, se hace un debate entre las diferentes nociones de trabajo, en tanto concepto abstracto y de relación social. En primer lugar, coloca el concepto clásico de trabajo como objeto capitalista asalariado del cual derivó al concepto de control sobre trabajo. Posterior a ello, la llegada de los servicios ha cuestionado la preeminencia de la producción industrial o material, pero no plantea su desaparición, entonces, supone la necesidad de incorporar a la subjetividad en el producto para poder resolver el producto ya que puede asegurarse la existencia de productos meramente subjetivos (De la Garza, 2011).

La idea de trabajo clásico y del no clásico radica en la conjetura de que el primero refiere al trabajo conceptualizado por la sociológica del trabajo de los primeros años, esto significaría un trabajo como actividad industrial cuyo producto es separado del trabajador y de su subjetividad; el segundo, recuperando la noción de producción inmaterial de Marx es útil para referirse a la compactación de las fases de circulación, producción y consumo en un

solo acto. Con las consideraciones anteriores podemos decir que el trabajo no clásico no refiere solamente a una temporalidad, es decir, a trabajos que son pertenecientes a una época anterior, sino que refiere a una actividad distinta a la industrial y que no había sido estudiada por la sociología del trabajo clásica, por lo que un trabajo pudiese ser muy antiguo pero su conceptualización como objeto de estudio, es completamente nuevo (De la Garza, 2011). También es una respuesta a las transformaciones de la producción a nivel global, donde el surgimiento de los servicios y de las tecnologías de la información se vuelve clave para generación de valor a través de productos donde lo simbólico tiene un papel predominante en la constitución de su valor.

A partir de lo anterior, el texto propone tres formas generales de trabajo no clásico a reserva de que a partir de la investigación y el desarrollo conceptual de ésta pudiesen salir a luz formas adicionales a las aquí propuestas. Estas formas son:

- a) Trabajo interactivo en donde lo que se genera y se vende es la interacción misma;
- b) Producción de símbolos sin intervención del cliente como puede ser el diseño de software;
- c) trabajos que requieren no sólo de la participación, sino también del trabajo del cliente para que reciba el servicio, como en los supermercados (De la Garza, 2011).

En todas las anteriores, el producto puede ser objetivado o subjetivado, colocando así a la subjetividad en el centro de esta producción.

De igual modo, De la Garza (2011), señala que el objeto tiene también una cara subjetiva que puede ser simbólica, que en términos de una interacción lo principal es la subjetivación. Sin embargo, esto no significa que recursos físicos no sean movilizados, o que, si la actividad es meramente física, no exista el desplazamiento de capacidades subjetivas para realizar la actividad. La mercancía así “existe dos veces: una en la subjetividad y luego en la materialidad”.

Siguiendo este orden de ideas, el concepto de *Trabajo no clásico* hace una crítica a las posturas de Gortz, Negri y Durand que aquí se simplifican en breves líneas. Para Gortz propone un “capitalismo sin sujetos” que se transforma por sí mismo y que ante la existencia de un obrero “autónomo”, el control, la rutinización y las jerarquías son eliminadas. Negri

realiza una simplificación de Gortz al suponer que la fuerza laboral puede organizar su propio trabajo por lo que elimina la necesidad de capital y que cada vez se necesita menos trabajo para crear valor. Ambos, Negri y Gortz, desvían la atención de la precarización e incremento de la explotación ya que la producción es más especializada y no generada por la mera informatización; además existe un triple control del proceso de trabajo –patrón, sistema informático y del cliente- negando la existencia del obrero autónomo.

Con lo anterior, consideramos pertinente tomar al concepto de *Trabajo no Clásico*, como concepto que nos ayude a desentrañar las particularidades del contenido del trabajo del streaming de videojuegos y negar las posturas del fin de trabajo que objetamos en líneas pasadas. Esto se justifica por el hecho de que, al tratarse de un trabajo en el cual se trata de jugar para espectadores dentro de una dinámica de transferencia monetaria sostenida a partir de entretenimiento -producción simbólica-, y venta de productos; donde la relación contractual y salarial no están claras; donde, sin embargo, el control de la empresa está presente para la supervisión de los contenidos transmitidos; y donde un conjunto de personas valoriza a esta actividad como trabajo, nos hace sin duda abandonar las formas clásicas de trabajo para poder comprender las especificidades de esta actividad y comprender así el tipo de encubrimiento de las relaciones de trabajo que pueden existir en el capitalismo contemporáneo.

Aceptamos que este tipo de trabajo es eminentemente simbólico, pues son los recursos subjetivos producidos en el momento de la interacción entre jugador y espectador es lo central para objetivar el trabajo del streaming de videojuegos; de igual modo, son los mismos espectadores los que participan en la construcción de la experiencia de la transmisión haciéndonos pensar en una mezcla de la forma A y C -véase formas en líneas anteriores- de las formas generales del trabajo no clásico, propuesto por De la Garza (2011, 2017). Del mismo modo nos hace considerar que los momentos de trabajo y no trabajo en la reproducción de éstos deben ser considerados bajo la óptica del concepto de trabajo no clásico, de tal manera que no pensar en límites basados por el salario, sino de elementos objetivos y subjetivos proveniente de las relaciones sociales de producción.

1.2.5.- Control del proceso de trabajo

Ineludible es el hecho de que cuando hablamos de trabajo es implícito considerar el control, uno de los conceptos centrales de la sociología del trabajo. Tema discutido desde la década de los sesentas por autores como Braverman, Friedmann, Buroway, Edwards y Touraine, donde el punto de partida se encontró en la disputa por el control del proceso de trabajo entre trabajadores y el capital. Este debate, según De la Garza (2001), tiene como idea genética el de que todo proceso productivo implica ámbitos de incertidumbre e indeterminación que dan un margen de control a los trabajadores, ya que los límites del control gerencial están en construcción y sujetos a negociaciones implícitas y explícitas.

En el ya clásico trabajo de Braverman (1974) se planteó que, para comprender los elementos centrales del control del proceso de trabajo, es necesario comenzar con el análisis del proceso de trabajo y la asignación de operaciones especializadas a diferentes obreros considerando a la división del trabajo el primer principio innovador del modo capitalista y eje central de la organización. Su interés es esta división en la empresa, el desmenuzamiento de las actividades industriales. Continúa asegurando que, en una sociedad basada en la compra y venta de la fuerza de trabajo, el dividirlo abarata sus partes individuales; la fuerza de trabajo capaz de ejecutar el proceso puede ser comprada más barata en forma de elementos disociados que como capacidad integrada en un obrero en singular.

Este crecimiento empresarial llevó consigo la especialización de su administración. Los primeros en hacerlo fueron los economistas quienes se centraron en las aportaciones de Taylor como parte del desarrollo de métodos de administración y de organización del trabajo y no al desarrollo de la tecnología, cuyo papel era menor. La administración científica, como lo llamase Taylor, es un intento por aplicar los métodos de la ciencia a los problemas crecientemente complejos del control del trabajo en las empresas capitalistas en rápido crecimiento. Solo es la visión del capitalista. No investiga al trabajo en general, sino la adaptación del trabajo a las necesidades del capital (Braverman, 1974).

La gran crítica que se le hace al taylorismo –y reemplazado por escuelas de relaciones humanas- es que las concepciones acerca de la motivación humana eran amateurs e ingenuas, o porque provocó una tormenta de oposición laboral, y de que la funcionalidad de los capataces o sus esquemas de pagos-incentivos. Para Braverman, el taylorismo domina el

mundo de la producción; los psicólogos industriales y los de las relaciones humanas son los encargados del mantenimiento de la maquinaria humana, la búsqueda incesante de la optimización.

Friedmann (1977), por su cuenta, trata al taylorismo como si fuera una ciencia del trabajo, cuando en realidad se supone que es una ciencia de la administración del trabajo ajeno bajo condiciones capitalistas. Braverman no pierde de vista el concepto de control, central en Taylor como un rasgo esencial de la administración: agrupamiento de obreros en un taller y la imposición de la duración de la jornada laboral; la supervisión de los obreros para asegurar la aplicación diligente, reforzamiento de reglas contra distracciones; establecer mínimos de producción, entre otros. Y un obrero está bajo control cuando está sujeto a estas reglas. Su sistema era un medio para que la gerencia lograra el control del modo de ejecución de toda actividad laboral, desde la más simple hasta la más complicada (Braverman, 1974).

Continuando con la revisión de Braverman, él consideraba que las formas de control que preconizaba podrían ser aplicables no solo al trabajo simple, sino al trabajo en sus formas más complejas. Sin embargo, se le pueden hacer las siguientes críticas: se le cuestiona el hecho que tome la tesis marxista de homologación y degradación del trabajo como causales de la formación de la clase obrera (Thompson, 1983), al mismo tiempo que deduce las características del proceso de trabajo de la lógica de acumulación del capital según periodos históricos (De la Garza y Carrillo, 1997). Otros, en cambio, van a cuestionar un determinismo entre cambio tecnológico y degradación del trabajo, y que fundamentalmente niega la importancia de la dimensión subjetiva en el análisis de las relaciones laborales (Buroway, 1979). Esto supone dejar de lado la construcción de consensos, lo que no permite ver los procesos de negociación que involucran incertidumbre y el juego de relaciones cotidianas en los procesos de trabajo (Buroway, 1979).

Si bien el concepto de trabajo en Braverman queda muy ligado a la coerción y al control, la lógica capitalista de maximización de ganancias no requiere de estos mecanismos, sino que puede llevarse a cabo a través de la cooperación, el consenso o la negociación, siendo éstas últimas las estrategias al que el capitalismo actual es más asiduo a implementar.

Con esto último recuperamos el planteamiento de Hyman (1975), quien propone la existencia de fronteras invisibles de control dentro del lugar de trabajo que se definen y

redefinen a través de procesos continuos de presión y reacción, conflicto y adaptación entre los diferentes actores involucrados. A partir de ello se hace una dura crítica al planteamiento estructuralista de Dunlop pues, indica Hyman, la teoría de las relaciones laborales tiene que formar parte de una teoría crítica que analice a éstas como procesos de control sobre las relaciones de trabajo y que no ignore a los “hombres y mujeres reales” quienes participan en el proceso productivo (Hyman, 1975).

Se sabe que, en el control del trabajo, los canales formales o institucionalizados no son necesariamente los únicos donde el flujo de control se presenta, sino también en las relaciones informales entre trabajadores, costumbres y prácticas que se dan constantemente en lo cotidiano de las actividades (Hyman, 1975). Esto supone, entonces, una dimensión cultural en el sentido de que los trabajadores generan una red de relaciones sociales para apropiarse del espacio y el tiempo, mientras el capital intenta romper o modificar esta cultura laboral oponiéndole a ella una cultura corporativa, se pueden generar, entonces resistencias.

Richard Edwards (1979) y Michael Buroway (1979) comparten la idea de las interacciones sociales. El primero de ellos desarrolla una perspectiva histórica que introduce de modo sistemático la resistencia de los trabajadores en el análisis laboral, entendiéndolo como un *terreno disputado*. Para Edwards, las relaciones sociales de producción se caracterizan por sistemas de control que buscan una conducta laboral adecuada. Para lograr aquel acometido, se elabora un sistema que está comprendida por la dirección, la evaluación y la disciplina. Este sistema de control perdura hasta que ya no pueden contener eficazmente la resistencia, razonamiento que le permite a este autor distinguir tres etapas en la historia: control simple, control teórico y control burocrático.

Buroway (1979), por su cuenta, realiza una reflexión bastante interesante pues supone a la idea del juego como instrumento de encubrimiento y de aseguramiento del excedente de trabajo, representa no sólo una herramienta analítica, sino que también crítica, al señalar la disonancia entre los intereses de un razonamiento individual respecto a los del sistema capitalista. Reconoce que la agencia de los sujetos está presente en un margen de posibilidades mediante consecuencias buscadas y no buscadas de los actos pues, la metáfora del juego sugiere estructuras propias que, además, son resultado de las acciones mismas. Asimismo, la adhesión a las reglas de un juego supone también a aceptación de las reglas de

un sistema capitalista. Así como el juego genera metas, el capitalismo, en consonancia con el anterior, genera intereses. Con ello, las necesidades satisfechas no son las colectivas o las “radicales” en el sentido de una transformación crítica de la realidad, es por tanto que la satisfacción que puede haber no es términos de capitalismo, sino la reproducción de éste. Buroway señala que “las condiciones de trabajo (condiciones físicas, carácter reiterativo del trabajo, monotonía) dan lugares a privaciones (desgaste físico, aburrimiento) apareciendo en ocasiones satisfacciones relativas (habitación, dominio del trabajo y sensación de satisfacción)” (1975: 104).

Tomando en cuenta lo anterior reseñado, significaría que la dinámica de los juegos dentro del proceso de trabajo supondría un dilema, lo que está en el interés del trabajador individual (obtención de mayor producción posible), afecta negativamente el interés colectivo de sus compañeros (la obtención de mejores precios por unidad producida). Esto sucede por la competencia que entonces aparece a nivel individual y no debido a una acción coordinada colectivamente. Pero, por el contrario, la presión para participar en el juego se vuelve una condicionante para *formar parte del taller* pues puede no provenir de la gerencia, sino de los trabajadores mismos.

Otra objeción que podríamos hacerle a Buroway respecto al encuentro entre privaciones y satisfacciones relativas, es la referida a que no toma en cuenta la existencia de aspectos lúdicos y de recreación en el trabajo y no reducirlo únicamente a una actividad que supone la restricción y desgaste físico y mental como único resultado del trabajo. Sin embargo, es importante considerar que dentro del control ejercido dentro de la empresa, puede incorporarse el juego de *arreglárselas* -como señalara el autor- para encontrar un espacio de reproducción, cual no necesariamente tienen que estar dirigidos frente a la empresa tal como lo plantease Crozier.

No obstante, es importante recalcar que los debates y discusiones antes reseñados referentes al control del proceso de trabajo pueden ser encasillados, en términos amplios y reconociendo que algunos matices son de bastante relevancia para nuestro objeto, en los estudios clásicos de la sociología del trabajo industrialista. Estas posturas excluyen los trabajos no clásicos, los que se escapan de la categorización de trabajos asalariados, donde la

presencia del cliente es latente y que los procesos de producción, circulación y consumo pueden darse en un mismo acto.

En el streaming de videojuegos como un trabajo no clásico, la presencia del espectador y de otros actores como los patrocinadores, los moderadores y otros jugadores complejizan el problema del control del proceso de trabajo, ya que éstos intervienen como actores fundamentales en su disputa. Son los espectadores quienes pueden incidir en los contenidos y los modos en que se realizan las transmisiones, también para establecer pautas y patrones de comportamiento. En caso contrario de no cumplir, son los espectadores pueden sancionar y castigar a través de quitar suscripciones, negar donativos o disminuir el número de espectadores. Aquí la búsqueda de patrocinios y las condiciones que éstos pueden establecer para poder acceder a los beneficios que éstos ofrecen podrían ser pautas para pensar en un control explícito, y el hecho de estar en constante supervisión de la cifra de espectadores para conservar un contrato, podría formar parte de un control implícito, sin tomar en cuenta pautas de carácter cultural y subjetivo que pueden jugar en todos ellos.

1.3.- Juventud y la experiencia laboral

Otro aspecto importante que puede tener incidencia en la comprensión de nuestro fenómeno es la condición juvenil pues según estadísticas de la empresa YouTube, la edad 8 de cada 10 de sus usuarios -mil millones en 2017- osciló entre 18 y 34 años, donde, además, se reportó que 500 millones de usuarios miraron contenidos relacionados a los videojuegos (YouTube, 2017), cifras similares en casi todas las plataformas web: Twitch tiene aproximadamente 185 millones de usuarios y 2 millones de reproducciones simultáneas donde la edad promedio se encuentra en los 33 años.

Lo anterior nos hace considerar la dimensión de la juventud para abordar nuestro problema de investigación. Para ello la consideramos como construcción social y cultural, diferenciado de su condicionante biológico (Brito, 1996). Resulta de interés porque es un grupo específico que, a diferencia de otros, es difícil de sujetar a situaciones concretas que den su particularidad sin caer en ambigüedades en primer término, por lo que no podemos quedarnos de lleno a una sola definición. Es pertinente reconocer que la juventud es un

concepto en continua evolución y cambio, así como la contradicción y conflicto, que regresaremos a tratar en líneas posteriores, pueden formar parte del núcleo central de este tipo de “sujetos históricos contruidos” (Taguenca, 2009).

Una de las posturas que nos ayudan a la definición del concepto de juventud es la postura dialéctica que nos presenta Taguenca (2009), entendida como *la relación del joven considerado potencia de ser adulto y lo adulto ya en sí*. Sin embargo, lo que se resalta es la capacidad de tener su propia construcción pues se afirma que lo importante es lo que ya se es, un joven negando así noción de futuro, al menos en esta construcción eso habilita que *el joven genere su propia identidad, construyéndola desde su propio presente, lo que trae como consecuencia su negación de adulto futuro* (2009: 162). Con esta perspectiva, nos permite contraponer dos actores sociales encontrado en constante tensión que nos pueden encaminar a la conceptualización de lo que se entiende por joven en esta investigación, dando así un primer elemento que consiste en: contradicción al momento de afirmar alguno de las dos categorías, es decir, si se afirma lo joven, se niega lo adulto y viceversa.

Ahora bien, si realizamos un recorrido un poco más amplio para recopilar los elementos conceptuales que nos permita un acercamiento más oportuno de lo que entendemos por juventud y su relación con el mundo del trabajo. Comenzamos con el trabajo de Manheim (1993), quien entendió que la idea de las generaciones puede ser tratada desde una postura de clases sociales. Sin embargo, aclaremos en primer lugar, que dichos grupos no pueden ser entendidos como un objeto concreto, como lo sería una comunidad, sino como un grupo con condiciones de vida, posiciones de clase, similares. Como segundo punto importante en este planteamiento se encuentra en que la diferenciación no radica en una contemporaneidad cronológica, sino las experiencias compartidas entendiéndolas como un mismo *cuadro de vida histórico-social* (Manheim, 1993).

Esta postura nos permite entender que son las experiencias de un mismo contexto histórico y de ciertas condiciones compartidas, las que pueden diferenciar cohortes generacionales. No se trata de un sujeto aislado ni en armonía ideal, entendemos que pueden existir contradicciones y tensiones, y que la noción de experiencias y condiciones compartidas en un momento históricos añaden elementos a la idea de la relación dialéctica para definir a la juventud.

Siguiendo con la idea de la contraposición entre adultos y jóvenes, Gramsci sugiere que existen elementos de subalternidad entre unos y otros pues *las generaciones viejas van colocándose en una relación anormal con las generaciones jóvenes de su misma estirpe [...] planteando por lo tanto un problema de hegemonía* (Gramsci, 1981, p. 137).

De acuerdo con lo anterior, el problema radica en una cuestión de poder que se transfiere en búsqueda de un punto de integración pues, según él, (...) *cada generación educa a la nueva generación, o sea la forma y la educación es una lucha contra los instintos [...] es una lucha contra la naturaleza, para dominarla y crear al hombre 'actual' de su época* (Gramsci, 1981, p. 173). Con ello, aceptamos que la relación entre adultos y jóvenes tendrá como elemento latente el conflicto, donde el poder y el control aparecen, que oculta detrás de sí una noción más amplia: la de subordinación necesaria para mantener hegemonía frente a una postura rebelde¹² de los jóvenes frente a viejas estructuras o visiones del mundo anteriores.

Al ubicar a la juventud como una construcción social, el trabajo de Pierre Bourdieu sobre los Jóvenes respecto al primer empleo nos da tópicos importantes a considerar para comprender el funcionamiento del poder en este grupo: el primero de ellos es la división lógica entre jóvenes y viejos que no significa otra cosa sino una de poder donde el orden y los límites son importantes para esta diferenciación; segundo, estas clasificaciones (joven-viejo) son culturalmente relativos; tercero, la edad, como dato demográfico es manipulado para definir las generaciones en relación con el funcionamiento del campo pues cada una de ellas tiene sus leyes específicas, por ejemplo la edad para fumar, para conducir, para el primer empleo; por último, la juventud no puede entenderse como un grupo claramente constituido o que tenga unidad, sino que se trata de una constelación de grupos o “juventudes” que semánticamente son abarcados en una sola palabra (Bourdieu, 2000).

Para atender el postulado de la existencia de diversas “juventudes”, Schwartz y Merten (1967), sugieren que debería analizarse desde la perspectiva de la subcultura¹³, pues

¹² Aunque no toda conducta rebelde estigmatizada es propiamente constructora de lo joven, y por tanto debemos tener mucho cuidado al etiquetarla como tal. No obstante, éste es un buen indicador para detectar que efectivamente estamos ante construcciones indetentarias propiamente juveniles, y no asimilaciones de lo adulto.

¹³ Subcultura es un concepto que, como nos recuerda Mike Brake (1980: 9): Ofrece entendimiento sociológico de la interacción humana con un telón de fondo cultural y simbólico. Toma las reglas y las reconstrucciones como ingrediente activo de una relación dialéctica entre estructura y actor. En el nivel estructural, indica cómo la cultura es mediada y generada por una colección de actores sociales, y en el nivel existencial indica cómo se toman los significados de una subcultura y se usan para proyectar una imagen y, por consiguiente, una identidad

en ella la diferenciación en el estilo de vida, con principios de autonomía, valores diferenciados y recursos simbólicos y materiales que permiten a los jóvenes diferenciarse entre sí y también del mundo exterior. Si bien no lo especifican claramente, estos elementos dentro de la subcultura pueden tener eficiencia identitaria donde la producción y consumo de productos culturales, pues se encuentra habilitada la posibilidad de desarrollo de sus prácticas socioculturales (Santillán y González, 2016). Si este postulado lo traemos a la idea de contraposición, esta diferenciación en la subcultura es frente a una *cultura dominante* si se acepta la idea de la construcción autónoma de la juventud. En cambio, si se parte de la idea de construcción del joven por lo institucional procedente del mundo adulto, se añade la acepción de una racionalidad de que el joven está en tránsito hacia lo adulto. Para ambos casos, la aceptación de una situación supone la negación ya sea del adulto con la primera premisa, y al joven con la segunda premisa, significa entonces una contradicción.

Desde la antropología, Carles Feixa (1996) tiene una visión sintética para esta conceptualización, pues

para que exista la juventud debe darse, por una parte, una serie de condiciones sociales como normas, comportamientos e instituciones que distinguen a los jóvenes de otros grupos de edad, y, por otra parte, una serie de imágenes culturales: valores, atributos y ritos específicamente asociados a los jóvenes(197)

A nuestro parecer, esta postura recupera la idea configuracionista de la estructura que presiona pero que no determina, pues al reconocer que *las formas de subsistencia y las instituciones políticas* que predominan en cada tipo de sociedad no significan que sean las únicas vías. Desde el lado de la subjetividad, tenemos la idea de que los significados construidos sirven como el vínculo de esta estructura con la acción que es la reafirmación en múltiples manifestaciones de la identidad de diferentes juventudes. La subsistencia en aquella conceptualización recupera la noción de que existe una cultura dominante como forma y los adultos, como sujetos históricos, dominadores; y los jóvenes como parte de subculturas dominadas históricamente en una relación de poder desigual que tiene como código de origen a la edad (Taguenca, 2009). Todo esto significa para nosotros una herramienta heurística que sitúa a los sujetos en una lucha en situaciones concretas por el poder simbólico y material.

[...] La subcultura negocia entre el mundo interpersonal del actor y la dinámica de los elementos más importantes de la interacción social.

Dando un giro sobre los estudios de juventud, en México se ha encaminado por dos vías: la primera relacionada con lo etnográfico como lo central en la investigación que mira a las identidades y los grupos formados como central en su objeto, la segunda referida a los estudios globales de la juventud que recuperan información demográficos y de manera abstracta que considera varias dimensiones de lo social para reflexionar sobre esta cuestión como lo son la educación, violencia, religión, entre otros (Mendoza, 2011).

Sobre la identidad juvenil, García (1995) considera que la construcción de ésta en los jóvenes parte de una noción bicéfala: la apropiación de un territorio entendido como la mezcla de un espacio físico y simbólico donde se expresa la pertenencia, así como la libertad de acción como código subjetivo. Por otro lado, Valenzuela (1997) toma en consideración que se trata de un proceso histórico de conformación de relaciones sociales que además son situacionales que conlleva una representación simbólica, cambiante y construida por relaciones de poder y transitoria.

Llegando al plano laboral, Touraine (2006) menciona que los jóvenes menos calificados son los más afectados por el desempleo. Sin embargo, empresas globales tales como Walmart o McDonalds han demostrado que la contratación de jóvenes y la descalificación de estos puestos de trabajo son lo esencial como estrategia productiva dentro de sus organizaciones, ponen entredicho esta idea, pues la flexibilidad es lo sustancial en este tipo de decisiones en la contratación.

Al hablar sobre ocupación juvenil, es común encontrarnos el concepto de *ninis* (ni trabajan, ni estudian) como forma de explicación en este fenómeno. Respecto a ello consideramos que es a partir del fallo de conceptualización sobre la ocupación, donde solo se consideran, principalmente, canales formales de empleo, es cuando aparece datos empíricos que podrían sostener el postulado. Sin embargo, en estudios de trayectorias laborales se observó que, al contrario de lo esperado, los jóvenes están sumamente ocupados y que en ocasiones pueden generar ingresos económicos propios, aunque reconocemos que también puede existir trabajo sin recibir un ingreso a partir de ello¹⁴. Acercamiento que nos puede aclarar algunas especificidades del trabajo de streaming de los videojuegos pues, como

¹⁴ Para ello revisar los trabajos de García Canclini respecto a los jóvenes y la industria cultural

construcción cultural específica, el gaming configura un conjunto de prácticas simbólicas diferenciadas de otros conjuntos sociales donde la constante contraposición generada por la brecha generacional en el uso de estos elementos, diríamos que el uso de estas herramientas como los videojuegos, la idea de juventud resulta pertinente para formar parte del aparato analítico de esta investigación.

Es por ello, que las categorías enunciadas anteriormente representan una problemática cuando la realidad nacional refiere, como señala Reguillo, a la existencia de jóvenes conectados y desconectados, oposición que detalla de la siguiente manera:

(...) existen claramente dos juventudes: una, mayoritaria, precarizada, desconectada no sólo de lo que se denomina la sociedad red o sociedad de la información, sino desconectada o desafiada de las instituciones y sistemas de seguridad (educación, salud, trabajo, seguridad), sobreviviendo apenas con los mínimos, y otra, minoritaria, conectada, incorporada a los circuitos e instituciones de seguridad y en condiciones de elegir (Reguillo, 2010: 432).

En ese sentido, la precariedad y la vulnerabilidad también tienen un vínculo con el amplio acceso a las tecnologías, donde frente a las desventajas educativas y laborales de la mayoría de los jóvenes, como señala García Canclini (2012), existe un alto índice de acceso y manejo de dispositivos sin que la condición de ingreso sea determinante en términos negativos, pues los jóvenes *con menos recursos económicos también están familiarizados con tecnologías digitales a través de los cibercafés, la escuela y la sociabilidad generacional* (García Canclini, 2012: 8). De manera concreta, estas tendencias determinan el incremento de la precarización, la pobreza y la desigualdad, en combinación con el acceso a una amplia estructura de conectividad (Avalos, 2015). Es decir, hablamos de una población altamente conectados, pero igualmente precarizados, al menos en los países menos desarrollados.

Finalmente, para nuestra investigación consideramos pertinente considerar a los *sentidos juveniles de trabajo* como concepto ordenador el cual separamos de una noción de adultos

1.4.- Trabajo y género

Si hablamos en términos de cifras, el 54% de los espectadores de *streaming de videojuegos* son hombres y el 46% restante son mujeres según cifras de Twitch (2017). Si tomamos en cuenta que existe una diferenciación explícita entre hombres y mujeres en el stream en

términos de la forma en que se relacionan los espectadores nos preguntamos si esta diferenciación se expresa en el proceso de construcción de identidades y, además, si éste se expresa en control del proceso de trabajo por otros actores que no necesariamente son por la empresa en cuestiones de poder, disputas, conflictos y que significados y acciones se generan en torno a esas experiencias, queriendo encontrar de este modo pistas o herramientas que nos permitan reflexionar sobre la posible relación entre los aspectos antes señalados. Para matizar la idea, tomamos en cuenta cómo influye el hecho de ser hombre o mujer en la construcción de significados en torno al trabajo; también, si esto termina en una expresión diferenciada en el control del proceso de trabajo y, por ende, en ciertos tipos de resistencias ante este proceso.

Décadas de debates en torno a la definición y comprensión del género nos han mostrado que éste se trata de una construcción social e histórica, donde existe una articulación de elementos materiales y simbólicos que marca una diferencia sustancial entre lo masculino y lo femenino pues, podría decirse, existe una diada relacional que implica que lo primero no puede explicarse con lo segundo y viceversa (Montesinos, 2002:18). Además, tiene implicaciones como en el lenguaje, que moldea gustos, vestido, lenguaje y prácticas sociales que se encuentran legitimados (Cabruja, 2007: 125). Esta diferenciación en un momento histórico-social dado puede dar, en primer lugar, pautas para definir actitudes y actividades tales a su sexo teniendo también en cuenta diferencias etarias, clase o raza en constante transformación. Esto supone, en segundo lugar, una construcción de una percepción social que exige moldeando formas de relación e intercambio entre los géneros.

Cuando giramos la atención en el ámbito laboral y la construcción social del género, podemos decir que las ideas clásicas en torno al trabajo a lo largo del siglo XX han sido, generalmente, orientadas a la experiencia industrialista del trabajo, y como una forma cuasi exclusiva para los hombres invisibilizando otras formas de trabajo efectuadas por otros grupos sociales. La postura que considera al género en los estudios del trabajo señala que las experiencias de los hombres y de las mujeres son distintas entre ellas (Heery, et al, 2008).

Es insoslayable el hecho de que las mujeres cada vez más están participando en el mercado laboral contemporáneo ya sea por la incorporación en actividades remuneradas propiamente femeninas -como el cuidado o la educación, por mencionar un ejemplo- o a la lenta incorporación en actividades consideradas tradicionalmente como masculinas. Esto

como parte de la modificación histórica de la división sexual del trabajo, trayendo consigo modificaciones en dinámicas y patrones de reproducción familiar. Sin embargo, provoca que, al seguir encargadas en cuestiones del ámbito de lo privado, las mujeres tengan que mezclarlo con el trabajo, formando así la *dobles jornada* (Iranzo y Richter: 45).

Las investigaciones realizadas referentes a la participación femenina en el mercado de trabajo desde una perspectiva de género enfatizan en la importancia de analizar dicha participación en la esfera de la reproducción en sus múltiples interrelaciones; y esto partiendo de la idea que los procesos de división sexual del trabajo en las familias están conectados con segregación ocupacional y discriminación sexual pertenecientes en los mercados laborales (Barbieri y De Oliveira, 1987). Entonces podemos considerar que la construcción social de la ocupación tiene un componente de género pues existen determinadas ocupaciones que son destinados para hombres o mujeres; donde las habilidades requeridas y supuestamente asociadas a rasgos femeninos o masculinos, no dependen de las características de cada ocupación, sino de construcción, valoración y legitimación social como tal en las cuales puede existir controversias y negociaciones para establecer el código de género que se le atribuye.

Teniendo los puntos anteriores en consideración, nos interesa preguntarnos por la construcción social de lo femenino y lo masculino en la ocupación de los *streamers*, reconociendo, claro, que las prácticas laborales cotidianas están permeadas por significados y acciones sexuadas o sexualizadas: no podemos ignorar que las formas de organización, de relaciones formales e informales, así como las negociaciones cotidianas en lo cotidiano del trabajo juega un papel sexualizado, de género (McDowell, 1999: 200).

Entendiendo a la sexualidad como un conjunto socialmente construido de procesos que incluyen pautas de deseo, fantasías, placer e imágenes del otro y de uno mismo, no reducimos únicamente a ésta como la práctica exclusiva referente al coito, ni que sea algo propiamente femenino (McDowell, 1999:202). Sino que se tratan de relaciones atravesadas por el poder y en las que tiene mucha influencia en la conducta que suponen adecuadas para un género en donde se ponen en juego en las prácticas de interacción social. Como se habló en el apartado del trabajo estético y emocional, son diferentes las modalidades en que se despliegan este tipo de trabajo vemos que la expectativa de rendimiento en el juego, la

aparición física y la forma de interacción que el usuario tiene hacia los streamers se ve claramente diferenciado por el género. Estudios recientes se han acercado, en términos cuantitativos, a esta interrogante al analizar el comportamiento de espectadores con los streamers según esquemas de género. Su tarea central fue monitorear palabras que se repetían en los chats de jugadores con los espectadores. Esto reveló que, en primera instancia, el lenguaje utilizado en cada uno de los géneros, desde lo ofensivo hasta lo halagador están sexualizados; en segundo, que eso puede tener significaciones en la forma de interacción posteriores entre los usuarios construyendo códigos claramente diferenciados (Nakandala, et al., 2016). Lo anterior resulta de interés debido a que estos elementos suponen una influencia en la significación del proceso de trabajo y, por tanto, de las relaciones laborales entre empresa, streamers y usuarios.

Entonces cabe aclarar que el poder no opera de manera simplista entre un jefe y un subordinado en una relación laboral clásica, sino que puede provenir de otros actores no laborales como los son los espectadores donde la reafirmación de relaciones asimétricas entre los géneros se hace presente al exigir, por ejemplo, que una mujer sea agradable frente a la pantalla o que un hombre debe jugar a un nivel elevado demostrando grandes habilidades. Además de que en las interacciones en pantalla claramente se marcan diferencias en la forma de hablar con los espectadores o de buscar un ingreso a partir de la suscripción o del donativo. Si bien no existen relaciones violentas o unilaterales, más bien existen tensiones donde opera el poder en otras latitudes, podemos pensar en márgenes de resistencia, rechazo e insumisión como parte de ello.

Analizar las relaciones de poder ligadas al género en el trabajo nos permitirá explorar los significados construidos en torno a desigualdades, conflictos y diferencias que se generan entre los streamers hombres y mujeres. Estas diferencias pueden ser relevantes para nuestro problema, en la medida en que pueden detonar sentidos de identificación entre ellos y con la misma actividad laboral. A su vez, con ello abordamos los sentidos que el trabajo puede tener según el género, ya que hombres y mujeres pueden significarlo de manera diferente. Ya sea por elementos como expectativas estén marcadas de manera particular por esta diferenciación genérica. De cualquier modo, lo relevante es explorar en qué medida esta relación género-trabajo y el carácter diferenciado en ellas, incide en la construcción de significados que pueda

conllevar a la conformación en primer lugar, Identidades y, en segundo, de resistencias ante el control del proceso de trabajo.

1.5.- El trabajo y lo lúdico

Como punto inicial nos encontramos con la idea de que el tiempo libre puede ser definido como *el tiempo en donde se inscriben los trayectos y rutinas que escapan a las disciplinas de producción, aunque no dejen de responder a sus reglas* (Canclini y Piccini: 46). Nos parece bastante interesante esta definición pues no es reificada esta actividad como una esfera autónoma e independiente de otros espacios y temporalidades. Esto también lo plantea Mc. Phail (2006), cuando propone trascender las discusiones e intentos de definición de un ámbito específico del tiempo libre con supuestos atributos como la relativa libertad, espontaneidad, creatividad, libre elección y placer, entendiendo al tiempo libre como un ámbito de relaciones sociales que antes de diferenciarse de otros tiempos *no libres*, se encuentra entrelazado y articulado con otras experiencias donde las interacciones en cada uno de estos ámbitos experienciales están atravesados por relaciones de poder y conflicto desde las cuales se definen normas y reglas socialmente legitimadas acerca de cómo comportarse y actuar en los momentos del tiempo libre.

Idea muy similar a la conceptualización que Norbert Elías (2014a) realiza en sus ensayos sobre el deporte y el ocio en el proceso de civilización. Considera que las actividades recreativas en tanto que área social *destinada a mitigar las restricciones no recreativas se presentan en las sociedades en todas las fases de desarrollo* (114). Esto lo supone como un espacio de relajación ante las restricciones que, sin embargo, no se entienden como una relación diádica de ello pues está atravesada por diferentes ámbitos como la del ejercicio del poder del Estado que, ante el desarrollo de la civilización, supone un aumento general de la tolerancia respecto a la expresión pública de las emociones.

Así pues, es considerado el deporte como una complementariedad de las ocupaciones recreativas en los cuales los deportistas y espectadores disfrutan pues también quedan traslapadas condiciones de la vida no recreativa de las personas. Con ello el deporte es definido como *competencias que implican el uso de la fuerza corporal o de habilidades no*

militares (Elias, 2014: 59). Esta primera definición la desarrolla posteriormente añadiendo matices que nos ayudan a comprenderlo como un elemento del proceso de civilización que él estudiara en su ya clásica obra; de igual manera realiza un vínculo con el sentido del tiempo libre y el ocio hacia una caracterización de lo lúdico.

Por otro lado, encontramos el concepto de *homo ludens*, del holandés Johan Huizinga que se trató del primer acercamiento al fenómeno lúdico desde un marco científico-académico, más precisamente, desde un plano antropológico. El argumento principal de este autor es que la cultura surge en forma de juego, esto es, la cultura, al principio, se juega; lo cual no significa que el juego se cambie o se transmute en cultura, advierte el autor, sino que ésta, en sus fases primarias, se desarrolla *en las formas y con el ánimo de un juego*. De partida, Huizinga aclara que se ocupa de las *formas superiores de juego*, las sociales, y no las primarias (de niños o animales jóvenes), por contar éstas con una estructura definida y estar más desarrolladas y articuladas. Con el objeto de demostrar que el juego actuó de *levadura* para configurar las formas de la cultura arcaica, despliega un análisis que abarca diversas manifestaciones culturales que van desde la poesía hasta las reglas de la guerra, pasando por el derecho, la sabiduría, el arte y la danza. En todas, en su momento primario, destaca la competición lúdica, que es el paradigma sobre el cual se apoya el ensayo. Este impulso competitivo se evidencia en vastos órdenes del universo cultural, de las actividades más simples a las más complejas, siéndole intrínseco el ansia de destacar sobre el resto, sentimiento que se propaga al grupo.

El problema con este planteamiento es que, al colocar sentido lúdico como homólogo o equivalente de la cultura, así como de las formas de interacción social a todos los niveles, supondría homologar que la cultura se reduce a lo lúdico únicamente. Esto supone cierto reduccionismo que coloca a cualquier situación social como fundamentada en el juego: al igual que se le objetó a Buroway (1979) en su planteamiento del juego de *arreglárselas* donde se puso en cuestionamiento de que todo momento del proceso productivo se restringe a un desgaste físico y mental constante sin la posibilidad de momentos de relajación durante el proceso. Tampoco es aceptable el hecho de que todo tipo de interacción o construcción social tenga un fundamento lúdico como cemento de la construcción de la cultura.

A pesar de las objeciones que le podemos hacer a Huizinga, destacamos el hecho de que en parte existe un vínculo que tiene con el planteamiento más amplio del proceso de civilización en términos del autocontrol como elemento central de Elías y sus reflexiones sobre el deporte. Recuperamos la idea de deporte y de recreación debido a que, como se trata de un videojuego lo que se ejecuta como herramienta específica de entretenimiento, éstos contienen, generalmente -si no es que siempre-, altas dosis de competitividad que añaden reglas restrictivas para poder desarrollarse. Podemos considerar al elemento lúdico como parte del proceso de trabajo, no asociado únicamente como parte de no trabajo, pues puede existir dosis lúdicas para los streamers, como también el hecho de que asocien al hecho de jugar videojuegos un momento de trabajo con desgaste físico. Otro elemento que puede ayudar a considerar parte del contenido del trabajo de streaming es el aspecto competitivo que es de interés para los espectadores y que puede ser elemento central para considerar, de cierta manera, la práctica de un deporte.

1.6.- Síntesis teórica-analítica adoptada en esta investigación

En este capítulo se expuso la discusión más abstracta de nuestro problema de investigación, cuyo objetivo viene de dos inquietudes: el primero sobre la manera en que podemos comprender el proceso de construcción de identidades respecto al trabajo en relaciones que se objetivan por medio de las tecnologías de la información, es decir, de qué manera el Internet se vuelve escenario de este proceso donde la identidad es una parte específica de la subjetividad en tanto sentido de pertenencia; el segundo a partir de qué manera conceptualizar a un trabajo donde las nociones restringidas al trabajo -las adscritas meramente al trabajo- no son suficientes ante las formas contemporáneas en que las relaciones laborales y de ocupación se dan en el capitalismo actual, y que los servicios donde la interacción con el cliente es un factor importante, así como de los procesos de oscurecimiento salarial puede darse.

Aceptamos que puede existir eficiencia identitaria en procesos donde la acción o transformación en términos de las experiencias cotidianas o de lo micro -tomando en consideración que una práctica social es siempre significativa- pueden existir. Con ello no resulta eficiente considerar que las prácticas, en sí mismas, generen subjetividades a través

de la sensación empírica; en parte son constituidas de forma social. Esto otorga una capacidad individual o grupal de construcción de configuraciones significantes alternativas, que, a diferencia de las prácticas rutinarias, es a partir de nuevas experiencias significantes. La transformación, a pequeña o gran escala, puede conducir a la transformación de la identidad, transformación tanto en el sentido de su reforzamiento con nuevos vínculos, así como de su desintegración (De la Garza, 2000). En síntesis, consideramos que la identidad será vista como *un repertorio simbólico que sobre la base de procesos de identificación/diferenciación delimita fronteras poniendo en juego una determinada configuración en donde pueden intervenir actores, procesos, estructuras, valores, conocimientos, sentimientos, estética y formas específicas de razonamiento, entre otras* (De la Garza, s/f).

Existe una diferenciación entre el trabajo y el no trabajo que pueden tener caracterizaciones sociales que, indudablemente, los productos que son resultantes de esta actividad son objetivos. La propia actividad de trabajar, en tanto desgaste de energía humana utilizando determinados instrumentos y accionando sobre un objeto de trabajo tiene componentes objetivos (energía, por ejemplo), junto con otros componentes subjetivos (significados, emociones, códigos éticos, estéticos, cognitivos) (De la Garza, 1999). Vemos entonces que el hecho de utilizar instrumentos tecnológicos tales como la computadora, equipo de grabación de audio y video, además de uso de software especializado, además del videojuego, supone, en principio, desgaste de energía. Aunque no se elabora un producto físico, se crea un producto simbólico que se objetiva al momento de reproducirse o jugarse. Esto reafirma la idea de Marx acerca del trabajo humano que, a diferencia del animal, existe dos veces: como proyecto de la mente que trabaja y como actividad concreta (1972). La naturaleza dual del trabajo (objetivo-subjetivo) es, como señala De la Garza, *la base de la disputa acerca de sus límites en la sociedad, y en particular como concepto en las ciencias sociales* (1999: 3).

Con el paso de los años, vemos que la incorporación en la producción, y, sobre todo, en el consumo, de las tecnologías de la información y la comunicación transformó de forma radical la forma en que se aceptaba el hecho de que el uso de estas fuera de la producción fabril o de los sectores financieros, fuese considerada como trabajo. Hasta hace poco, la idea de *Community manager* como puesto de trabajo en empresas (aquellos que se encargan de

gestionar los contenidos de redes sociales para incentivar en el consumo usando como base al internet y a sus usuarios), ahora es parte importante para el sector de publicidad y de opinión pública para cualquier marca que se encuentra anunciada, que, podría asegurarse, en la mayoría de las marcas, en internet (Avalos, 2015).

Una de las particularidades específicas de nuestro objeto de estudio es la preeminencia de la producción dentro de una industria cultural enfocada al entretenimiento. El trabajo creativo es referido como al que *está orientado a la producción de originales o distintivos mercancías que son primordialmente estéticas y/o expresivas simbólicamente, más que utilitarias o funcionales* (Bank y Hesmondhalg, 2009:416). Lo anterior nos hace considerar que esta actividad se inscribe como un servicio el cual está intersecado por aspectos estéticos o emocionales donde el control del proceso de trabajo es central.

En el streaming de videojuegos hay promoción de ventas, búsqueda de donativo y recepción de ingresos por suscripciones y patrocinadores en caso de que cuente con ellos. También utiliza su imagen para incorporarlo al contenido del producto, entonces realiza producción audiovisual. En él no se elaboran productos “físicos” pero sí símbolos que pueden ser objetivados abriendo una reflexión respecto a si estamos pensando en clave de actividades productivas o improductivas. Para Marx el trabajo productivo, al cual se subordinan a los otros trabajos en el capitalismo, es el creador de plusvalía. Los trabajos en la circulación, por ejemplo el bancario o el comercial son considerados como no productivos, pues originalmente el concepto de explotación fue pensado sobre todo para el trabajo industrial de su época. Sin embargo, Marx abre la posibilidad de que existan servicios productivos como el trabajo de actuar en un teatro, y se les analiza como particularidades (comprimen producción y circulación de la mercancía, y la mercancía es la actividad misma, que se produce, distribuye y consume al mismo tiempo) del trabajo asalariado que no son muy relevantes en el conjunto de las investigaciones clásicas sobre el trabajo (Marx, 1975).

El internet, considerado como un espacio aparentemente libre, sin dueño ni control, donde las redes de redes pueden interactuar y compartir información sin problema alguno descentralizado y autónomo, libre de control alguno. Sin embargo, el internet es preciso recordar que a pesar de la enorme influencia que posee internet algunos sectores sociales todavía se encuentran alejadas de este medio, haciendo que aún diste de convertirse en un

medio al alcance de todos. Por ejemplo, el 57.4% (62.4 millones de habitantes) de la población en México tiene acceso a internet, sin embargo, esto no significa que sea de la misma manera pues solamente el 39.2% de los hogares mexicanos cuenta con este servicio; del mismo modo existe un 7.3% de la población que usa el internet solamente una vez al mes no garantizando un uso constante de éste (INEGI, 2016). Además, sobre el tema de transacciones monetarias haciendo uso de internet, a pesar de que se encuentra en constante crecimiento, solamente el 12.8% de los usuarios en internet ha realizado pagos o compras por esta vía (INEGI, 2016). A pesar de que la proporción no sea tan elevada, esto significaría que 7.9 millones de habitantes han realizado este tipo de transacciones dejando un buen margen para la indagación en términos empíricos sobre este fenómeno cuando hablamos de transacciones realizadas en Twitch cuando nos referimos a los casos estudiados.

Thompson señalaba en las Costumbres en Común que

los que son contratados experimentan una diferencia entre el tiempo de sus patronos y su “propio” tiempo. Y el patrón debe utilizar el tiempo de su mano de obra y ver que no se malgaste: no es el quehacer el que domina, sino el valor del tiempo al ser reducido a dinero, el tiempo se convierte en moneda: no pasa, sino que se malgasta (1995: 403)

De forma retórica me pregunto ¿Qué habrá reflexionado al observar que el tiempo exigido proviene de la demanda de los usuarios en el trabajo que investigamos?

Capítulo II: Perspectiva Metodológica

El objetivo de este capítulo es exponer la perspectiva metodológica en el que se incluye el aspecto epistemológico y teórico, así como de la estrategia por la que se opta en esta investigación. A modo de inicio, se da pie a una discusión epistemológica de nuestra elección metodológica para así exponer el diseño del instrumento de acercamiento empírico que se pondrá en aplicación a lo largo del trabajo. La piedra angular de este apartado es ilustrar los supuestos de realidad expuestos en nuestro objeto de estudio y la forma en cómo se diseña una estrategia metodológica que tenga una congruencia con nuestro planteamiento teórico a través del acercamiento a los fundamentos epistemológicos de la ciencia social.

Como hemos planteado en la definición de nuestro problema, nos preguntamos por la conformación de identidad (o no) a través del análisis del trabajo del *streamer de videojuegos*, y para ello consideramos algunas dimensiones de ésta tales como la juventud, el género o lo lúdico. Para ello, nos preguntamos ¿es posible hablar de identidades en torno al streaming de videojuegos como trabajo? ¿Cuáles son los elementos que caracterizan a este trabajo como juvenil? ¿existen diferencias entre el trabajo de los hombres y mujeres?

Debido a la complejidad de las interacciones sociales actuales que consideramos en nuestro planteamiento; derivado también de las nuevas formas de interacción a través de la red, tendremos especial cuidado en efectuar propuestas que traten de ofrecer un marco interpretativo que pueda analizar la totalidad del fenómeno. Lo anterior para evitar reducir el ejercicio al expresarlo en comentarios, y también evitar realizar afirmaciones con pretensiones de teorizar a partir de la generalización de los datos empírico construidos en el trabajo de campo.

2.1 El enfoque de la metodología configuracionista

La disputa de los métodos, por obtener la hegemonía sobre las demás y determinar así las formas de explicación científicas podemos encontrar la convivencia, no tan cordial en la mayoría de los casos, de este modo se desenvuelven dos facciones, las ciencias naturales y las ciencias del espíritu; donde el primero reconoce la importancia de la ciencia empírica que

explica la naturaleza y la segunda que habla de la verdad local, historiza las categorías y concede importancia a la voluntad de los sujetos (Dilthey, 1980). Reconocer dos tipos de ciencias que intentan explicar la realidad, también es posible hallar dos tipos de métodos que, en su tensión teórica, desenvuelve varias características que enmarcan sus métodos.

Esta disputa puede cristalizarse al preguntarnos sobre la factibilidad explicativa que otorgan estos corpus epistemológicos (positivismo y las tradiciones hermenéuticas) al tratar de comprender y explicar la conformación de identidades y acciones colectivas. Porque este fenómeno (identidades y acciones) no puede ser reducido a un problema de verificación empirista, ni de interpretación de significados en sí. El corpus teórico que el apartado anterior nos ofrece da pie a entender que la realidad laboral implica un momento concreto situado en un momento histórico que se encuentra en constante transformación a partir de la práctica de los sujetos; práctica que da sentido más allá de la estructura (De la Garza, 1983, 2006, 2007; Zemelman, 1987).

Ante el reconocimiento de estos problemas epistemológicos y de relación sujeto-objeto, retomamos la perspectiva reconstructiva y configuracionista de Enrique de la Garza (1988 y 2012). Por tanto, la adopción de este enfoque nos lleva a entablar un diálogo y posterior debate con las dos grandes perspectivas de la ciencia social y por tanto del método de éstas: positivismo y tradiciones hermenéuticas. Cabe señalar que el marxismo juega un papel crucial en el dialogo entre éstas y puede considerarse de igual manera, una de las grandes perspectivas a considerar en esta discusión debido a que se recuperan elementos importantes para nuestro enfoque, así como del enfoque de la configuración.

2.1.1 Positivismo

La preocupación central de esta perspectiva es el problema del mundo real en tanto externo e independiente del sujeto y susceptible a ser captado por los sentidos. Es decir, todo conocimiento surge de una abstracción de la experiencia y, por tanto, medible. Por ello, en las ciencias sociales que se guían en esta perspectiva —en los cuales Comte y Durkheim son exponentes— el objeto merece un tratamiento similar al de las ciencias naturales con una existencia de hecho y sujeta a leyes universales. La realidad es una cosa que está ahí y se

impone como realidad evidente, por lo que la ciencia debe captar las regularidades de ésta (Durkheim, 1986).

Esto implica hablar de que la concepción de realidad y su relación con el conocimiento podría parecer un anacronismo, ha habido muchos intentos para integrar una sola concepción de la realidad, pero fracasaron de alguna manera al no incorporar una idea de nivel de abstracción y de relaciones no reducidas a las deductivas. Es decir, entre concepción de realidad, teoría y método las relaciones no pueden ser únicamente deductivas e implicar saltos de niveles de abstracción que se llenan con supuestos *ad hoc* concretos (De la Garza, 2012).

Tashakkori y Teddle (2003) tratan de reivindicar, en parte, los elementos del positivismo y enmarcarlos bajo una perspectiva de unidad de ciencia que plantea Carnap (1995), este es el enfoque mixto que se basa en el paradigma pragmático. Carnap (1995) anuncia la unidad de la ciencia a través de la incorporación de los elementos culturales dentro de un sistema de constitución, sin embargo, no logra escapar del todo del peso del fisicalismo. Esta visión evita utilizar conceptos como *verdad o realidad*, que, a consideración de estos autores, implica conflictos en los enfoques cualitativos y cuantitativos. La efectividad se utiliza como criterio para juzgar el valor de las investigaciones, punto que pondremos en cuestionamiento como método.

Como parte del mismo desarrollo de la epistemología en las ciencias sociales y el surgimiento de nuevas corrientes tales como las hermenéuticas, interpretativas o el giro lingüístico, se acumularon críticas con las que concordamos. En primer lugar, no fue posible asegurar la validez en la deducción de cada uno de los pasos del método hipotético deductivo pues, vinculado a ello, no se encontraban las hipótesis deducidas directamente de la teoría. En segundo lugar, se encontró improcedente considerar al dato empírico como algo dado en la realidad pues se ignora la importancia -elementos que consideramos importantes en nuestra investigación- de los componentes histórico-cultural, de intereses del investigador y de relaciones de poder que pueden estar vinculados a ello.

2.1.2.- Tradiciones Hermenéuticas

El campo de la hermenéutica remite a una reflexión sobre el enuncia, el interpretar y el traducir. En los tres casos, la hermenéutica se vincula desde siempre a distintos modos de comprensión, que en última instancia se remite a la interpretación mediante un proceso de traducción (Velasco, 2012).

Asimismo, es posible recuperar la noción de que es factible proponerse la posibilidad de un conocimiento objetivo del mundo interno de los sujetos, sino también se reconocer que los motivos internos de la acción interna tienen vinculación con el espíritu objetivo de un momento históricamente dado (Dilthey, 1980.) Esto supone un elemento para pensar en la validación de un método hermenéutico sin soslayar los instrumentos y las nociones que de la materia empírica sin restar la importancia crucial que tiene la influencia de la historia en la constitución del objeto de las ciencias sociales.

Los significados de la acción son enfatizados, como alternativa de explicación al positivismo, por parte del Interaccionismo Simbólico (Blumer, Mead y Goffman), la Etnometodología (Garfinkel), la fenomenología (Schütz) y el constructivismo (Berger y Luckmann). Que tienen como antecedente una parte del pensamiento Weberiano que reconoce que el objeto de las ciencias sociales es la acción social significativa (Weber, 2014). Aquí, los fenómenos no son deducibles ni predecibles en términos de explicación causal, sino que son conexiones con sentido que, para ser explicadas, requieren de un método comprensivo. Tal perspectiva no se asocia necesariamente con perspectivas subjetivistas, aunque la mayoría de las corrientes antes enunciadas si redujeron la realidad a los significados y promovieron un tratamiento subjetivista (De la Garza, 2009), sin embargo, la interpretación de significados que habilita su adopción nos permite comprender de mejor manera a nuestro objeto.

Velasco (2012) realiza una breve revisión de las corrientes hermenéuticas del siglo XX, del cual pueden señalarse, en términos generales, tres etapas de la disputa entre las ciencias monistas y las hermenéuticas: la primera referida a las ciencias del espíritu o de la cultura; la segunda a la disputa dentro de éstas; y la tercera al corriente neo wittgenstenianas en su disputa con las ciencias monistas. Para llegar a la distinción de las tres corrientes hermenéuticas principales, Velasco considera en primer lugar al origen del giro lingüístico

como corriente que busca esclarecer “las diferentes manifestaciones culturales” del lenguaje. Dentro de esta corriente es posible distinguir dos grandes vertientes de ésta y la primera se refiere al estudio lógico del lenguaje y el segundo a la fenomenológica. Continúa recuperando el planteamiento de Dilthey de la comprensión (*verstehen*) y de que los textos como las acciones son expresiones con significados como metodología. Este autor considera en Weber y la idea “la primera orientación generalizadora es un medio heurístico en la búsqueda de interpretación del significado particular de las acciones”, esto como justificación de la segmentación de dos corrientes hermenéuticas principales: las lingüísticas referidas a los planteamientos de Wittgenstein y a la fenomenológica de Husserl.

Se distinguen tres tendencias según Velasco (2012): la hermenéutica metodológica que se inserta en el ámbito de las ciencias sociales y la historia, la hermenéutica filosófica, de raigambre fenomenológica que se ubica en las humanidades, y la hermenéutica política que surge de la teoría crítica. Veamos la primera.

La Hermenéutica Metodológica (o de las ciencias sociales) considera a los objetos y problemas de estudio de las ciencias sociohistóricas no son fijos, ni inmutables y, por ende, no es posible que exista una teoría universalmente válida que explique a partir de leyes invariables las acciones sociales y los acontecimientos históricos. Asimismo, sugiere tomar en cuenta las reglas intersubjetivas de una comunidad para interpretar el significado de las acciones. Recupera de Schutz su propuesta de interpretación del significado desde el sentido común de la sociedad a la que pertenece el actor. El sentido común es construido históricamente y conforma el mundo de la vida que define el significado objetivo de las acciones. Garfinkel, por su lado, considera a la observación del razonamiento práctico de los agentes en situaciones específicas, “análisis situacional” dejando de lado los juicios y valores del científico sobre la acción observada. Por último, esta corriente considera a la Interpretación como producto de la comprensión de un proceso subjetivo que da un producto objetivo susceptible de crítica y análisis. Por lo que se busca mejorar la comprensión del mundo, no de predecir o explicar. *Análisis situacional* como lo nombrara Velasco (2012).

Por otro lado, se encuentra la corriente Filosófica que sugiere que las ciencias sociales han olvidado la historicidad y se han centrado en lo situacional. Plantea que el horizonte hermenéutico (se desarrolla históricamente y actúa en el presente como prejuicio),

implica una relación entre el intérprete y su horizonte constituye su situación hermenéutica. Asimismo, sugiere que en la historia afectiva los prejuicios presentes conducen a la interpretación del pasado, al realizarse la interpretación se cuestionan y desarrollan prejuicios, dando origen a una nueva hermenéutica y proceso de interpretación. Las acciones y obras están definidas por la direccionalidad del desarrollo de la tradición a la cual pertenece el intérprete (Velasco, 2012).

Como elemento final, la perspectiva Hermenéutica Política (o de la teoría crítica) que señala que ésta rescata elementos marxistas. Considera que la ideología puede ser retomada como una falsa conciencia; que las reglas y normas no son aprendidas siempre por el agente; la comprensión que los agentes hacen de sus propias acciones constituye una interpretación hipotética y preliminar que requiere de la revisión crítica de la teoría social. Con ello, Habermas (1993) sugiere que la producción económica y la dominación política que pueden generar mecanismos sistemáticos de la distorsión comunicativa, y que las acciones sociales sólo pueden ser comprendidas en un marco objetivo, en el que se integran el lenguaje, el trabajo y la dominación.

Ricoeur (1995), por su cuenta nos señala que no se puede reducir la hermenéutica a la crítica, ni viceversa. La hermenéutica la recuperación de las voces y contenidos culturales de las tradiciones; la crítica la emancipación de las ideologías dominantes, dentro de las cuales, la más peligrosa es la ideología de la superioridad epistémica y política de la ciencia y la tecnología.

Lo que se recupera de esta perspectiva es la habilitación que pensar en cómo los sujetos producen significados y cómo estos se vinculan con la acción nos da al problematizar nuestro objeto. Sin embargo, entre los problemas que encontramos al adoptar algunos de los elementos desarrollados anteriormente, se encuentra el hecho de que la producción de significados se da únicamente en la interacción a un nivel micro social, es decir, únicamente al cara a cara. Esto significaría la reducción o anulación de las estructuras ignorando teorías anteriores que pudiesen dar pautas a la interpretación más amplia pues, en términos metodológicos se toma como punto de vista principal al del actor en su lenguaje y situación particular.

2.1.3.- Posestructuralismo

De manera similar a como Durkheim describe la sociedad como un poder exterior al individuo y que ejerce un control sobre él, el estructuralismo del lenguaje influenciada principalmente por los trabajos de Saussure considera al lenguaje como precedente de lo individual. Toma como central a los contextos significativos en el que los sistemas lingüísticos y de sentido se constituyen a través de las diferencias y las relaciones. Así pues se distinguen seis supuestos básicos de éstas teorías: el primero refiere a que el significante precede al significado; el segundo a que el sentido surge del no sentido, es decir, que los significados no están dados de antemano por una realidad previa; en tercer lugar el que el sujeto está supeditado a la estructura y que a través de la entrada en el ámbito simbólico encarnado por el lenguaje puede existir la subjetividad; en cuarto lugar el supuesto de que la totalidad de las estructuras es más importante que los individuo y sus prácticas; que es ahistórica como quinto lugar; y por último que tiende al universalismo.

Así pues, la perspectiva posestructural mantiene los supuestos fundamentales de la teoría del lenguaje, por ello no se trata de una ruptura, sino un procesamiento y una radicalización del pensamiento anterior. Entre ello, se puede ver que, a diferencia del estructuralismo, ésta sostiene que no es posible cerrar de forma definitiva la cadena referencial entre significante y significado. Entre sus implicaciones se encuentra el de la *praxis de la reconstrucción* y que consiste en la revelación y el proceso de hacer visible lo excluido, así como a la búsqueda del exterior constitutivo (Derrida, 1971). Al mostrar la deconstrucción que el interior o lo primero no está puramente presente o completo, revela que a lo primer le es inherente una carencia de significado que tiene que es complementada por elementos de lo segundo. En esta medida, esto segundo pertenece a una condición de posibilidad de lo primero. Es también de suma importancia recalcar que la posición prioritaria de estos elementos es debido a relaciones sociales de dominación.

Siguiendo este orden de ideas, Moebius (2011) señala cuatro puntos básicos de las ciencias posestructurales: en primer lugar se encuentra el concepto de tiempo que no parte de una separación estrictamente dicotómica entra la tradición y la modernidad; el segundo refiere a la crítica a las teorías sociológicas de diferenciación funcional, y enfatizan los procesos de “desdiferenciación las hibridaciones y la transgresión de fronteras de los códigos

que trascienden a los sistemas”; el tercer punto refiere a la crítica de las universalizaciones y que exige que el análisis de los procesos de formación sociocultural e histórica, considerar a los regímenes de racionalidad que dirigen las acciones en cada caso; y por último la deconstrucción de todo tipo de estrategias de invisibilización de la contingencia. Michel Foucault es uno de los mayores exponentes, veamos algunas de sus consideraciones.

El teórico francés considera que la realidad es un producto constituido por un entrelazamiento de prácticas discursivas, poder y procesos cognoscitivos, los cuales a su vez determinan lo que puede ser percibido, pensado, experimentado y sentido como realidad (Foucault, 1973). El discurso tiene, en su opinión el poder de producir saber y racionalidad. El análisis del discurso va más allá y considera a las prácticas, instituciones y relaciones de poder de la sociedad (Foucault, 1991). Así pues, el lenguaje es solamente un modo de la producción de orden entre varios; al lado de él existen también instituciones, arreglos materiales, o bien prácticas no discursivas. Con ello se designa la relación estratégica de poder entre las prácticas discursivas, las no discursivas, el saber y el poder como “dispositivo” (Foucault, 1991).

A pesar de que el planteamiento posestructuralista fue una de las alternativas después de la crisis del positivismo, consideramos que el textualismo no resolvió los problemas que la hermenéutica como método alternativo. Pues, en el intento de darle objetividad a los textos que se objetivan en las prácticas sociales, supone de cualquier manera una interpretación de éstos. Lo objetivado puede trascender a los sujetos, ser compartidos y acotados por las estructuras en relación con las propias acciones. De igual manera consideramos que, a diferencia de entronizar el texto como la guía de interpretación, son las propias prácticas sociales las que dan origen a tal objetivación.

2.1.4.- Marxismo

La tensión entre empirismo y hermenéutica en Marx es reconocible por medio de su lectura en distintos enfoques: naturalistas, estructuralistas y positivistas (Engels, Kautsky, Lenin o la URSS) así como del reconocimiento del ángulo del sujeto-objeto (18 brumario, Gramsci, Thompson y la Escuela de Fráncfort).

En el caso del marxismo hay un concepto de realidad social en que implica: a) articulación entre objetividad y subjetividad; en la que se reconocen los procesos de objetivación originados en los sujetos y sus interacciones pero que adquieren vida propia, b) las leyes como leyes de tendencia “históricamente determinadas” y los espacios de los posible se transforma a través de rearticulaciones entre objetividad y subjetividad. c) El concepto de objetivación no se reduce a lo físico, sino que es aquel producto humano que escapa al control de sus creadores, que pueden darse en campos y niveles diversos de abstracción para escapar del reduccionismo positivista; una totalidad que no determina, aunque presiona y de la que forman parte el sujeto y sus significados. d) La realidad tiene una dimensión de sentido, entendido éste como códigos acumulados con el fin de construir significados concretos para la situación concreta (De la Garza, 2012).

Marx no plantea un método de investigación acabado, sino que establece criterios metodológicos generales como guías para la investigación concreta (como se señala en el párrafo anterior), se tendrían que esperar propuestas como la descripción articulada (Zemelman, 1990), para acercarnos a un método de investigación (De la Garza, 2012)

Siguiendo bajo el planteamiento de realidad y sus implicaciones, Marx propone analizarla con el método concreto-abstracto-concreto. Parte de la realidad concreta; un objeto inmerso en representaciones caóticas, y a través de mediaciones va de lo más simple (abstracto) a lo concreto en el pensamiento al reconstruir la totalidad concreta de sus múltiples determinaciones (Marx, 2002). Por ello, por tratarse justamente de reconstrucción de objetos concretos, las características del método van a ser diferentes dependiendo del objeto que se trate (De la Garza, 1988). Diferente porque lo que se articula es distinto y tan variado como la complejidad social misma.

Pues al considerar a lo concreto en sentido real, nos referimos a que no nos reducimos únicamente a lo empírico, sino que, al tomarla en cuenta, se incluyen teorías previas sobre el objeto en un proceso de transformar intuiciones y representaciones en conceptos (De la Garza, 1983). Pues en el método de exposición se realiza dicha articulación y generación de conceptos que pueden provenir del lenguaje científico y del sentido común, siendo el camino de lo abstracto a lo concreto.

2.1.5.- Teoría crítica

El problema que plantea Adorno es que la sociología y sus métodos identifican lo social, sin embargo, su objeto y su método no son unitarios pues existe una diferenciación radical entre ideas relacionadas a la totalización (filosofía de la sociedad) y a la investigación empírica (de hechos) como poniendo especial énfasis en lo particularista (2001). Haciendo crítica a las posturas positivistas que dan la total importancia a los datos empíricos pone en duda sus reflexiones teóricas ya que éstas se realizan sobre el conjunto de la sociedad a partir de ellos, pues “las ideas sobre la sociedad entendida como un todo trascienden necesariamente sus hechos dispersos” (Adorno, 2001: 20). Con lo anterior es imposible comprender al objeto de investigación sin ninguna guía o esquema analítico producido por la subjetividad del investigador. Traídas no sólo de los datos meramente empíricos, sino de elaboraciones conceptuales que disuelven así la rigidez del objeto. Es por ello, señala Adorno *la teoría tiene la condición en la formación de un concepto de la cosa (el tema o el mundo óptico) al cual se organizan los datos dispares... convirtiéndose así en un campo de tensión entre lo posible y lo real* (Adorno, 2001: 20). Por tanto, si lo que se producen son predicciones de regularidades no obtenemos más que meras descripciones del objeto que no revelan estas tensiones.

Por su cuenta, Horkheimer señala considera que la idea de Totalidad refiera a una contradicción constante que supera al positivismo (1968). Supone que el sujeto y el objeto no son coincidentes puesto que no hay leyes que sean cosas independientes a él puesto que la percepción, incluso en los mayores reductos individuales, es social. Esto implica que, a nivel metodológico, la articulación en el proceso de conocimiento entre sujeto y objeto no se trata únicamente de método. Por tanto, volviendo a Adorno, la intención es teorizar al nivel de la totalidad de sociedad partiendo únicamente de datos empíricos particularistas, se obtiene solo, en el mejor de los casos, conceptos generales clasificatorios, pero jamás el objetivo, la totalidad (2001).

Siguiendo la crítica al positivismo, Adorno afirma que el empirismo, en su completa subsunción al dato particular, supone que lo teórico y empírico no son concebidos como parte de un continuum, porque las investigaciones de esta naturaleza, por más grandes que puedan llegar a ser, son meras ideas vagas sobre la totalidad social sin comprender sus esencias.

Entonces, la potencia de esta perspectiva, la empirista, es la persecución constante de objetividad en términos de método científico y no tanto de lo investigado (2001).

La respuesta que ofrece esta propuesta es que la totalidad, la objetividad social, instituciones y fuerzas partir de abstracciones cualitativas a partir de la información cuantitativas. El sujeto, como un ser socializado contemporáneo, se vuelve objeto de la totalidad social. Porque se *toma incorrectamente a esto como epifenómeno, lo que ha hecho de nosotros (mundo externo, de la experiencia), por la cosa misma* (Adorno, 2001: 25). Los sujetos, por tanto, no son simples especímenes pues su comportamiento está mediada por la razón negando esta característica a menuda dada por las investigaciones positivistas. En ocasiones tiene elementos de universalidad, pero al mismo tiempo ésta está especificado por el conjunto de intereses que pueden ser contradictorios entre sí. La naturaleza del sujeto depende de la objetividad, a los mecanismos que obedecen de ella y que constituyen su concepto. Pero esto puede determinar en la tendencia que lleva más allá de ellos.

En ciencias sociales no puede conducirse en la deducción (de lo particular a lo general), es decir del hipotético deductivo pues las reglas que rigen al uno son diferentes para el otro. Los datos subjetivos deben encontrarse con los objetivos, como señala Adorno, *la naturaleza del sujeto depende de la objetividad, a los mecanismos que obedecen a ella y que constituyen su concepto, experiencia. Pero este puede determinarse en la tendencia que lleva más allá de ellos* (2001: 26). Por tanto, se plantea indagar entonces los contenidos de la conciencia en relación con los de la experiencia, cómo se construyen sin negar la objetividad social, ya sean objetivos u subjetivos, pues se encuentran mediados por la sociedad.

2.1.6.- La metodología configuracionista y el mundo del trabajo

La recuperación de la metodología configuracionista como perspectiva adoptada en esta investigación es debido a que ésta considera a la incorporación del sujeto como aspecto fundamental, dado que todo conocimiento supone reconstruir al objeto en sus múltiples determinaciones, incluyendo los condicionamientos subjetivos que pueden ser no conscientes y que, sin embargo, inciden en su acción y significación (De la Garza, 1988, 2012).

Esta metodología parte de las siguientes premisas: a) los significados no necesariamente son observables aunque si pueden manifestarse de forma pública; b) no se

reducen -los significados- a los motivos de la acción ni tampoco son propiedades subjetivas reconocibles (como gustos, preferencias, etc.); c) se componen de elementos subjetivos, aunque no se reducen a lo subjetivo: todo significado contiene elementos de objetividad; d) no pueden ser explicados en sí mismos, sino en la vinculación con las prácticas que surgen y las estructuras que los condicionan; e) no necesariamente son reconocibles por los sujetos y no por ello dejan de ser significativos para la explicación objetiva de una situación dada; y f) se construyen en las interacciones (De la Garza, 1988).

En este sentido se plantea que la teoría debe ser pensada en términos de configuración, que acepta incoherencias y contradicciones donde el objeto a ser reconstruido también debe considerarse articulación no necesariamente coherente de estructuras, subjetividades y acciones (De la Garza, 2012). Sugiere que la relación entre acciones, subjetividades y estructuras recupera la idea de que las estructuras no son negadas pero que su influencia no es total, pues los sujetos, a partir de dar sentido, deciden los cursos de la acción. Es entonces la subjetividad para De la Garza como *un proceso que pone en juego estructuras subjetivas parciales (...) en diferentes niveles de abstracción que se reconfiguran para cada situación concreta* (De la Garza, 1992: 86).

El concepto de determinación, entendida como ley de tendencia contrasta con el concepto positivista de causalidad. En esta medida la ley de tendencia podría comprenderse como acondicionamientos objetivados que escapan a la voluntad de los sujetos que no determinan sino presionan, de manera que la resultante es de esa objetividad, pero también de sujetos con capacidad de tomar decisiones (De la Garza, 2012).

Cuando nos trasladamos al ámbito del trabajo, la metodología configuracionista nos resulta de utilidad para acercarnos a desentrañar las relaciones que caracterizan a nuestro objeto por los siguientes elementos: (a) es abierta ante diferentes contextos o realidades al negar la existencia de factores determinantes que sean universalmente aplicables, pues si se proponen dimensiones iniciales, como menciona De la Garza, estos son siempre tentativos; (b) se parte desde lo más evidente que puede influir en nuestro objeto -tal como se plantearon las dimensiones desarrolladas en el capítulo I-; (c) el centro es el trabajo y que *se encuentra dentro de campos de poder, conflicto o cooperación e involucra interacciones en estructuras que presionan, y procesos de construcción de significados* (2017: 77); (d) la interacción de

los sujetos al trabajar contiene significados que se nutren de emociones, valores éticos, estéticos y no únicamente lo cognitivo, aunque podría estar incorporado ahí; (e) cuenta la cultura empresarial en la configuración de identidades y procesos productivo donde también influyen la cultura social amplia en un momento histórico determinado; y, finalmente, (f) la construcción de códigos emocionales, estéticos, éticos, cognitivos se dan y se transforman, en el ámbito laboral y social amplia, en la práctica -en nuestro caso, la práctica productiva- (De la Garza, 2017: 77-79).

Los principios desarrollados en esta síntesis de la metodología configuracionista, nos permite abordar nuestro problema sin los amarres deterministas que los axiomas universalistas que la posición positivista plantea. Reconocemos las acciones de los sujetos, a las estructuras que presionan pero que no determinan, *y la subjetividad el cual es pertinente distinguirla de cultura en sí misma, pues la primera hace referencia al proceso de construcción de significados para una circunstancia específica, y la segunda a los códigos objetivados que dan sentido* (De la Garza, 2011: 245).

2.2.- Estrategia metodológica

En este apartado exponemos nuestra estrategia metodológica que se utilizó en esta investigación. A modo de inicio, se presenta la operacionalización conceptual que se nutrió de nuestra discusión teórica y que incluye aspectos analíticos, conceptos ordenadores, dimensiones e indicadores. Con lo anterior, se expondrá el diseño del instrumento de acercamiento empírico que se pondrá en aplicación a lo largo del trabajo teniendo en cuenta las propuestas de la metodología configuracionista. La piedra angular de este apartado es ilustrar los supuestos de realidad expuestos en nuestro objeto de estudio y la forma en cómo se diseña una estrategia metodológica que tenga una congruencia con nuestro planteamiento teórico a través del acercamiento a los fundamentos epistemológicos de la ciencia social.

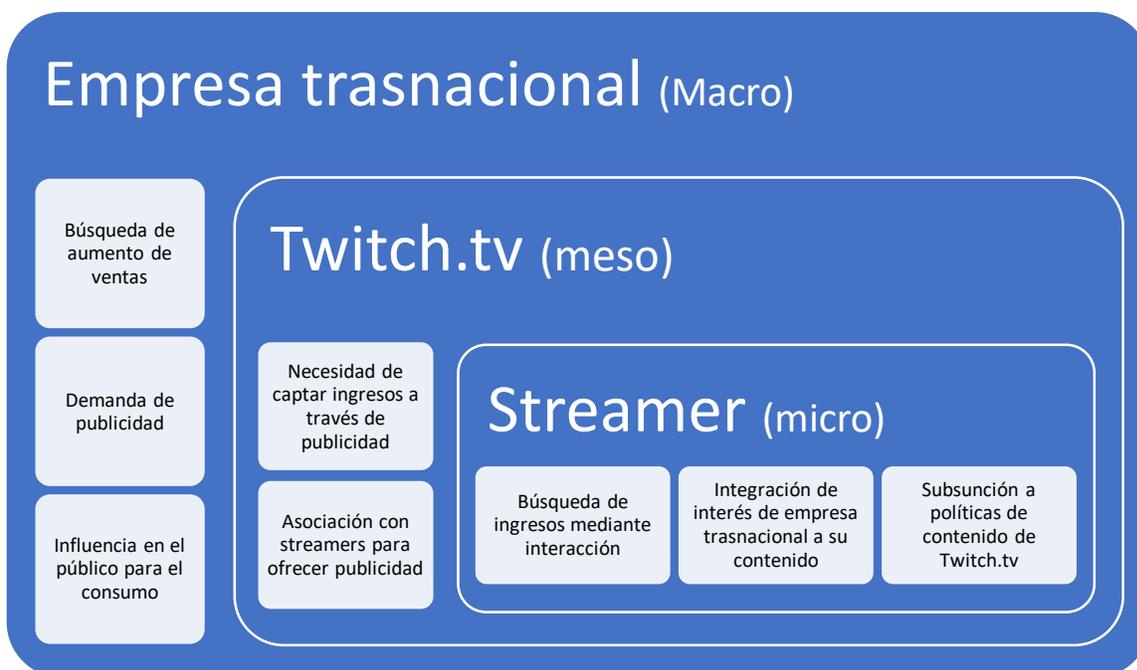
Como hemos planteado en la definición de nuestro problema, nos preguntamos por la construcción de identidades de un streamer de videojuegos y los procesos de control y resistencia durante el proceso productivo. Para ello, realizamos un estudio de aproximación de caso donde se observará metódicamente a varios streamers en las que es posible

clasificarlos en nivel de reproducciones de su material, género e ingreso por diferentes canales. En segundo lugar, se desarrollará la forma de entrevista para poder captar apreciaciones de los sujetos que nos ayuden a desentrañar los significados que pueden jugar un papel en la construcción de identidad y de los procesos de control y resistencia en la subjetividad de los streamer.

2.2.1.- Sobre los cortes de realidad

Es importante, de acuerdo con lo desarrollado en el universo de observación, reconocer la influencia de diferentes niveles de realidad que se encuentran presentes en el proceso de streaming de videojuegos. Cabe aclarar que esta diferenciación es únicamente analítica que nos permitirá comprender el entretejido de interacciones entre los actores laborales que consideramos parte de nuestro objeto de investigación.

Esquema 1.- Cortes de realidad para comprender el fenómeno empírico



Fuente: Elaboración propia

En el esquema anterior consideramos tres niveles de realidad -macro, meso y micro- que nos ayudará a comprender el proceso en el cual nuestro sujeto se interrelaciona con los otros niveles. En primer lugar, consideramos que las empresas transnacionales, en su afán de aumentar sus ventas de sus productos, que pueden estar o no relacionados con la industria de los videojuegos, buscan canales de difusión de su publicidad influyendo en la capacidad de los compradores potenciales en adquirir tales productos.

A nivel meso, ubicamos a la empresa Twitch.tv pues ella, como puente entre los streamers y las empresas transnacionales, ofrece diferentes opciones en las que transnacional y jugadores pueden asociar sus contenidos; se ofrece espacios para insertar publicidad en la página en sí, pero también ofrece a los jugadores, a cambio de darles la oportunidad de recibir una pequeña proporción por los clics que los usuarios dan, una proporción de ese ingreso.

A nivel micro, el jugador puede tener vínculos directos con las empresas transnacionales al firmar un patrocinio, pero también se encuentra en constante interacción con los usuarios de los cuales desea obtener ingresos provenientes de ventas, publicidad, ingresos o patrocinios; estos jugadores integran, de acuerdo con las políticas que Twitch coloca como requisito para ser Partner, los contenidos de las empresas.

Siguiendo la perspectiva de la metodología configuracionista, cabe señalar que esta división por niveles de realidad es meramente analítica pues la interacción de los sujetos transita entre éstos en un conjunto de relaciones que pueden estar atravesadas por la contradicción, el poder, el conflicto o la cooperación. Tampoco se trata de un esquema cerrado a otros aspectos de la realidad social pueden influir tales como la industria cultural, regulaciones institucionales, culturas regionales o ámbitos como la familia, la escuela o la comunidad, sino que, teniendo como eje central al trabajo, consideramos esta división para no perder de vista esta centralidad laboral.

2.2.2.- Categorización

La construcción de instrumentos que ayuden a la resolución de nuestro problema de investigación va de acuerdo con la idea de que el planteamiento de dimensiones, conceptos, o guías indagatorias que resultan evidentes, y que también pueden ser modificadas de acuerdo

con el proceso de descubrimiento, responden a una categorización. Como guía de acercamiento a nuestro problema de investigación se realizó el diseño de indicadores que den pie a una reflexión conceptual. Este esfuerzo no es estático, sino que se trata de un proceso inacabado porque se está abierta a la posibilidad de descubrir nuevos elementos que añadan información adicional o más compleja que ayuden a complementar en mayor medida esta investigación.

A continuación, exponemos un cuadro con los elementos a considerar para diseñar la estrategia metodológica para obtener información empírica.

Cuadro 1. Aspectos analíticos, conceptos ordenadores, dimensiones e indicadores a considerar en la investigación

Aspecto relacional	Concepto	Dimensiones	Indicadores
Trabajo	Trabajo no clásico	<ul style="list-style-type: none"> • Relación con el espectador • Relación con otros Streamers • Producción simbólica • Circulación 	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de influencia del cliente en producción • Grado de influencia de otros Streamers en producción • Seguridad social
	Trabajo Estético-emocional	<ul style="list-style-type: none"> • Relación estética-emocional en la interacción con el espectador, empresa y patrocinadores • Pautas de interacción con los espectadores, empresa y patrocinadores 	<ul style="list-style-type: none"> • Formas “deseables” de interacción establecidas para buscar donativos, patrocinios o ventas • Organización del espacio de transmisión • Atención a aspecto físico para transmisión
	Control del proceso de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso de trabajo • Relación con la empresa • Resistencia • Influencia de Género 	<ul style="list-style-type: none"> • Sanciones administrativas • Contacto con empresa • Recepción de pagos • Sugerencias que da la empresa • Grado de formalidad/ informalidad de regulación • Interacción diferenciada con los usuarios según género • Pericia en juego exigida por el usuario según género • Elementos estéticos exigidos por el usuario según género
	Configuración identitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Significados construidos en torno al trabajo • Espontaneidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Identidad como Freelance • Identidad como Independiente • Libertad económica • Libertad creativa

	<ul style="list-style-type: none"> • Expectativas para con el trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Identidad coyuntural
Trayectoria laboral juvenil	<ul style="list-style-type: none"> • Carácter de las trayectorias y expectativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Ver al trabajo como: temporal o permanente; fácil o complicado; divertido siempre o en ocasiones extenuante.
Sentido juvenil del trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Significado del trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Expectativas en torno a jugar videojuegos como trabajo • Relacionar la actividad gamer como algo exclusivamente juvenil • Vínculo de jugar videojuegos como algo “emancipatorio”

Fuente: Elaboración Propia

Como guía de acercamiento a nuestro problema de investigación se realizó el diseño de indicadores que den pie a una reflexión conceptual. Este esfuerzo no es estático, sino que se trata de un proceso inacabado porque se está abierta a la posibilidad de descubrir nuevos elementos que añadan información adicional o más compleja que ayuden a complementar en mayor medida esta investigación.

Se dividió el trabajo de campo en dos etapas en la cual la primera consistió en la recuperación de información de fuentes secundarias: se realizó una revisión del proceso financiero de la industria del videojuego, específicamente del streaming, así como indagar de forma exploratoria actores laborales implicados en este proceso. Fue este primer momento de acercamiento empírico el que nos dio idea de la situación en que el streaming en Latinoamérica y el mundo se encuentra; no significa que queda cerrado, sino que se buscará afinar con mayor precisión este punto. Con lo anterior, se agrupó información en algunas categorías que se vincularían con la información de siguiente etapa. Esta segunda parte consistió primordialmente en la recuperación de información de fuentes primarias a partir de entrevistas.

2.2.3.- Sobre las entrevistas y el Internet

Una entrevista se trata de una situación en la que una persona se somete a las preguntas realizadas por otra. Las diferentes clases de entrevista guardan relación con el objetivo que ésta persiga, y la información que con ella se pretenda obtener (Valles, 2007). Por este motivo, utilizaremos como instrumento a entrevista semi estructurada de manera que se

pueda conocer de una forma más flexible las opiniones, sentimientos, pensamientos, entre otros, del sujeto de estudio (Catani, 1990). Ante la complementación que ofrece la primera etapa, las entrevistas tuvieron el propósito de obtener información relevante de acuerdo con los objetivos del estudio, el tiempo y los recursos disponibles para su realización.

Dentro de este género, podemos encontrar varios tipos de entrevista como medio de investigación cualitativa, entre ellas la *entrevista conversacional informal*, basada en un *guion, estandarizada abierta y estandarizada cerrada*. Nosotros optamos por efectuar entrevista basada en un guion, pues se caracteriza por la preparación de temas a tratar, y por tener libertad el entrevistador para ordenar y formular las preguntas, a lo largo del encuentro (Valles, 2007). De este modo se presenta una guía de entrevista que incluye los ejes temáticos se ha elaborado a partir del problema de investigación, así como de la categorización propuesta para resolver dicho problema. A continuación, se muestran los ejes temáticos de la entrevista:

- **Datos socio demográficos generales:** Para conocer sobre la persona que se entrevistará en general, de este modo para categorizar dentro del rango de tipos de streamers y establecer si existen homogeneidades, al menos en términos demográficos, o una heterogeneidad.
- **Experiencia con respecto al trabajo de Streamer de Videojuegos:** Donde se busca conocer el proceso de ingreso y salida del programa de partners, el proceso de producción de sus materiales, así como su interacción con la empresa, espectadores y los patrocinadores, fuentes de su ingreso monetario.
- **Interacción con otros Streamers y el usuario:** Indagaremos para conocer la influencia que pueden incidir otros actores relacionados con el trabajo del partner para la transmisión de sus juegos tomando en consideración los aspectos que el concepto de trabajo no clásico y del trabajo estético-emocional nos dan cuenta.
- **Identidad del Streamer:** Aquí se busca conocer los elementos objetivos y subjetivos constitutivos que puedan generar una percepción propia del productor para así considerarlo una identidad en torno al trabajo.
- **Control sobre el proceso de trabajo:** Se pondrá especial atención a los elementos formales como la regulación directa de la empresa, patrocinadores y espectadores en

términos de las sanciones que se pueden establecer al realizar una transmisión, así como las resistencias (o no) ante este proceso.

- **Significación del trabajo según expectativas sociales para cada género:** Se indagará sobre las diferencias que puedan existir entre la transmisión de juegos entre hombres y mujeres y de las percepciones que tienen de ello los mismos streamers y otros actores, por ejemplo, los espectadores.
- **Significación del trabajo según la construcción juvenil:** Para conocer si existe un sentido juvenil del trabajo que relacione al streaming como una actividad exclusiva a partir de conocer las expectativas que se generan en torno a ello.

Ante la necesidad de generar una estrategia integral, que implique comprender la realidad concreta en sus múltiples articulaciones para evitar así reducir la reflexión al análisis del dato empírico, sino problematizarlo y reconstruirlo, mostramos las técnicas de investigación que se emplearon como parte de la estrategia metodológica siguiendo una congruencia con los niveles de realidad expuestos en líneas anteriores, así como de los conceptos ordenadores propuestos.

En el principio, Internet se utilizaba únicamente como recurso y apoyo informático para facilitar los procesos de investigación. Había un gran escepticismo como método. Evidencia que las interacciones y espacios en línea eran de suficiente intensidad y significancia para estudiarlos seriamente (Jones, 1995,1997; Hine, S, 2000). Sin duda hay un cambio en los énfasis de la literatura:

- a) Entre los investigadores ha habido un cambio importante al considerar que internet, en lugar de actuar como un fenómeno trascendente que ofrece una forma separada de espacio social está en cambio incrustado, en un contexto múltiple de lo cotidiano. Se convierte compleja y multifacética que refleja y reestructura la vida cotidiana.
- b) Desarrollo de los métodos digitales. Inicia con investigación participante cualitativa.
- c) Encuestas en línea.

De acuerdo con la bibliografía revisada, lo referido a la investigación en internet proviene desde la comunicación, antropología y estudios bibliotecarios, y más recientemente desde la sociología (Jones, 1995,1997; Hine, S, 2000).

Cuadro 2: Técnicas utilizadas en trabajo de campo

Técnica	Aplicación
Entrevistas individuales	<ul style="list-style-type: none"> • Streamers • Videojugadores profesionales • Youtubers de Videojuegos • Comunity Managers de Twitch • Especialistas en internet
Observación directa	<ul style="list-style-type: none"> • Espacio de trabajo • Proceso de trabajo • Incurción en el streaming
Revisión documental	<ul style="list-style-type: none"> • Contrato con la empresa • Reglamento interior de trabajo • Manuales de potenciación de perfil de usuario • Podcast de la empresa • Estadísticas en bases de datos • Videos de la empresa y de los actores
Indagación sobre eventos organizados por los actores involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de los acontecimientos del Foro Internacional del Videojuego

Fuente: Elaboración propia

De este modo, es posible hacer una clara diferenciación de las técnicas empleadas, así como el objetivo de aplicación bajo la injerencia de varios aspectos de situación y acción en la investigación. Así pues, los objetivos de aplicación persiguen constituir una revisión a varios niveles de abstracción de la realidad del fenómeno: el trabajo del Streamer. Desde un nivel micro –las entrevistas individuales- pasando por instancias intermedias de organización –eventos organizados por los trabajadores- así como la indagación de la dinámica internacional de los Streamers, así como de los actores económicos trasnacionales en su conjunto.

Las entrevistas individuales no están dirigidas categorías específicas de Streamers (entendidos como tipos de productores de acuerdo con los temas manejados en sus productos) en forma estricta, sino que, tomando provecho de esta gran diversidad, se puede construir un

“collage” de actividades particulares enmarcados en una general, el de generar videos, seguidores, clientes y ganancias traducidas en beneficios monetarios.

La observación directa es posible a través del contacto mismo con los diversos Streamers que permitan un acercamiento al proceso que llevan a cabo para elaborar sus materiales. Estos procesos esperados a observar aportarán los elementos necesarios para poder realizar una descripción detallada del proceso de trabajo del partner; desde el momento en que se gesta la idea pasando por su elaboración hasta el momento de monetización y la recepción de beneficios económicos. Para ello, se revisará el procedimiento de los productores que permitan observar su espacio de trabajo así pues como el proceso de éste. Aportando detalles que faciliten elaborar una descripción general del proceso mismo, así como la detección de procesos de interacción con otros actores imbricados en el trabajo; que no de forma necesaria sean actores laborales, aportando elementos que fundamente uno de los principios del Trabajo no Clásico de De la Garza (2011).

La revisión documental tiene como objetivo el de adquirir información proveniente de la empresa, como canal directo e indirecto de datos útiles para desarrollar la descripción de la dinámica internacional; en términos financieros y administrativos, para con todos los usuarios que tienen interacción con Twitch colocando la mayor atención a su programa de socios. La revisión de estados financieros al alcance público y los que son recabados a través de una petición y posterior autorización de los ejecutivos de la empresa, reglamentos emitidos al interior de la empresa que aplican las condiciones de uso y trabajo de todos los actores implicados con la dinámica de ésta organización, así como estadísticas e información de promoción que ayuden a la conformación de una descripción del proceso financiero y comercial de la empresa y de la afiliación de los interesados a ser “socios” o partners de ésta, serán utilizados como parte de las técnicas de recopilación de información de esta investigación.

La indagación de sobre eventos organizados por los actores involucrados implica hacer una búsqueda, a través de información proporcionada por los partners involucrados tomando como referencia sus experiencias en participación en eventos que aglomera a diversos streamers y actores relevantes para la industria del videojuego. Del mismo modo, se indagará en datos periodísticos, redes sociales, y elementos disponibles en el mismo sitio de

Twitch que proporcionen guías para construir una descripción de los procesos de trabajo. De forma específica, se indagará sobre los hechos que acontezcan en diversos espacios tales como el Foro Internacional del Videojuego con la idea de captar: la percepción que existe hacia la empresa, estrategias de producción, conflictos, así como los acuerdos consensados.

Capítulo III.- Control del proceso de trabajo de los streamers y construcción de significados hacia la configuración identitaria

En el presente capítulo nos enfocaremos en realizar el análisis de nuestro objeto de investigación a partir de las directrices propuestas en nuestra categorización. Para ello, cabe recalcar el peso económico que la industria de los videojuegos está representando en el capitalismo contemporáneo. Pues para el año 2017 se reportaron ganancias por 3.2 billones de dólares en cuanto a la transmisión de video relacionado con los videojuegos del cual Twitch concentró el 54% de tales ganancias (1.7 billones de dólares). Lo anterior deja a YouTube Gaming, empresa competidora, en segundo lugar, con 22% de esa proporción (.69 BDD) y el resto de ese porcentaje a empresas del mismo ramo que no han tenido el éxito comercial de la empresa propiedad de Amazon (Superdata, 2018).

Otro dato que destacar es que el 51% de las ganancias provenientes de Twitch fueron por las transacciones realizadas por sus usuarios, de las cuales consistieron en las suscripciones y donativos que se realizaron a los creadores de contenido y que la empresa obtuvo una comisión; el porcentaje restante provino de ingresos por parte de la publicidad insertada y los patrocinios (Superdata, 2018).

Por otro lado, Twitch tiene aproximadamente 185 millones de usuarios y 2 millones de reproducciones simultáneas donde la edad promedio se encuentra en los 33 años. Es verdad que la gran mayoría de los jugadores de videojuegos que se retransmiten a través de Twitch no lo hacen con el fin de obtener un ingreso monetario, pues, de acuerdo a cifras oficiales de la empresa antes referida, se tienen registrado un total de 2 millones de personas que transmiten videojuegos en su sitio, sin embargo, de esa cifra, son aproximadamente 17 mil productores que tienen una relación contractual con dicha empresa, a los cuales se le nombre “Partner” en Norteamérica (Twitch, 2017). La cifra anterior nos da idea de la población que cumple las características que son necesarias para esta investigación. Sin embargo, cabe aclarar que esta investigación no tiene por finalidad acercarse a todos ellos, sino el de desentrañar tendencias que nos ayuden a comprender y explicar el control del proceso de trabajo, así como de la construcción de identidades a partir de analizar el contenido del trabajo del streamer.

Se dividirá, por tanto, el capítulo en dos secciones: el primero referido a realizar una caracterización del streaming y el mundo de los videojuegos para terminar describiendo a detalle los pormenores que implican una transmisión; posteriormente, hablaremos sobre control del proceso de trabajo colocando énfasis en las vías en las que éste se hace presente en las transmisiones de video; y, finalmente sobre los elementos objetivos y subjetivos que configuran (o no) identidades respecto al trabajo del streaming. Ambos aspectos estarán intersecados por la reflexión que el papel de la juventud, lo lúdico o el género como parte del contenido del trabajo.

3.1.- Internet, negocios y el streaming de videojuegos

De acuerdo con *International Telecommunication Union*, existen a escala mundial 3,200 millones de usuarios en Internet; eso representa casi la mitad de la población mundial en 2015 (7,300 millones), de los cuales 2,000 millones pertenecen a países en desarrollo, donde el 46% de los hogares cuenta con este servicio (ITU, 2015). Con esto, este medio de comunicación se ha vuelto una plataforma ideal para todos los sectores sociales, tales como lo económico, laboral, consumo cultural e industrial, que de forma inevitable han transformado su esencia.

La economía creativa, donde el Internet se vuelve uno de sus soportes principales, incluye productos audiovisuales, diseño, “new media”, artes, publicidad y artes visuales, es uno de los sectores que ha crecido rápidamente en la economía mundial. Es altamente adaptable en términos de los cambios generacionales, así como en la creación de trabajos y la exportación de ingresos. Entre 2002 y 2011, los países que desarrollan esta economía han tenido un crecimiento del 12.1% anual en exportaciones en bienes creativos. También el impacto de la cultura en la economía se fue demostrando estadísticamente en los últimos años. Para 2011, Unesco estimaba que las industrias culturales y creativas contribuían con el 3,4% del PBI mundial. También es importante el impacto en el comercio internacional de los bienes y servicios creativos, la quinta “mercancía” más transitada del planeta. (UNESCO, 2014).

El vínculo entre los bienes culturales con la creatividad se ve reflejado en el mensaje principal del *Special Edition of the United Nations Creative Economy Report*, que fue co-

publicado por la UNESCO. Este señala que el intercambio mundial de los bienes creativos y los servicios han generado 624 mil millones de dólares en 2011, que significa el doble generado entre 2002 y 2010 en su conjunto. Al mismo tiempo, la creatividad y el consumo cultural también han tenido un valor significativo no monetario que contribuye al desarrollo de la inclusión social, para dialogar y entender a grupos sociales subestimados. Por supuesto, los valores que expresan la realidad sectorial varían de acuerdo con qué se esté midiendo. Un muy buen indicador es el “PIB Cultural”, que comprende el valor generado por las actividades de las industrias del cine, la radio, la televisión, la música, las publicaciones periódicas y el libro junto a las de bibliotecas, archivos y museos y otras actividades culturales y “no culturales” (que en este nivel no resulta posible excluir, como las deportivas). Una de sus fortalezas es permitir comparaciones entre países (UNESCO, 2014).

A pesar de que la noción de la industria cultural fue acuñada hace varias décadas, sus límites todavía no se encuentran del todo establecidos, por lo que no se pueden aclarar límites conceptuales que den idea de lo que se trata en términos más afinados. Se pueden encontrar varias acepciones a ellos, los principales son las definiciones institucionales que han señalado que se tratan de industrias que “combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos intangibles y de naturaleza cultural, normalmente protegidos por copyright” (Alianza Global para la Diversidad Cultural, UNESCO, 2006). Lo anterior nos da idea de que el aspecto “creativo” se encuentra presente para caracterizar una industria creativa, pero, considerando que no se limita a ello, sino que la producción se símbolos cargados de significados de distinta índole -estético, emocional, cognitivo, etc.- no podemos afirmar que se tratase siempre de creatividad en el sentido de innovación incremental en todos los casos en que la producción fuese de esta naturaleza.

Existe bibliografía referente al trabajo y la creatividad, en primer lugar, encontramos que Throsby y Zednik (2010: 8) apuntan a una clasificación de los tipos de trabajo artístico que distingue en tres formas de ocupación: el “trabajo creativo” -su práctica principal-, el “trabajo relacionado al arte” -donde se incluirían las labores de docencia, escritura o administración dentro del campo artístico- y el “trabajo no artístico”. Posteriormente, Throsby (2011) señala que las industrias culturales que producen bienes y servicios culturales, siendo estos productos que exigen creatividad en su producción,

transmiten algún tipo de significado en su contenido e incorporan, aunque sea potencialmente, algún elemento de propiedad intelectual. Lo creativo, para él, es cualquier rubro industrial en el que la creatividad esté presente.

Entonces, ¿cómo podemos identificar y caracterizar en cierta medida a las personas que crean contenidos en Internet? Cabe señalar que en buena medida son los jóvenes quienes están apostando a este sector; sobre todo en el ciberespacio ya que éste provee de un campo en el que la creatividad puede ser expresada en formas bastante intrincadas puesto que, en nuestro caso, la creatividad de este se encuentra mediado por las regulaciones de Twitch y de la presión del cliente ya que, al tener una audiencia global, puede encontrar al espectador que esté dispuesto a adquirir lo creado o bien apreciarlo. También cabe preguntarse si, este tipo de producción se trata siempre de una producción creativa, puesto que la atención se encuentra situada en este tenor.

3.1.1.- Industria del videojuego: el ejemplo de los deportes electrónicos (e-sports)

La industria de los videojuegos o Industria Gamer, generalmente asociada al sector creativo y cultural en la producción de bienes, han experimentado un crecimiento constante en términos de producción y consumo durante los últimos años. Para el año 2016, el entretenimiento interactivo que consideran los juegos móviles, de computadora, consola, e-Sports, contenidos audiovisuales relacionados a los videojuegos y la realidad virtual (RV) han generado \$91 mil millones de dólares en ganancias (Superdata, 2017). Los consumidores gastaron para ese mismo año \$41 billones de dólares en juegos móviles, tomando en consideración que ese sector inició tardíamente y que ahora existe un gran parecido con la publicidad de los juegos tradicionales, es ahora demandante de una mayor producción de bienes y gasto de marketing para atender a la demanda de usuarios. Con su relativo pequeño tamaño (\$892 millones de dólares) respecto a otros rubros de la industria del videojuego, el e-Sport se ha vuelto el punto focal para publicitantes, ejecutivos de televisión y anunciantes. Un sector de inversión busca conectar a una nueva generación de consumidores digitales de tal manera que empresas creadoras de videojuegos como Activision, Riot Games y Electronics Arts están explorando posibilidades de generar ingresos a partir de cobrar derechos de medios a las transmisiones de sus títulos a partir del año 2017 (Superdata, 2017).

Estos datos nos dan idea del impacto económico que representa la industria de los videojuegos en términos de volumen, pero también de la influencia que representa en otros sectores que pueden no tener vínculos. La industria del Marketing, que tiene relación con empresas transnacionales, se encuentra involucrada, así como sectores dedicados a la producción de mercancías que buscan penetrar en los videojuegos y sus consumidores. A continuación, revisaremos un ejemplo del desarrollo de una rama de la industria gamer vinculado a sectores productivos, que, en un principio, pueden no tener relación alguna, pero, que, bajo el interés de influir en el consumo de sus productos a través de éste, se estrechan estas relaciones.

Cuando abordamos el asunto de los deportes electrónicos o *e-sports*, podemos apuntar que desde finales de los años ochenta los juegos con opciones multijugador –sobre todo del género arcade, de lucha o deportivos– eran usados para organizar competiciones y torneos a pequeñas dimensiones, normalmente a escala local (Borowy, 2013). La llegada de Internet supuso un cambio radical en la concepción de esas pequeñas competiciones entre amigos o aficionados a los videojuegos. El crecimiento exponencial en el uso de las TIC a finales de los noventa originó el fenómeno de los deportes electrónicos que está alcanzando su cuota más alta de protagonismo desde el año 2010 (Adamus, 2012)(Adamus, 2012: 479-481; Kow y Young, 2013). Las comunidades de jugadores fueron expandiéndose y estructurándose aún más, conformando equipos que practicaban para enfrentarse a otros de forma competitiva. Esto, a su vez, generaba una nueva comunidad ahora de seguidores. Los movimientos virtuales (en foros y webs creadas expresamente para estos eventos) despertaron el interés de las desarrolladoras de videojuegos, quienes vieron el potencial social y económico de las competiciones entre jugadores (Borowy, 2013).

Los deportes electrónicos han evolucionado con las nuevas generaciones de videojuegos y el resto de los avances de las TIC. Las desarrolladoras de videojuegos, acogidos por la comunidad que consume sus productos, incorporan las posibilidades competitivas en sus desarrollos, y los organizadores de los eventos buscan organizar más eventos. Países como Corea del Sur disponen de canales de televisión que retransmiten partidos de deportes electrónicos, se emiten las competiciones por streaming (especialmente mediante Twitch, una plataforma de vídeo en streaming especializada en videojuegos y

comunidades de jugadores) a audiencias multitudinarias, los jugadores más conocidos crean canales en portales como YouTube con millones de suscriptores. Paralelamente, se crearon organismos que organizan y regulan competiciones, torneos y eventos derivados de ellos a escala internacional (Kow y Young, 2013: 390-392). Es frecuente que estas competiciones se configuren a modo de ligas que permiten la celebración de encuentros sostenidos en el tiempo, lo que supone un mayor número de retransmisiones en directo de los enfrentamientos. Una de las organizaciones que desarrollan un mayor número de competiciones de diversos deportes electrónicos es la Electronic Sports League (ESPL, aunque es más conocida por ESL, nombre que reciben también las propias ligas que gestiona), que comenzó organizando torneos en Europa y ya gestiona campeonatos por todo el mundo que son retransmitidos online para un gran número de seguidores. En España, la Liga de Videojuegos Profesional (LVP) gestiona competiciones de juegos como Starcraft II, League of Legends, FIFA –en su versión del año correspondiente–, Call of Duty o Smash Bros. Ya sea a través de los canales de Twitch o YouTube de estos organismos o de los pertenecientes a las compañías desarrolladoras de los juegos que gestionan sus torneos (como suele hacer Riot Games con League of Legends), el número de espectadores de los deportes electrónicos se elevó hasta más de 71 millones a lo largo del año 2013 (SuperData Research, 2014: 4).

A todos estos mecanismos mediáticos y económicos de distintas compañías, se unen los efectos sobre los jugadores y sus hábitos de consumo. El juego pasa de ser un entretenimiento que se adquiere y se juega, a considerarse una competición y una posible forma de vida, debido a la gran repercusión mediática y económica de los jugadores profesionales, los cuales pueden inspirar actitudes de imitación, como cualquier deportista de élite. Además, el jugador ya no se conforma con adquirir las nociones y habilidad básica para superar los retos del juego, necesita mejorar sus capacidades, entrenar y depurar su técnica de juego lo suficiente como para competir con otros jugadores al nivel que exigen los deportes electrónicos (Adamus, 2012: 480-483). Taylor (2012), además de resaltar las habilidades que requiere un jugador profesional de deportes electrónicos, como un elemento característico y definitorio de estos, señala la existencia de otros factores determinantes: la espectacularidad heredada de los eventos deportivos tradicionales; el interés de los patrocinadores –estas dos primeras características habían sido señaladas ya por Hutchins

(2008: 860-863)– en ofrecer apoyo económico y logístico tanto a los eventos como a los jugadores; la existencia de rituales de preparación para la competición y uso de elementos, periféricos especialmente, que distinguen al jugador profesional del que no lo es; y la pasión y emotividad que despiertan los deportes electrónicos en el público aficionado, tanto presente físicamente como a través de las retransmisiones (Taylor, 2013).

Para el año 2016 se reportan 213.8 millones de espectadores del e-Sport llevando como ganancia a los involucrados en este negocio \$892.4 millones de dólares (Superdata, 2017). Asia sigue siendo la región con mayores ganancias y espectadores ya que para ese mismo año se reportaron \$328.6 millones de dólares en ganancias y a 125 millones de usuarios que siguen con regularidad las competiciones; por su cuenta se reportó que en Norte América hay 39 millones de espectadores que generaron \$275.2 millones de dólares en ganancias; Europa cuenta con más espectadores que América del Norte ya que reporta 46 millones de espectadores generando con ello \$269.5 millones de dólares respectivamente en ganancias.

En el tema de la televisión, TBS es el primer canal en occidente que incorpora de forma mayoritaria a su programación, la transmisión de esta actividad tiene como promedio diario a 200 mil espectadores. Equipos deportivos tradicionales como Paris Saint-Germain, Manchester City, Ajax y Schalke FC están invirtiendo en los e-Sports al formar sus propias divisiones para incursionar en los deportes electrónicos, mientras que equipos como los 76's de Filadelfia o los Dodgers de Los Angeles han comprado equipos ya formados previamente.

Lo anterior dimensiona, al menos parcialmente, el esquema de entretenimiento en vivo, tal como los deportes, está sufriendo cambios que, en principio nacen de un interés económico, se ven reflejados en creación de espacios nuevos en los cuales espectadores y jugadores se encuentran y que pueden expresarse por medios distintos, pero con principios similares. Así pues, con este ejemplo, podemos decir que, con estas modificaciones, surgen plataformas basados en internet que ofrecen espacios nuevos de entretenimiento basado en los videojuegos, este caso es el de contenidos audiovisuales en vivo. A continuación, revisaremos esta modalidad, y la que ocupa el foco de esta investigación, sus características y los vínculos que tiene con jugadores y espectadores.

3.1.2 Twitch, la empresa de streaming

Twitch es un sitio web, fundado en el año 2011, de streaming de video en vivo o bajo demanda, cuyo tema principal son los videojuegos jugados por usuarios o socios, transmisión de e-Sports y otros eventos que tienen relación con la industria de los videojuegos. Es de propiedad de Amazon.com, empresa estadounidense dedicada al comercio electrónico cuyo interés por comprarla surgió a mediados del 2013, ya que el sitio conseguía un promedio de 43 millones de espectadores por mes, y para febrero del 2014 fue considerada la cuarta mayor fuente de tráfico en internet en los Estados Unidos. En septiembre de ese mismo año, Twitch fue comprado por Amazon por 970 millones de dólares.

El vínculo con jugadores se da a partir del “Twitch Partner”, programa destinado a los usuarios que así lo deseen, puedan monetizar sus contenidos, es decir su transmisión de videojuegos, que a través de suscripciones que tienen un costo mensual, anuncios publicitarios de otras empresas, o bien donativos provenientes de los seguidores, pueden obtener ingresos de forma constante. Para ser parte del programa de partners del sitio web es necesario cumplir con ciertos requisitos que generalmente un transmisor casual no obtendría que consiste en los siguientes:

- a) Audiencia simultánea media de 500 o más espectadores y que no se trate de un pico aislado, es decir, que sea constante ese volumen de espectadores;
- b) programa de retransmisiones regulares, al menos 3 veces por semana; contenido que se adecua a los términos de servicio y a las normas de conductas de la empresa (Twitch, 2017).
- c) En cambio, si ya se es un productor de contenidos audiovisuales con cierta audiencia tales como YouTube, que logre más 15mil reproducciones por video y alrededor de 100mil suscriptores o más. Pero estos son los casos en los que ya son productores cuya popularidad está establecida, en cambio que en el primer caso se trata de aquellos casos en que no son tan populares.

Una vez aplicando al programa de partners, los usuarios se vuelven socios de Twitch y tienen acceso a funciones tales como:

- a) Al momento de monetizar contenidos, conforme se use Twitch para ganar audiencia, es posible establecer la duración y la frecuencia de los anuncios de la emisión en su Panel de control;
- b) Transcodificadores de vídeo que permiten seleccionar de calidad de video para sus canales de acuerdo con la velocidad de su conexión a internet;
- c) tener un retardo de la emisión de hasta 15 minutos para garantizar un juego justo durante una partida competitiva;
- d) Campañas de TeeSpring que permite hacer merchandising de la imagen de los jugadores como accesorios, ropa y artículos varios que pueden ser vendidos a través de estos canales;
- e) Cheering que podría denominarse “donativo express” (Twitch, 2017).

Aún no es posible, debido a que aún no se profundiza en la investigación, la cifra de usuarios necesarios para obtener un ingreso suficientemente abultado que permita hablar de un salario o un ingreso tal que represente la mayor parte. Sin embargo, a partir de entrevistas realizadas por parte de una agencia de videojuegos, señala un caso: TrumpSC un jugador quien es licenciado en Empresas por la Universidad de Nueva York, comenzó transmitiéndose jugar Starcraft 2, un juego de estrategia. Notó que su canal se llenó de seguidores y suscribió al partner de Twitch, al ver que los ingresos eran generosos, dejó el trabajo y dedica diariamente 7 horas de transmisión. No rebeló a qué cifra alcanzan sus ingresos, pero aseguró que con 5mil seguidores se puede obtener un sueldo mensual. Con 2mil de ellos son suficientes siempre y cuando sean generosos los espectadores con los donativos que hacen al canal (Mashable, 2014).

En principio, la idea de jugar y obtener ingresos se vuelve estandarte de atracción a jugadores nuevos, pues no significaría como tal “trabajar”. Sin embargo, además de que uno de los requisitos para obtener un Partner sean basados en un “trabajo constante”, Kotaku, empresa de medios que atiende información relacionada a videojuegos y tecnología, indica que, sin ser una actividad de alto riesgo, muchos streamers hablan de episodios de gran estrés provocados por la presión de tener que estar más y más horas frente al PC jugando para ganar notoriedad. La gran falta de sueño es solo una de las causas que termina causando cuadros de ansiedad y depresión (Kotaku, 2016).

Esto nos lleva a preguntar ahora sobre los jugadores en sí mismos, las características que tienen y la forma en cómo utilizan, de forma somera, las funcionalidades del Twitch. También se tendrá en cuenta la forma en cómo obtienen los ingresos a partir de diferentes modalidades teniendo como base jugar videojuegos.

3.1.3.- *Streamers*: Jugar, transmitir, y volver a jugar como ocupación

Es verdad que la gran mayoría de los jugadores de videojuegos que se retransmiten a través de Twitch no lo hacen con el fin de obtener un ingreso monetario, pues, de acuerdo a cifras oficiales de la empresa Twitch, se tienen registrado un total de 2 millones de personas que transmiten videojuegos en su sitio, sin embargo, de esa cifra, son aproximadamente 17 mil productores que tienen una relación contractual con dicha empresa, a los cuales se le nombre “Partner” en Norteamérica (Twitch, 2017). La cifra anterior nos da idea de la población que cumple las características que son necesarias para esta investigación.

La idea principal de un streamer es transmitir en vivo su sesión de juego para el resto del mundo empleando software que le permite realizar la actividad a través, indispensablemente, de internet. Esto conlleva, sin duda, a una interacción con los espectadores por medio de Chat. Algunos Streamers no se dan tiempo necesario para leer los comentarios de la propia comunidad. Dan importancia a comentar lo que se dice en el chat para así asegurar que el cliente regrese a ver sus transmisiones. Mientras juega, el streamer responde preguntas que los espectadores dejan en el chat en vivo. Dependiendo de lo que quiera hacer cada streamer, será posible ver el canal con o sin anuncios, y en caso de que haya es posible eliminarlos por completo suscribiéndote al canal y pagando mensualmente.

A menudo se confunde a los streamers como jugadores profesionales. Desde hace varios años, la figura de jugador profesional de e-Sports se ha insertado en la figura de los deportes y el entretenimiento audiovisual en general, y que en algunos países se han creado federaciones que resguarden sus derechos. Los jugadores profesionales firman contratos y buscan proteger su figura como atleta para mantenerse vigente en el desarrollo de esta actividad; firman con patrocinadores y cumplen con contratos de exclusividad con algunos títulos de videojuegos o de hardware especializado para jugar. Existe una polémica en torno

a su remuneración respecto al ingreso que pueda generar realizando streamings. Algunos han trasladado su fama como jugador profesional hacia Twitch ahora como Partner e incrementa aún más sus ingresos.

Entonces nos preguntamos ¿Cuál es entonces la diferencia entre un streamer y un jugador profesional? En teoría, no hay diferencia, jugadores tal como *Imaqtpie*, ex jugador del *Team Dignitas*, es considerado el streamer más popular teniendo 1,768,219 de seguidores, y estimaciones de *CopaGamer*, empresa dedicada al cálculo financiero de videojuego, un ingreso mensual de 14 mil dólares. En comparación con entrenar como jugador profesional y lo extenuante que esto pueda realizar, realiza las mismas actividades del jugador que no es profesional al momento de realizar el streaming. Para algunos, podría verse que éste fenómeno podría afectar a la industria de los e-Sports si no se define la situación de los jugadores profesionales al asegurarles salarios o contratos pues en algunos equipos de reciente formación o no tan grandes, la relación puede ser sólo de palabra.

Es fácil encontrar un patrón común entre los streamers que acumulan una audiencia más abultada y es la del hecho de que sus horarios de transmisión, y su explicitación en su canal, son cada vez más definidos; tienen enlaces de suscripción (que tienen un precio) y de donativos. Se debe tener en cuenta también los horarios de transmisión por los ciclos de sueños. No te verán en tu región si transmites a las 3am, a menos que tu audiencia se encuentre en otro huso horario. El maratón, transmitir por un largo lapso, generalmente es empleado para captar a los espectadores de más zonas horarias, pero esta actividad puede tener efectos negativos muy rápidamente en los cuerpos y estabilidad emocional de los jugadores. Muchos streamers, ya sean veteranos o novatos utilizan esta técnica para ganar un dinero extra con sus canales.

Otro elemento que destacar sobre este proceso es que también es posible la transmisión que no son exclusivamente de gaming, pues en el año 2015 se integró al servicio de Twitch la sección de creativo, de tal manera que se permita a usuarios compartir otros aspectos no relacionados con lo anterior con sus comunidades. A este servicio se le llamó IRL. Esta modalidad introduce cambios en las reglas generales de conducta de Twitch, específicamente las que prohíben contenido que no sea de juego, pero eso no significa que IRL sea un servicio libre para todos como otros servicios de video compartido. Todavía hay

pautas a seguir y el contenido que, mientras que ocurre en la vida real, no está permitido en IRL. Sin embargo, este aspecto no resulta de interés para esta investigación, pues el foco de atención se encuentra centrado en aquellos que juegan videojuegos.

Cuando consideramos el espacio de transmisión en que los streamers se desenvuelven, es común que éste pase varias horas transmitiendo un mismo juego así que resulta importante diseñar un centro de trabajo que posibilite un desempeño deseable en términos de permanencia en el mismo sitio, comodidad y estabilidad en términos técnicos. Además de compartir su pantalla, si este jugador decide habilitar su webcam, comparte la imagen de su habitación, el espacio en el cual se desenvuelve durante todo el tiempo de transmisión.

Ilustración 1. Espacio de transmisión del jugador



Fuente: Deborah Cannon/American-Statesman. Canal de “Avajaija”.

En la ilustración 1 podemos apreciar una configuración del espacio de transmisión de un streamer. Podemos ver en primer lugar, que el uso de una computadora resulta indispensable para poder realizar la actividad pues ahí se realizan los procesos de captura de video, de vínculo con la red para transmitir en vivo, y, por supuesto, jugar. Por lo general se

emplean dos monitores, como podemos apreciar a la derecha de la imagen, una para jugar y la otra para monitorear el estado de la transmisión a través del software especializado, además de usarlo para estar en contacto con sus espectadores a través del chat. Sobre la pantalla que visualiza el juego -la primera-, se puede apreciar el uso de webcam que posibilita la captura de video, si es que el jugador así lo desea. A la derecha de la jugadora, se aprecia el uso de un micrófono para capturar su voz, pues el audio del videojuego es capturado por el software; resulta imprescindible el uso de este dispositivo pues es el canal principal de interacción con los espectadores.

Se resalta el hecho de que la empresa no provee un espacio dentro de sus instalaciones para realizar las transmisiones, es por ello por lo que los streamers realizan en los lugares que ellos designan adecuados. Estos lugares pueden ser sus habitaciones, salas o, en casos específicos, lugares pensados especialmente para esa actividad. Sin embargo, sin tener información necesaria aún, se asume que, generalmente, se da dentro del espacio donde se habita.

Cabe distinguir diferentes tipos de arreglos en términos de distribución de las herramientas utilizadas, tales como software y hardware que son empleados por los jugadores, y que nos permitan categorizar a algunos de ellos de acuerdo con el uso de los elementos antes mencionados. La distinción entre ellos puede significar un reflejo del flujo de ingresos que perciben puesto que el costo de muchas de estas herramientas pueden ser elevados y su uso significaría: un énfasis en el tiempo dedicado a realizar transmisiones, a mejorar la calidad técnica de ella, tener un mejor control de aspectos fundamentales como estabilidad del juego y de la transferencia de datos a la red, mejorar el confort del jugador (véase la silla en la ilustración 1), o bien para cumplir con los requerimientos mínimos para tener jugar y transmitirlo.

Cuando hablamos del aspecto visual y de la realización de las transmisiones, cabe destacar primeramente que el costo de los insumos para que un streamer pueda realizar esta actividad pueden resultar elevados, puesto que es necesaria una combinación entre hardware y software que permita no solo jugar, sino soportar la transmisión en internet. A continuación, se hará un recuento de algunos requisitos que son necesarios para desempeñar esta actividad.

Son 4 componentes básicos de transmisión:

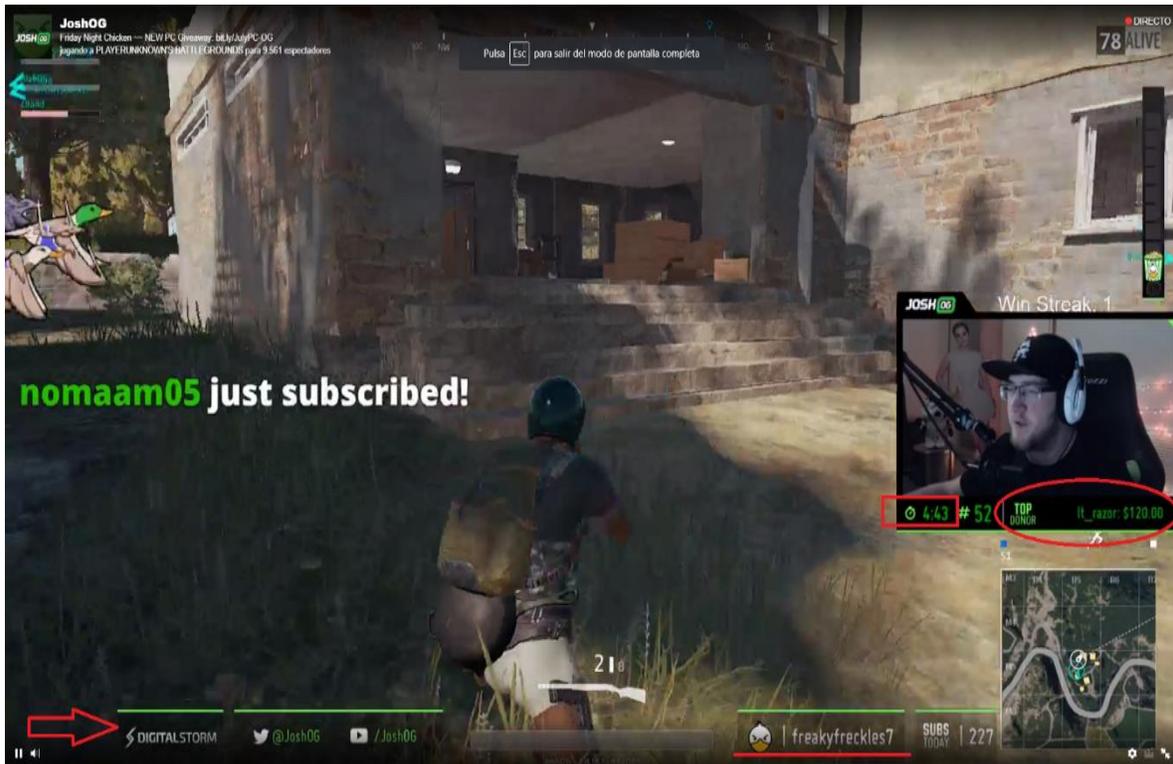
- 1) *Fuente de vídeo o el juego*: En sí, se trata de los juegos que son transmitidos y los equipos que los ejecutan, esto es las consolas y las computadoras. En primer lugar, es necesario considerar que es más caro una computadora que una consola, sin embargo, es preferida la segunda opción debido a que, a pesar de ser más complejo en su uso, es este dispositivo el que ofrece un gran espectro de acción para la transmisión, ya que permite cambiar ciertos parámetros y realizar algunos ajustes con un resultado mucho más profesional. En segundo lugar, también se toma en cuenta que la adquisición de los videojuegos que son jugados puede representar un alto costo para el streamer, puesto que los usuarios, en algunos casos, exigen jugar los últimos que han sido puesto a la venta.
- 2) *Sistema de interacción*: En ello se pueden encontrar, primer lugar al micrófono y en segundo a la webcam. Resulta prioritario el uso del micrófono puesto que se puede transmitir un videojuego sin cámara, por lo tanto, sin ver al jugador, pero es indispensable al menos tener idea de que se transmite en vivo y que el jugador está comentando y reaccionando a lo visto durante la partida, por lo que el uso del micrófono es imprescindible. Estos micrófonos están acompañados con filtro de sonido para reducir el ruido de fondo, esto para buscar una calidad de comentarios que agrada a la audiencia. Los audífonos son también parte importante para la transmisión, en algunos casos éstos vienen integrados con un micrófono logrando prescindir de uno a parte, sin embargo, se prefiere usar sin micrófono para así no bloquear de la vista el rostro completo del jugador, para quienes transmiten también su cámara en su habitación. La webcam es un dispositivo que permite transmitir, además del juego, a la persona que está jugándolo, así como su entorno inmediato. Esto sugiere que el streamer tenga que desplegar más aspectos físicos que solo la modulación de voz o la ingeniosidad de los comentarios, sino que deberá también agradar a la vista del usuario su lenguaje corporal resultando atractivo para quien entra a su canal de transmisión. Para mejorar la apariencia en la transmisión de una webcam, y también ocultar, si así lo desean, de la vista el aspecto de su espacio de transmisión como su habitación o comedor, entonces se utilizan pantallas verdes -que puede ser solamente una sábana de ese color- para mejorar la experiencia de

transmisión al reducir el tamaño del recuadro que los muestra respecto al del recuadro del juego entero y así aislar únicamente la figura del streamer en caso de que su intención no sea mostrar su habitación.

- 3) *Software de transmisión:* No hay aplicación oficial de la empresa Twitch para PC, pues las consolas ofrecen sus propias plataformas para transmitir, así que es necesario utilizar herramientas de terceros que hacen uso de su sitio web. Las dos más populares, OpenBroadcaster Software, más conocido simplemente como OBS, y XSplit. La primera es de código abierto y gratuita, la segunda es comercial, propietaria y para exprimirla al máximo requiere pagar una suscripción que va desde los \$5 dólares hasta los \$9. Aunque XSplit es funcional, palidece en comparación a OBS ya que utilizan la mayoría de streamers, sobre todo porque no requiere una inversión económica. Permite también el uso de plugins y hay algunos realmente útiles que muestran un aviso en pantalla cada vez que hay un suscriptor nuevo, por ejemplo, o una donación. El control de las diferentes escenas que tiene OBS también me parece más pulido y avanzado.
- 4) *Conexión a internet:* Resulta de suma importancia este factor, puesto que, sin ello, los tres elementos anteriores resultarían ineficaces, puesto que a través del servicio de internet es posible la transmisión del contenido a través del sitio web. Existe una variación entre velocidades de internet que se traduce en calidades de video que se pueden ofrecer a los espectadores. Es por ello por lo que es recomendable utilizar conexiones con un ancho de banda muy amplias.

Lo descrito en párrafos anteriores, tales como el espacio de transmisión, las herramientas a usar (hardware y software), son considerados para el lado del jugador. Ahora bien, lo que se mostrará a continuación son los elementos visuales que constituyen una transmisión visible para un usuario, es decir, lo que es posible ver como espectador al ingresar a un streaming al sitio de Twitch.tv. De esta manera podemos indicar los elementos que constituyen el lugar donde se da el encuentro entre estos dos sujetos, donde se realizan los donativos, el chat y el juego en sí.

Ilustración 2.- Pantalla de juego de un streamer



Fuente: [Twitch.com/joshog](https://www.twitch.com/joshog)

De acuerdo con la Ilustración 2, se encuentran remarcado con diferentes íconos para distinguir mejor los elementos: Lo marcado con un óvalo es donde se muestran las donaciones que los usuarios hacen en vivo, en este caso, el mejor donativo de su transmisión fue de \$120 dólares; los donativos que más predominan son las de baja denominación cuya la intención es que el *streamer* haga un comentario respecto a ello durante la transmisión. Mientras más alta sea la cifra donada, menos casos encontramos. Marcado con una línea se encuentra la marca de su patrocinador, en este caso, una marca que vende juegos para celular, que monetizan el contenido que se transmite. Generalmente son de empresas dedicadas a productos destinados a la industria gamer. En ocasiones se coloca una barra de “objetivo” ya sea de donativos o de suscripciones el cual, si se logra en un tiempo definido, implica que el streamer realice una actividad a petición de sus seguidores. Marcado con una flecha, se observa un apartado de información de contacto ya sea para conseguir más seguidores o bien para mantener contacto con sus espectadores. Marcado con un recuadro, es el tiempo de transmisión, en este caso, de cuatro horas y cuarenta y tres minutos.

De igual manera que en el apartado anterior, al no contar con más información que puede proporcionar el trabajo de campo, solamente se presenta una forma en la que se presenta una transmisión de juegos con la perspectiva del espectador. La forma de visualizarlos es abierta a todos, sin embargo, con una lógica de intercambio comercial, es posible entreverla mediante la suscripción a esos canales o el donativo a su contenido. Con ello, en los apartados siguientes abordaremos las características de estas formas de interacción y de ingresos

Hablando sobre el tema de ingresos de los streamers, estos pueden provenir de la combinación de donaciones, suscripciones, publicidad de empresas, cheering o venta de artículos relacionados a su imagen. El compromiso con el espectador por parte del jugador es una gran estrategia para hacer que estos donen. Cuando el recuento de vistas está directamente vinculado a los ingresos, y un flujo más largo podría obtener más donaciones, dejar atrás la rigurosidad de los tiempos de transmisión podría significar un revés en términos de ingresos que pudiesen generarse.

La idea principal de Twitch es la de ofrecer ciertas ventajas a los usuarios que pagan Suscripciones al canal es que los socios de Twitch pueden obtener incluso más ingresos a través de las suscripciones al canal. Si eliges activar esta función, los espectadores podrán adquirir una suscripción mensual a tu canal a cambio de acceso a beneficios especiales, tales como: Emblemas de chat personalizados, emoticonos personalizados, acceder al chat solo para suscriptores, exclusión del modo lento, acceso sin restricciones a los archivos de emisiones, acceso sin restricciones a la calidad del vídeo, experiencia de visualización sin anuncios.

Otro elemento referido a los ingresos es que al momento de realizar un donativo, aparece un cartel que destaca lo sucedido, y el streamer dedica, a partir de su propio criterio, algunas frases aludiendo el hecho; también es posible que pueda responder a alguna pregunta si es que el donativo viene acompañado por alguna de ellas.

Ilustración 3.- Espacio para donativos y recompensar por hacerlo



Fuente: [Twitch.tv/carolessi](https://www.twitch.tv/carolessi)

La suscripción al canal de un streamer tiene un precio de cinco dólares, cantidad que abarca un mes, y ventajas diferenciadas que a los usuarios que no realizan aquel acto. Por lo general, lo que se obtienen en la suscripción es eliminar los anuncios, sin embargo, en la Ilustración 3, puede notarse algunos de esos beneficios tales como mayor atención al chat o sean destacados en la pantalla de transmisión, iconos para usar en el mismo sitio, y ser agregado a diferentes plataformas como redes sociales o a cuentas de juegos.

Al igual que ser un intérprete, el stream implica un constante compromiso con la audiencia y tener una presión constante de mantener la compostura durante la transmisión aun siendo que las situaciones, tales como comentarios negativos, malestares físicos o estado de ánimo no permitan “divertirse”. A diferencia de YouTube, no puedes subir tu video y que por sí mismo se haga de ingresos. La intención de streamear durante horas seguidas, deteniéndose solo para comer, usar el baño, estirarse y responder sus chats. La idea es estar presente en un rango más amplio para alcanzar más donativos. Además, si son patrocinados, pueden insertar más veces publicidad así recaudando más.

El Cheering, es la posibilidad de *darle la enhorabuena* al jugador que está transmitiendo y que se realiza a través del chat, por ejemplo, cuando realiza una jugada insólita o alcanza un importante hito y no desea realizar un donativo especial. Para ello, es necesario comprar paquetes de gemas, que posteriormente se traduce en dinero, las cuales se

pueden compartir dentro de los chats con apenas un mensaje del tipo “cheer100”, “cheer200”, etc., dependiendo de la cantidad. Como agradecimiento, habrá un ranking de insignias para los visualizadores más generosos. Estos *Bits* son los créditos que permite comprar Twitch, con precios que inician en \$1.40 dólares por 100 bits hasta \$308 dólares por 25.000 de ellos. Así, el simple comando con la palabra “cheer” convertirá parte de esos créditos, o la totalidad de ellos, en gemas que se compartirán al instante para dar apoyo económico al gamer.

G2A Goldmine Esta es una página que te permite ganar dinero promocionando videojuegos. Funciona como cualquier programa de afiliados. Te dan un enlace y tú lo promocionas. Si una persona entra a través de tu enlace y compra un juego, tú te llevas una comisión. Es una página muy popular y la utilizan los grandes Youtubers como KSI o PiewDePie para ganar dinero. También es muy usada por los streamers de Twitch. Lo que hacen muchos streamers es crear banners y ponerlos en su canal para promocionar videojuegos con sus enlaces de afiliado y así se llevan un dinero extra.

3.1.4.- Reglas de Twitch a las interacciones entre usuarios: género, acoso y violencia

A continuación, se describen algunos términos y condiciones de uso del sitio web que resultan importantes a considerar para la producción de contenidos por parte de los streamer, los cuales se resumen en temas de derechos de autor, clasificación a diferentes audiencias, actitud destructiva y comportamientos inapropiados donde el tema sexual representa un factor muy relevante. Con lo anterior podemos darnos una idea, al menos en el término formal, sobre las pautas de control y sanciones que son establecidas a los streamers y asegurar así la circulación de transmisiones, espectadores y, claro, de flujo de dinero. Por otro lado, también se describirá, aunque sea de forma somera, cómo algunas de estas pautas se rompen a partir de la interacción con los usuarios y los streamers observando conductas de intolerancia ya sea por habilidad, contenido del video o bien, en casos más serios, en sexismo o conductas antirraciales.

Respeto de los derechos de propiedad intelectual: Al transmitir en Twitch, debe crear contenido original o compartir contenido que esté autorizado a transmitir. El contenido que implique réplicas, creaciones derivadas o interpretaciones de contenido protegido por

derechos de autor de otros puede violar la propiedad intelectual de otra persona y estar sujeto a una eliminación por parte de un titular de derechos. Además, tengamos en cuenta que Twitch aplica una política de infracción de repetición; Los múltiples ataques de derechos de autor en su cuenta darán lugar a una suspensión permanente de su cuenta (Twitch, 2017). Esta política implica tener en cuenta el uso de recursos audiovisuales que enriquezcan la transmisión además del videojuego que puedan tener derechos de autor tales como música o imágenes protegidas.

Violar la ley: “Usted debe respetar todas las leyes locales, nacionales e internacionales aplicables mientras usa nuestros servicios. Cualquier contenido o actividad que ofrezca, aliente o solicite actividad ilegal está prohibido” (Twitch, 2017). Esto implica también cualquier actividad que pueda poner en peligro la vida o llevar al daño físico de los productores. Esto incluye, pero no se limita a: amenazas suicidas, trauma físico intencional, uso de drogas ilegales y consumo excesivo.

Acoso, amenazas y violencia contra otros: “Está estrictamente prohibido el hostigamiento, la difamación, la intimidación, la invasión con intención maliciosa o el acoso de otras personas o usuarios, incluido el personal de Twitch, los administradores o los moderadores globales” (Twitch, 2017). Las siguientes son consideradas violaciones de acoso por tolerancia cero, y todas las cuentas asociadas con dicha actividad recibirán una suspensión indefinida inmediata: Intentar o amenazar con dañar o matar a otra persona; Intentar o amenazar con DDOS o SWAT con otra persona.

Pornografía y otras conductas sexualmente explícitas: “Cualquier contenido o actividad que involucre pornografía, relaciones sexuales o servicios para adultos está prohibido. Además de comportamiento y vestimenta inapropiados del radiodifusor como la desnudez y la conducta que impliquen comportamientos sexuales y / o atuendos abiertamente.

Twitch puede no admitir ciertos juegos para que puedan ser transmitido por los usuarios, en total solo se tienen nota de catorce de ellos pero que el argumento es que pueden ser de contenido erótico o incómodo. Está prohibido apostar en los juegos durante la transmisión, de lo contrario, será suspendida la cuenta. Como recordatorio, los términos de servicio de Twitch no permiten a los organismos de radiodifusión transmitir contenido que

rompa los términos de servicio o los acuerdos de usuario de terceros. Como tal, el contenido en el que el radiodifusor utiliza o promueve servicios que violan las restricciones establecidas por Valve está prohibido en Twitch. Nuestras reglas de conducta enumeran otros ejemplos tales como jugar juegos piratas y jugar en servidores privados no autorizados (Twitch, 2016).

A pesar de que la empresa se dedique a cuidar mucho las pautas de interacción de los streamers, espectadores y la comunidad en general de usuarios de la plataforma, los reportes de conductas anti raciales, sexistas o de ofensa generalizada en los comentarios están muy presentes. Entre las estrategias que Twitch implementó para atender este problema es que los comentarios hechos en los chats tuvieran un retraso de 6 segundos para así al menos tener mayor efectividad en la moderación de los comentarios y filtrar este tipo de mensajes. Otro modo es la implementación de *AutoMod* (por auto moderador), un software diseñado por Twitch que filtra los comentarios y mensajes ofensivos y los insultos del chat para que los moderadores humanos examinen y juzguen. Banderas automáticamente todos los mensajes que se pueden considerar odio discurso o acoso. Los streamers pueden mover el umbral tan alto como desearían, dependiendo de cuántos mensajes quieran filtrar. Cuando AutoMod capta estas palabras, incluso si están escritas incorrectamente para evitar la detección, indica mensajes para que los moderadores lo revisen.

Las usuarios mujer se enfrentan con la gestión de su maquillaje y apariencia de una manera u otro. Esos desafíos son sin duda enormemente ampliado por streaming en Twitch, que es básicamente lo mismo que registrarse para ser un locutor de televisión. Nakandala y otros (2016), confirmaron que los espectadores de Twitch en las corrientes de las mujeres populares les gusta hablar de su aspecto físico. También pregunta por qué las flámulas femeninas de nombre grande oyen una proporción más alta de comentarios de la charla sobre sus cuerpos que las mujeres que funcionan con canales de Twitch menos traficados. Se analizaron 200 canales femeninos y masculinos de Twitch, populares e impopulares, y más de 70 millones de mensajes de chat. Después de una revisión comprensiva y extensiva de contenido, los investigadores concluyen que "la conversación en Twitch es fuertemente gendered." (Nakandala, et al., 2016).

La diferencia entre mujeres y hombres en Twitch, en términos de interacciones en el chat, se basaban en el bombardeo de palabras como "boobs", "coño", "caliente", "lindo" y

"sonrisa", para el caso de las mujeres; en cambio, a los hombres era más común que recibieran comentarios como "puntos", "ganador", "rango". Es posible que la división de género en los canales de Twitch ha sido muy importante para los canales de diferentes géneros.

3.2 Proceso de trabajo de los *Streamers*: control y experiencia

Hyman (1975) planteó la existencia de fronteras invisibles de control dentro del lugar de trabajo que se definen y redefinen a través de procesos continuos de presión y reacción, conflicto y adaptación entre los diferentes actores involucrados. Señaló también que es necesario analizar a éstas como procesos de control sobre las relaciones de trabajo y que no ignore a los “hombres y mujeres reales” quienes participan en el proceso productivo (Hyman, 1975). No obstante, es importante recalcar que los debates y discusiones antes reseñados referentes al control del proceso de trabajo pueden ser encasillados, en términos amplios reconociendo que algunos matices son de bastante relevancia para nuestro objeto, en los estudios clásicos de la sociología del trabajo industrialista. Estas posturas excluyen los trabajos no clásicos, los que se escapan de la categorización de trabajos asalariados, donde la presencia del cliente es latente y que los procesos de producción, circulación y consumo pueden darse en un mismo acto.

Es importante también, de acuerdo con lo desarrollado en el universo de observación, reconocer la influencia de diferentes niveles de realidad que se encuentran presentes en el proceso de streaming de videojuegos para así comprender las intersecciones que se dan en el control sobre el trabajo. Cabe aclarar que esta diferenciación es únicamente analítica que nos permitirá comprender el entretejido de interacciones entre los actores laborales que consideramos parte de nuestro objeto de investigación pues la interacción de los sujetos transita en un conjunto de relaciones que pueden estar atravesadas por la contradicción, el poder, el conflicto o la cooperación.

Por lo anterior consideramos importante comenzar con una revisión sobre el contenido del trabajo del streamer para vincularlo así a las formas en que el control está presente de acuerdo con sus relaciones con otros sujetos involucrados en el proceso productivo. Trataremos de vincular los aspectos que el trabajo estético, emocional que,

teniendo como paraguas conceptual al Trabajo no Clásico, nos proveerán elementos explicativos que nos ayuden para comprender este fenómeno.

Continuando este recorrido, nos detendremos a analizar las formas en que los actores involucrados en el proceso productivo tienen injerencia, ya sea de manera directa o indirecta, en el trabajo de los streamers. Ya sea por un vínculo formal entre empresas transnacionales que pueden fungir como patrocinadores, Twitch como la empresa receptora de los contenidos transmitidos y de las interacciones que se dan entre espectadores y jugadores.

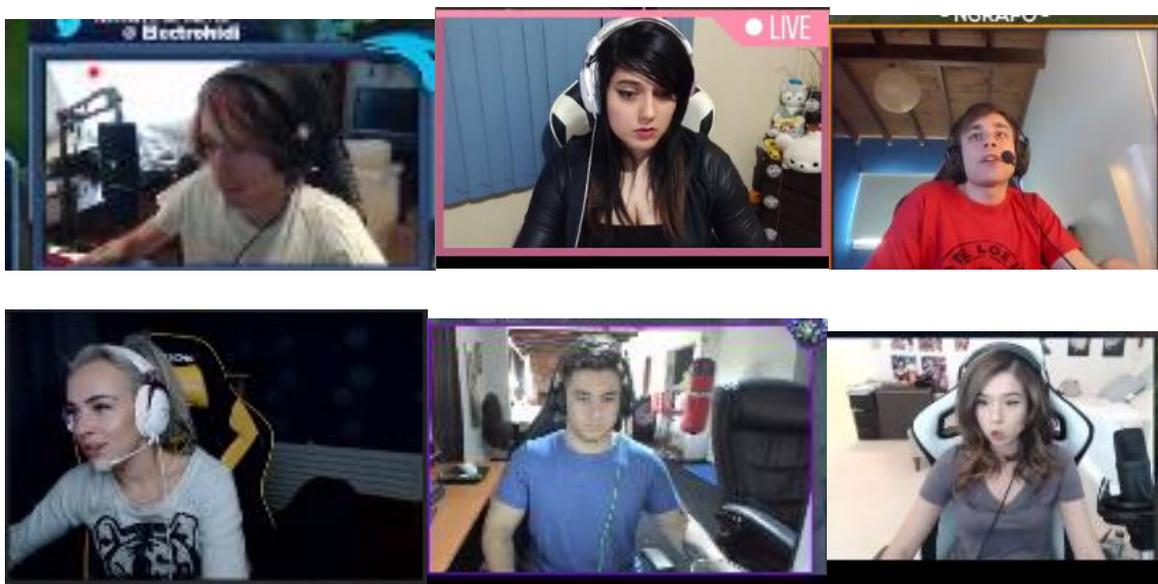
3.2.1.- Acerca del proceso de trabajo: un día nuevo, el mismo juego

Preguntándonos sobre los datos sociodemográficos fue posible obtener esa información a partir de observar los canales mismos, pues en su mayoría colocan en la información de sus canales en la sección “sobre mí”, esto principalmente debido a que la empresa no hace públicas estadísticas generales derivadas de este tipo de información. Entonces, en tales perfiles puede apreciarse datos simples como edad, nombre (diferente a su nombre de streamer), así como ocupación y el país de procedencia. También incorpora información sobre sus estadísticas de juego como sus juegos preferidos o transmitidos, el nivel en que se encuentra y, si se trata de un videojuego competitivo online, el rango internacional que ostenta. Esto permite a los primeros usuarios situar el nivel de pericia o buscar a streamers que emitan en su idioma o de su mismo país.

De acuerdo con lo hallado en la revisión de documentos, entrevistas y observaciones, consideramos pertinente realizar una descripción del proceso de transmisión de una sesión cotidiana. Si hablamos sobre el proceso que generalmente realizan antes de hacer el stream, podemos encontrar descripciones variadas, sin embargo en todas las entrevistas refirieron el tratamiento a su aspecto físico que consiste en bañarse y, arreglar su cabello, checar su aspecto en general; y en otras hasta preparar alimentos y bebidas en caso de que tenga pensado transmitir por un largo periodo como tener bocadillos a la mano pues no se puede detener la transmisión de forma abrupta porque puede tener consecuencias negativas en términos de recriminar por dejar así la partida.

Resultaron variados los casos donde se mostraba la imagen del streamer. La mayoría de los streamers mostraban el fondo de sus habitaciones donde había decoración del juego en que se especializan; solo un par de ellos no tenía cuidado sobre el orden de las cosas. En todos los casos, las transmisiones eran en directo y en algunos casos remarcaban ese hecho.

Ilustración 4.- Capturas de imagen vinculadas al aspecto del streamer y el juego



Fuente: Twitch.tv/sunny; Twitch.tv/Pokimane; Twitch.tv/carps

Una vez que ya está en cuadro, siempre tiene la música, el micrófono silenciado para evitar decir una pifia antes de comenzar, encender la iluminación que va directamente a su rostro y anunciar en redes sociales que ya está en vivo. El proceso le toma, al menos, una hora para tener todo al punto y que inicie saludando a los espectadores que están llegando.

Cuando tiene todo preparado para iniciar con el stream se toman una fotografía que es subida a redes sociales para anunciar a sus seguidores que comenzará la sesión de juegos; en ocasiones pueden ser dos fotografías para dos redes sociales distintas como twitter o Instagram para asegurar que sean notificadas más personas, al igual que Facebook-

Ahora nos acercamos al tema de los instrumentos que son utilizados para que una transmisión sea posible. Hablamos del hardware, software, así como de indumentaria necesaria utilizada por los streamers. En primer lugar, lo que se puede apreciar es que los equipos de cómputo son de alto rendimiento por las características del juego requiere además

de ejecutar el software de transmisión, el de interacción con los espectadores y de la edición de video. Es posible verlo de forma directa en las propias descripciones de canal de los jugadores al mencionar las partes por las que está compuesta su computadora. Los que usan una consola de videojuegos para transmitir no incorporan esa información a su canal y es claramente distinguible al no contar con personalización de su canal al momento de nuevas suscripciones o donativos. En muchas ocasiones no tenían la posibilidad de realizar un stream de forma continua debido a que no contaban con computadoras que cumplieran los requerimientos para lograr el acometido, sino que fue a partir de una inversión constante, que pudieron configurar el equipo de cómputo con las capacidades necesarias para lograr el acometido.

Se notó que el uso de sillas “especiales” de videojugador son usadas. Éstas son diseñadas para estar bastante tiempo sentados en ellas pues las jornadas de juego suelen ser de al menos de un par de horas de duración. Esto se le añade que los streamers que no incorporan el fonde de su habitación, sino que solo su rostro y parte de su torso, utilizan fondos verdes para poder aislar su imagen del resto de elementos de su habitación.

Sobre la acumulación de dispositivos útiles para las transmisiones se puede decir que en muchas ocasiones proviene de fuentes mixtas: la primera, en principio, es por inversión propia del jugador quien al invertir una computadora lo mínimamente adecuada para la transmisión, una pequeña cámara de video y un ratón y teclado adecuados para el juego, es cuando los patrocinios cuando llegan los productos más especializados.

También reciben muchas preguntas sobre el equipo que utilizan, al grado de tener que especificarlo siempre en la información de sus canales señalándolo en una parte de éste. Esto nos refiere a que, conocer el equipo utilizado puede ser importante para aquellos espectadores pues pueden darse a la tarea de armar equipos con similitudes de capacidades y de componentes para así jugar al igual que ellos, o como mencionaran en algunas entrevistas, poder hacer stream como los jugadores que miran en sus pantallas.

Otros instrumentos utilizados o que forman parte de la transmisión se encuentran los audífonos y el micrófono que en todos los casos son utilizados. Los audífonos, que están diseñados con cables largos para que el streamer pueda levantarse de su asiento y alejarse al menos un par de metros sin tener que quitárselos tienen el tema de videojuegos. El micrófono,

que generalmente está incluido en los propios audífonos, suele ser adquirido a parte y que tiene la función de captar exclusivamente la voz de los jugadores.

Para ellos, entonces, resulta de mucha importancia el aspecto que proyectan para comenzar y conducir una stream. La organización del espacio de un streamer también resulta importante, pues ambos elementos son anunciados a los espectadores para comenzar la transmisión e invitarlos a mirarlos a través de sus redes sociales. Esto supone una “estilización” acorde con una experiencia deseada por los usuarios obtengan al mirar una transmisión según lo observado y también sugerido por algunas empresas¹⁵. De igual manera, esta racionalización de los elementos antes señalados que se ponen en juego para la producción en que lo estético se encuentra presente en la experiencia “deseada” por el espectador (Warhust y Nickson, 2003).

Al finalizar las transmisiones, nos han comentado que generalmente van a recostarse un momento o que reposan unos minutos porque señalan sentirse extenuados por la jornada continua de videojuegos. La primera molestia física aparente es el hecho de estar sentado por varias horas seguidas y que pueda provocarle dolores relacionados a la postura. También revisa sus redes sociales para hacer una retroalimentación de su última transmisión y así extender la experiencia de los espectadores.

Sobre el agotamiento físico, además de las afectaciones a la postura por mantenerse sentados por varias horas continuas, se trata de dispositivos empleados para destacar la apariencia física, específicamente el rostro, y estas son las luces. Dichos instrumentos tienen como finalidad evitar desenfoques en la cámara y permitir que su imagen sea observada con mayor nitidez además de que permite, si es el caso, incorporar efectos especiales para llamar más la atención de los espectadores. Esto, sin embargo, genera varias molestias al momento de jugar por los largos periodos de exposición a la luz, esto en el entendido de que sus espacios de transmisión, que generalmente son su habitación, no fueron diseñados en principio para la distribución de objetos como las luces que permitan un uso adecuado y no se encuentren a una distancia muy corta de los rostros de los jugadores.

¹⁵ Existen sitio en la web que hacen “coaching” de imagen para tener un streaming deseable. Por ejemplo, <http://www.enter.co/especiales/entretenimiento-inteligente/cuatro-consejos-para-mejorar-el-streaming-de-video/>

ahorita ya ando con bien poquitas luces, le pongo toda la recepción a la webcam, porque el hecho de tener una lampara enfrente de ti por más de 4 o 5 horas y super cerca porque tu casa no es un estudio (...) está literal a 10cm de ti una luz gigante (ag_bean, streamer, octubre de 2017)

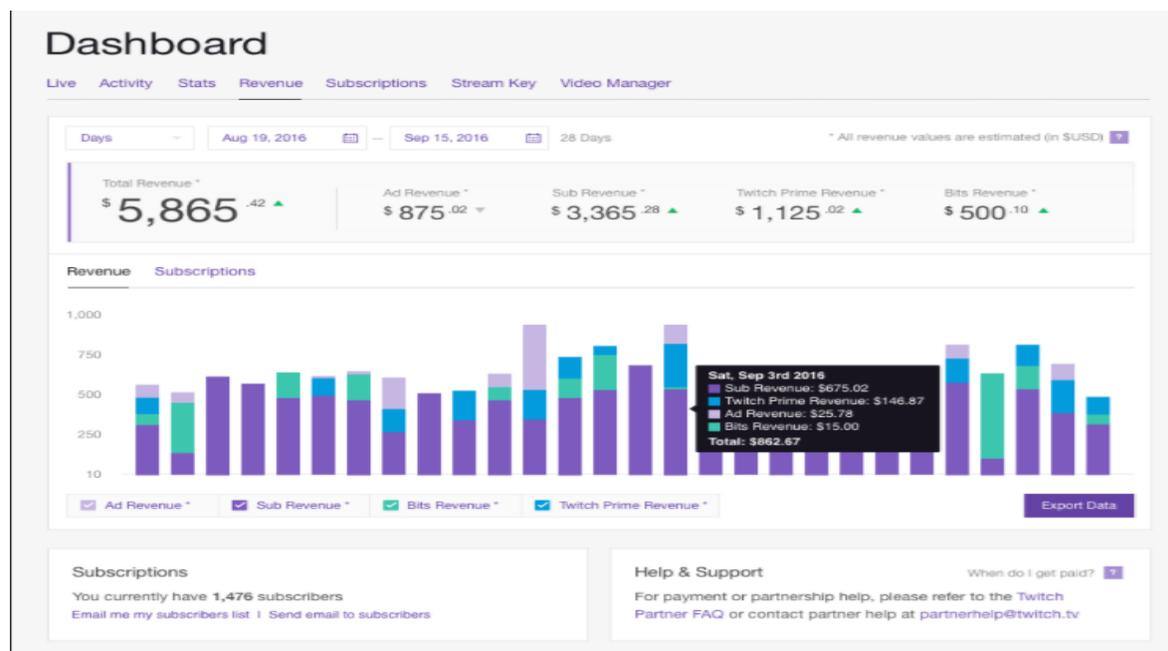
Puede frustrar el juego, mala interacción con el chat, jugar de forma continua y hablar al mismo tiempo, en su conjunto cansa bastante. De un buen día o mal día de stream, consideran que la actitud es bastante importante para que puedan llevarse a cabo interacciones que consideran adecuadas para evitar. Además de ganar las partidas eso le importa mucho. Pocos subscriptores nuevos, y pocos suscriptores aunado a que el chat se mueva lento y todo en conjunto puede considerar no estimulante aquella transmisión.

Cuando hablamos sobre el donativo, es importante revisar que sucede con una suscripción en el ingreso y la interacción con el usuario. Dependiendo del tiempo de ésta (mensual, por uno, tres o seis meses) generalmente es anunciada con una animación adicional que destaca el hecho a todos los espectadores. Esta acción está controlada por el streamer quien cuenta con un software vinculado a su cuenta que sobrepone a su pantalla el anuncio de suscripción con una animación acompañado por un audio. Esto da la señal para que, en casi todos los casos, el streamer agradezca el hecho. Esta animación va acorde a la personalización del jugador quien crea un tema (conejos, gatos, un personaje de tv, personaje de videojuego, etc.). Sobre la personalización de las pantallas mostradas a los espectadores se puede observar un patrón repetible en los casos que era mostrar al último suscriptor quien para serlo debe pagar un monto que varía según el socio. Muchas suscripciones a canales de Twitch tienen pagos mensuales que se facturan un mes por adelantado. En la página de tramitación del pago es posible ver el precio de la suscripción y las palabras “Pago mensual”, que indican que se trata de una suscripción mensual. Además, hay opciones para realizar el pago cada 3 o 6 meses en algunos tipos de suscripciones. Esta variabilidad de pago se muestra de diferentes formas en las pantallas de los jugadores que varían según la personalización de éste. Es posible mirar el nombre de usuario del último suscriptor además de ver el monto, ya sea de la última donación o destacando quien donó la mayor cantidad de dinero a su canal.

Esto es, la construcción del ingreso, no se puede, a partir de las entrevistas realizadas, definir claramente cuál es el canal principal de ingreso de los jugadores. Por otro lado, existen diversos canales por los cuales pueden obtener ingresos, sin embargo, la tendencia es esa

misma, la de que es a partir de contar con varias alternativas usando al streaming en vivo de los videojuegos, es cuando patrocinadores, convenios, donativos y comisiones por suscripciones las que construyen el ingreso de los streamers.

Ilustración 5.- Captura de resumen de ingresos mensual (septiembre, 2016)



Fuente: Twitch.tv

Del stream se puede ganar de las donaciones es casi neto, solo la pequeña comisión que quita PayPal y la aplicación de las alertas. Los bits también representan una ganancia con un pequeño descuento porcentual por concepto de comisión. La comisión de monto por suscripción puede variar según el tipo de contrato que se realiza con Twitch (50-50, 30-70). Suscripciones por Twitch Prime o por los diferentes precios que tiene (5,10 y 20 dólares).

Existen campañas de promociones y que tanto se insertan durante la transmisión dichos comerciales, es posible seleccionarlos, pero también puede configurarse que de forma estandarizada salgan algunos en específico y el tiempo que tarda entre uno y otro. Existe el pago por usuario que mira un minuto de transmisión resultando conveniente extender las transmisiones. En general son las suscripciones donde se obtiene un ingreso estable. Aunque es muy variable el hecho de que lleguen donaciones de sumas elevadas en proporción con otras fuentes de ingreso.

Como se mencionó en líneas anteriores, en algunos perfiles de Twitch cuentan con tiendas en línea con productos tales como playeras, chamarras, tazas, accesorios personales o para las computadoras vinculadas con su nombre y su imagen. Estas tiendas no tienen vínculo directo con la empresa de internet, sino que, a partir de una inversión personal, se manufacturan y distribuyen a partir de una empresa subcontratada para ello. Entonces la forma de pago y envío están en función de que el streamer y dicha empresa deciden colocar. Con ello podemos hablar, por tanto, de una construcción del ingreso que no se limita únicamente a la relación salarial.

Cuando hay mucha interacción, el chat se mueve rápido, hacen muchas preguntas, consideran es un buen día y que noten interés en lo que se hace. Pero que se note el apoyo de los espectadores sumado por el hecho de que están ganando dinero pues “generalmente tengo 100 viewers y luego tengo 20 nada más, y eso es muy tilteante¹⁶” nos refieren. Es con ello que depende de la situación en que se sienta, es decir, si está entusiasmado por la transmisión es muy probable que salga de cuadro unos minutos para preparar una bebida o algo instantáneo que le ayude a reponer energías y que le permita con la jornada de videojuegos, que puede significar diferencias en el volumen de espectadores.

Al considerar las relaciones laborales en torno al trabajo en Internet, tomando en consideración que la interacción mediada por los videojuegos, lo que complejiza el fenómeno es la presencia de la interacción cara, el manejo de hardware y software, y la interacción con los espectadores al reflexionarlo como un servicio interactivo de producción simbólica; la experiencia es central. La flexibilidad, organización del trabajo y la regulación que estos pueden tener que se plantea en el sector servicios nos conduce a reflexionar sobre algunas especificidades del control del proceso de trabajo en nuestro objeto. Veremos que este tipo de regulaciones dentro de procesos flexibilizados y la organización del proceso de trabajo puede especificarse en términos emocionales o estéticos y que en el momento de la interacción pueden diferenciarse por cuestiones de condición etaria o de género.

¹⁶ El término tilteo se refiere a un estado al cual se encuentra un jugador de mal humor y desconcentrado debido a su mal desempeño en una partida o que le hagan notar sus errores con bastante frecuencia. Esto mismo sucede en muchos jugadores que, al no tener un rendimiento deseable, entran en un estado mental que los hace estar a la defensiva siendo bastante agresivos con sus compañeros de juegos o con el chat mismo.

En el streaming de videojuegos hay promoción de ventas, búsqueda de donativo y recepción de ingresos por suscripciones y patrocinadores en caso de que cuente con ellos. También utiliza su imagen para incorporarlo al contenido del producto, entonces realiza producción audiovisual. En él no se elaboran productos “físicos” pero sí símbolos que pueden ser objetivados abriendo una reflexión respecto a si estamos pensando en clave de actividades productivas o improductivas. Para Marx el trabajo productivo, al cual se subordinan a los otros trabajos en el capitalismo, es el creador de plusvalía. Los trabajos en la circulación, por ejemplo el bancario o el comercial son considerados como no productivos, aunque la explotación se fueron pensadas sobre todo para el trabajo industrial de su época, de tal manera que, en forma paupérrima, Marx abre la posibilidad de que haya servicios productivos, como el trabajo de actuar en un teatro, se les analiza como particularidades (comprimen producción y circulación de la mercancía, y la mercancía es la actividad misma, que se produce, distribuye y consume al mismo tiempo) del trabajo asalariado que no son muy relevantes en el conjunto de la creación de valores (Marx, 1975).

Con lo anterior, consideramos pertinente considerar al Streaming de Videojuegos como *Trabajo no Clásico*. Pues, al ser un trabajo en el cual se trata de jugar para un conjunto de espectadores dentro de una dinámica de transferencia monetaria a partir del entretenimiento y venta de productos en la cual la forma contractual ni salarial no está claro; donde, sin embargo, el control de la empresa está presente para la supervisión de los contenidos transmitidos y donde un conjunto de personas valoriza a esta actividad como trabajo, nos hace sin duda abandonar las formas clásicas de trabajo para poder comprender las especificidades de esta actividad y comprender así el tipo de encubrimiento de las relaciones de trabajo que pueden existir en el capitalismo contemporáneo.

Aceptamos que este tipo de trabajo es eminentemente simbólico, pues son los recursos subjetivos producidos en el momento de la interacción entre jugador y espectador es lo central para objetivar el trabajo del streaming de videojuegos; de igual modo, son los mismos espectadores los que participan en la construcción de la experiencia de la transmisión haciéndonos pensar en una mezcla de la forma A y C de las formas generales del trabajo no clásico, propuesto por De la Garza (2011, 2017). Del mismo modo nos hace considerar que los momentos de trabajo y no trabajo en la reproducción de éstos deben ser considerados bajo

la óptica del concepto de trabajo no clásico, de tal manera que no pensar en límites basados por el salario, sino de elementos objetivos y subjetivos proveniente de las relaciones sociales de producción.

3.2.2.- Tres ámbitos del control del proceso de trabajo

Se sabe que, en el control del trabajo, los canales formales o institucionalizados no necesariamente los principales donde se da el flujo de control, sino que también en las relaciones informales entre los trabajadores, las costumbres y las prácticas que se dan constantemente en lo cotidiano de las actividades (Hyman, 1975). Esto supone, entonces, una dimensión cultural en el sentido de que los trabajadores generan una red de relaciones sociales para apropiarse del espacio y el tiempo, mientras el capital intenta romper o modificar esta cultura laboral oponiéndole a ella una cultura corporativa, se pueden generar, entonces, resistencias.

En el streaming de videojuegos, como un trabajo no clásico, la presencia del espectador y de otros actores como los patrocinadores, los moderadores y otros jugadores complejizan el problema del control del proceso de trabajo, ya que éstos intervienen como actores fundamentales en la disputa por dicho control. Son los espectadores quienes pueden generar injerencia no solo para conducir los contenidos y los modos en que se realizan las transmisiones, sino también para establecer pautas y patrones de comportamiento esperado. Al no ser cumplidas, pueden significar sanciones y castigos al quitar suscripciones, no realizar donativos, no mirar su canal e, inclusive, insultos y descalificaciones. Aquí la búsqueda de patrocinios y las condiciones que éstos pueden establecer para poder acceder a los beneficios que éstos ofrecen podrían ser pautas para pensar en un control explícito, y el hecho de estar en constante supervisión de la cifra de espectadores para conservar un contrato, podría formar parte de un control implícito, sin tomar en cuenta pautas de carácter cultural y subjetivo que pueden jugar en todos ellos.

Por tanto, se tomaron en consideración tres sujetos principales en los cuales las interacciones entre ellos y el streamer construyen pautas de control sobre el proceso de trabajo, en los cuales, a partir de vías directas o indirectas, se pueden dar.

Empresa

Cuando nos referimos a la relación que se establece entre un streamer y la empresa Twitch la suposición central de pautas de control se encuentra formalmente estipulado en el contrato aceptado para formar parte del programa de partners y que solamente se establece por las pautas establecidas en los términos y condiciones de éste. Lo que se observa aquí es no se trata solamente de cuidar que los contenidos subidos a la red no contengan algunas de las conductas prohibidas por la empresa (véase apartado 2.3.4 de este documento), sino que las relaciones que se establecen y que pueden estar cargadas de relaciones de poder se establecen por pautas que no se limitan a estas prohibiciones explícitas.

Al regresar con lo anterior, vemos que la relación establecida entre empresa y streamer se centra en la habilitación del segundo a obtener ingresos monetarios a partir de aceptar introducir publicidad que Twitch cobra a otras empresas para buscar la venta de mercancías. Además, habilita la posibilidad de acceder a establecer relaciones con otras empresas y poder acceder a patrocinios que complementarían sus ingresos, aspecto que veremos en líneas posteriores.

Cuando abordamos el tema de ingresos de los streamers, vemos que estos pueden provenir de la combinación de donaciones, suscripciones, publicidad de empresas, cheering o venta de artículos relacionados a su imagen, posibilidad que se encuentra habilitada a quienes cumplen con las pautas establecidas por la empresa. El compromiso con el espectador por parte del jugador es una gran estrategia para hacer que estos donen. Cuando el recuento de vistas está directamente vinculado a los ingresos, y un flujo más largo podría obtener más donaciones, dejar atrás la rigurosidad de los tiempos de transmisión podría significar un revés en términos de ingresos que pudiesen generarse.

También cabe destacar que estas directrices de conducta no se limitan únicamente para los streamers, sino que también los usuarios pueden ser sometidos a estos lineamientos. Lo principal de éstos se encuentra el de erradicar cualquier tipo de conducta de odio, acoso o bien, de contenido sexual. Lo último significa que la empresa constantemente está monitoreando los contenidos on-line para hacer cumplir esta premisa.

We'll be looking at contextual elements such as the stream title, camera angles, emotes, panels, attire, overlays, and chat moderation. Offering access to prohibited sexual content such as "lewd" on Twitch remains prohibited (Twitch, recuperado el 10 de febrero de 2018)¹⁷

Si bien, no es posible que la empresa asegure el completo monitoreo de lo que sucede entre espectadores y jugadores, "ofrece" herramientas que los streamers utilizan para efectuar esa actividad. Lo anterior supone añadir más actividades a sus "asociados" que realizan tales acuerdos para cumplir las directrices de acuerdos y así asegurar la permanencia en su programa de beneficios económicos.

Patrocinadores

Bajo una primera impresión, pareciese que la relación de control se diera únicamente con la empresa y por tanto la negociación entre actores laborales se daría entre éste y los trabajadores (Buroway, 1975), pero nos damos cuenta de que la relación se vuelve compleja pues Twitch no es el único canal que exploramos. Es por ello por lo que hablaremos sobre otras empresas que realizan patrocinios a los streamers con la finalidad de crear otro canal de publicidad del que pueden comprar en los espacios de la empresa receptora Twitch. Cuando realizamos la observación, notamos que la mayoría de los streamers insertan en su información de perfil los patrocinadores o las marcas que apoyan, los llaman "sponsor" por su traducción al inglés. Cuando se les da clic en ellas se es redireccionado a las tiendas online de dichas marcas a partir de un link especial que vincula al jugador con ese sitio asegurando que fue a partir de ellos que el usuario, ahora posible cliente para esa empresa, conociera los productos. En otros casos, incorporan de forma directa el logotipo del patrocinador dentro de la pantalla de juego. De forma frecuente las empresas que están vinculadas son las de computadoras o partes de ellas, accesorios de videojuegos o de algunos títulos en específico (observaciones, octubre 2017). La promesa principal de esta práctica es la de obtener un descuento "especial" por haber ingresado al sitio a partir del enlace con el streamer.

Una vez que son streamers consolidados de tiempo completo, algunas marcas de empresas globales o, incluso, pequeños establecimientos que buscan posicionar su logotipo

¹⁷ Referencia completa disponible en: <https://blog.twitch.tv/twitch-community-guidelines-updates-f2e82d87ae58> (Consultado el 15 de enero de 2018)

en alguna transmisión relevante o que también se encuentre en proceso de búsqueda de más suscriptores y seguidores, se aprovecha la oportunidad de acceso y promoción para influir en el consumo de los productos además de asegurar una “lealtad” del streamer respecto a dicha empresa. Tal es el caso que epsylon comenta que una pequeña marca de computadoras local le patrocinó una computadora completa, aunque no era de alto rendimiento si era lo suficiente para tener un stream estable. La condición es que debe vender una cantidad específica de computadoras durante un año utilizando los medios que están a su alcance para lograr ese cometido, sin embargo, con financiamiento personal, fue configurando y personalizando más a sus necesidades dicho equipo de cómputo.

Algunas marcas patrocinan micrófonos, tarjetas gráficas como en el caso de Nnegry quien comenta que deseaba obtener una tarjeta gráfica que le permitiera jugar lo que él quisiera, sin embargo, la empresa que le daba el patrocinio le sugirió esperar hasta que se hiciera una reunión de streamers que pertenecen a la marca y fue ahí cuando recibieron de forma gratuita la tarjeta gráfica. De igual modo periféricos como teclados y teclados especializados en el gaming son regalados a los jugadores a fin de que éstos lo incorporen en sus transmisiones al momento de usarlos o comentar el regalo durante su transmisión. En otros casos es posible que la misma marca le pida que incorporen sus logotipos en el canal anunciando que pertenecen al equipo de esa marca. No todos los jugadores per se dichos patrocinios, sino que recurren a sus propios ingresos en el stream o de otras actividades donde completan su equipo a fin de mejorar de forma continua su stream según sus apreciaciones.

Otra estrategia de las empresas se encuentra en la de formar, en coalición o en solitario, equipos profesionales de Videojugadores a fin de que se construya una comunidad de seguidores entorno él. Algunos streamers se vinculan al nombre de ese equipo que, además, se vuelve una marca donde el papel que desempeñan es el de prestar su nombre como miembro activo de esa comunidad. El beneficio que ellos ofrecen es obtener productos de las empresas que patrocinan al equipo y que, más destacable, es el de establecer una cuota de minutos por espectador que tiene una razón de ingreso de acuerdo con el tipo de contrato que se establezca.

La búsqueda por el patrocinio se vuelve una estrategia para obtener beneficios monetarios o relacionados con la obtención de productos que pueden usar en sus

transmisiones o que pueden sortear entre sus espectadores y así aumentar la cifra de sus seguidores. Comentan que entre las estrategias que encuentran son las de escribir correos electrónicos a los community managers de las marcas, en otras ocasiones son las mismas empresas quienes se ponen en contacto con los jugadores para patrocinarlos con condiciones estrictas o laxas según los beneficios que se obtendrán, y también se puede obtener por recomendación de conocidos que también transmiten y que ya cuentan con patrocinio (el caso de Nnegry, entrevista realizada octubre de 2017).

Consideran que existe una diferenciación regional en términos de la obtención de patrocinios pues de acuerdo con las entrevistas realizadas a españoles y mexicanos los primeros refieren a que es más probable que sean las marcas por sí solas las que se acerquen a ofrecer los productos y los convenios, cuando en el segundo caso es que los streamers deben buscar formas de contacto para así recibir algunos beneficios y consolidarlos para así compartirlos con sus conocidos más cercanos. Pues indican los mexicanos que es necesario ser bastante popular para que seas relevante a las marcas y *aquí casi no vienen a ofrecerte cosas... a menos que seas Alkapone, alguien increíblemente famoso, no se acercan a ti. Tú tienes que pedir las cosas y pues rezar que a lo mejor te den un mouse* (EpsilonCat, streamer, noviembre de 2017)

Es entonces que, al menos en el caso mexicano, muchos de los streamers, aun teniendo un volumen de espectadores elevado y contar con contrato directo con Twitch haciéndolos más atractivos para los patrocinadores, no son patrocinados de forma directa e inmediata como sucede en otras latitudes del mundo.

“yo les mandé un mensaje a los de Nvidia porque vi que en España están patrocinando y que aquí estoy para lo mismo... claro que no, fue de ah ok, quede en wachada” (Thassel, youtuber y streamer, octubre de 2017)

Podríamos inferir de forma preliminar que aunque se encuentra, en términos tecnológicos y de comunicación, “globalizada” el intercambio comercial y de información respecto al stream pues Twitch es una empresa transnacional cuya base central es el internet, por lo que no supondría diferenciación al momento de realizar el contacto como forma de intermediario entre los streamers y las empresas que podrían patrocinarlos. Además de que hay una diferenciación entre regiones evidente en lo referido a este tipo de convenio.

Espectadores

Continuando con el aspecto de personalización de las pantallas de los streamers, se encuentra el aspecto de los donativos que en términos generales de tiempo que abarca y la animación, así como del agradecimiento del streamer hace, son más amplios que los relacionados con las suscripciones. En ella es posible ver el nombre del usuario quien realizó el depósito además de contener el monto, así como un mensaje que es leído por el sistema de forma automática por el mismo streamer. Se ha utilizado este mecanismo para dejar mensajes que en el chat es muy poco probable que sea leído por el jugador.

Es posible observar siempre el chat con el que los usuarios tienen interacción con el streamer, sin embargo, en algunos casos incorporan el chat dentro de la pantalla de juego en los casos en que deseen seguir de cerca la conversación cuando se visualiza la transmisión en pantalla completa.

En ambos casos, la forma en que el chat es incorporado o no a la pantalla del juego es debido al hecho de la frecuencia en que las conversaciones o los mensajes aparecen en ese apartado. En la primera situación sucede que son pocos los mensajes que aparecen durante la transmisión dándole tiempo al streamer de leer todos y responder a los que considere interesantes. En el segundo sucede que la velocidad de los mensajes y la frecuencia de éstos es más elevada llevando a que sean incorporados a la pantalla de juego para así no robar más tiempo de atención para continuar las partidas y así poder responder a la mayor cantidad de ellos.

Ilustración 6.- Chat en el streaming



Fuente: Twitch.tv/Ngrafoh

Por “fan service” entendemos como los canales de intercambio que los streamers habilitan para poder tener contacto con sus seguidores¹⁸. Se encuentran entre ellos, redes sociales y sitios web donde pueden mantener contacto con ellos: Correo electrónico, perfiles de Facebook, Instagram, Twitter y/o YouTube son los más frecuentes. Prometen por estas vías sorteos o comunicar cuando van a transmitir; además de compartir momentos personales fuera del juego. En algunos de ellos comparten hasta su blog personal, así como tiendas en línea donde pueden adquirir productos con su nombre e imagen.

Cuando se ingresa a alguno de estos sitios, es posible ver más allá de su relación con los videojuegos, sin embargo, muy cercana a ellos, donde los espectadores amplían la relación con los jugadores que trasladan al contenido de los chats al momento de las transmisiones. Además, se observa que puede servir como estrategia para aumentar el volumen de seguidores y, si es posible, de los donativos o las ventas de sus productos en caso de contar con esa opción.

La ampliación de la experiencia de interacción con el streamer es la promesa para que uno ingrese a esos sitios, esta consiste en acceso a emoticonos especiales, agregarlos como amigos a sus redes sociales o abrir la posibilidad de que puedan jugar una partida con ellos, siempre y cuando cumplan con el pago a la suscripción.

En algunos de ellos explican su personalidad o el tema que se lleva en la interacción con el chat, por ejemplo, mencionar que se es grosero, amable o que puede ser bastante serio; que su intención es mostrar sus habilidades de juego, o que su intención es entretener con la interacción con los usuarios; que además de jugar realiza otras actividades frente a la cámara, por mencionar algunos de ellos.

Al explorar el aspecto en que los espectadores ponen atención al entorno que rodea al jugador, se pone muy en relieve a los cambios que éste pueda tener: desde los más evidentes como cuando cambiar de locación porque no se pudo transmitir desde el lugar habitual siendo ellos quienes exigen saber dónde se encuentra el jugador, desde el mínimo cambio que se hacen en las habitaciones hasta sugerir que integrar a la habitación.

¹⁸ En realidad existe una definición más amplia sobre el tema, pues es entendido más bien como las acciones que los productores de contenidos audiovisuales (películas, juegos, series, entre otros) realizan para satisfacer a los seguidores de los títulos y no tanto con la finalidad creativa de los desarrolladores.

Destacan de forma enfática los *estilos individuales* para poder realizar las transmisiones destacando que es una habilidad distribuir la atención entre el videojuego, las interacciones y la supervisión de lo técnico para mantenerse en vivo. A nivel específico, mencionan que incluso los roles que toman en cada juego reclaman diferentes grados de atención por el impacto que puede tener en los reflejos y, por tanto, en su desempeño.

por ejemplo, cuando juego ADC, yo no puedo ver el chat y estar al tanto... necesito estar concentrada en el mapa y los enemigos. En cambio, cuando juego support, pues estoy más tranquila, si veo al chat, si me río y platico y así. Cuando no es así, solo veo el chat cuando me muero... (EpsilonCat, streamer, noviembre de 2017)

En muchos casos al combinar la escuela, el trabajo, o bien que saben que los espectadores regularmente se concentran en horarios nocturnos, es cuando inician y terminan sus transmisiones por lo que, las redes sociales y la instantaneidad que ellas proveen es que se vuelven esenciales para poder establecer algunos patrones en la forma en que conducen sus transmisiones a lo largo de los días. Twitter, como una red social en específico se vuelve esencial para el streamer porque cuando se consiguen un volumen importante de seguidores, es la forma más adecuada para anunciar el inicio de su transmisión, así pone más atención por la facilidad de insertar diversos contenidos que están relacionados con el stream. En cambio, Facebook no tiene las mismas características que la red social anterior, tiene mayor utilidad para colocar anuncios porque aparece el problema del alcance de los mensajes y anuncios pues solamente aplica a las personas que suscriben de forma constante y no se les envía notificaciones de forma instantánea. Los twits son más inmediatos, así que se vuelve una mancuerna adecuada para realizar el seguimiento. Nos refirieron a que, en principio servía para seguir a los jugadores profesionales favoritos y a los streamers de su preferencia.

Como se mencionó en el apartado de personalización de pantalla, la interacción con el usuario tiene un impacto directo en la forma en que se conduce la transmisión de los juegos. Por un lado se encuentra el hecho de que ellos dependen los ingresos a partir de visualización de comerciales, de ingresar a los sitios promocionados, de comprar los productos vinculados a las tiendas online, de suscribirse a cambio de un monto, así como de dar dinero de forma directa a partir de donativos o “cheering”, es decir, de motivaciones a partir de pequeñas sumas.

Así pues cuando hay una suscripción nueva, además de estar acompañada por una animación o una acción directa en la pantalla del stream, el jugador agradece el hecho ya sea con algo directo o una frase casi predeterminada para tal acontecimiento. Tenemos el ejemplo de Sunny, quien al recibir una suscripción agradece, en todos los casos observados, con un “bienvenido al pika crew, te agradezco tu suscripción” acompañado con el nombre de usuario quien realizó esa acción y un pequeño “baile”.

Se observó que los streamers, generalmente llaman *el chat* al conjunto de espectadores que están on-line en ese momento e interactuando con ellos. Durante la partida el volumen de comentarios o interacciones en el chat varía de acuerdo con el momento en que se encuentra el juego. Por ejemplo, cuando se está cargando o seleccionando la partida, el volumen de mensajes es elevado y el streamer contesta la mayoría que está a su alcance y cuando está en curso la partida, es cuando el volumen disminuye así como la frecuencia en que responden los jugadores. A esto le llamaremos primer y segundo momento de transmisión.

Además el contenido de los comentarios también varía, hablan sobre temas variados cuando se encuentra en el primer momento de selección de partida e inicio de ella, y se especializan los comentarios enfocados a lo que sucede en el transcurso del juego cuando llega el segundo momento.

Muchos de los mensajes referidos en el segundo momento están encaminados a dar consejos de juego para que el streamer gane la partida, también pueden ser reacciones a lo que sucede en la partida como risas, exclamaciones cuando se hace una jugada notable o cuando pierde de forma graciosa. En otras ocasiones pueden ser mensajes agresivos por la forma en que está jugando o interactuando con los usuarios durante la partida, agresivos al exigirles que se concentren más y que jueguen bien.

Existe la forma de destacar los mensajes que para el streamer son de especial interés puesto que puede tratarse de los patrocinadores o de algún amigo. Sin embargo, deja entrever que a algunos jugadores centran su atención al juego y lo primordial es jugar bien y destacar de otros jugadores por sus habilidades y pericia; otros, en cambio, centran su atención a la interacción con el chat, resaltando de forma interesante que, con frecuencia, es muy recurrente que las mujeres streamers son las que centran en esta segunda opción.

El término *tilteo* se refiere a un estado al cual se encuentra un jugador de mal humor y desconcentrado debido a su mal desempeño en una partida o que le hagan notar sus errores con bastante frecuencia. Esto mismo sucede en muchos jugadores que, al no tener un rendimiento deseable, entran en un estado mental que los hace estar a la defensiva siendo bastante agresivos con sus compañeros de juegos o con el chat mismo.

Muchos espectadores, denuncian los streamers, exigen ser saludados durante la transmisión cuando ellos inician sesión y comienzan a mirarlos. En muchas ocasiones logran su cometido, pero en otras tantas no lo es debido a que puede estar bastante concentrado el jugado en la partida que no notó su llegada, o que, simplemente no desean hacerlo. Sin embargo, esto se presta a que sean constantemente mensajeados solicitando el dicho gesto pues, a cambio de pagar una suscripción a su canal, piden dicha interacción.

cuando me dicen, ¡Salúdame!, yo no los saludo porque se me hacen muy malcriada esa gente, o sea, cuando me dicen ¡Hola epsy, como estas!, yo respondo. Pero lo anterior, exigiéndome atención me parece mal (...) mas porque es gente que nadamás va a los streams a decirle a las streamers ¡salúdame! Y luego se van y van con la otra, entonces me cae muy mal esa actitud (Epsilon, streamer, noviembre de 2017)

Se ha notado que puede existir una diferenciación entre tipos de espectadores que tienen un vínculo muy cercano a la actitud que toman los jugadores que están en vivo. Aquellos que se toman muy en serio la pericia en el juego y que centran su atención a lograr el mejor rendimiento es cuando los espectadores ponen más atención y señalan con mayor énfasis los errores que son cometidos por medio de burlas y señalamientos remarcando las acciones que pudo haber tenido para evitar dicho fallo. También es destacable que pueden orientarse el sentido de dichas observaciones siendo agresivas o amistosas. En cambio, cuando se trata de centrar la mayor atención a los espectadores y la interacción con ellos, puede llegar al punto en que el desempeño del juego puede pasar a segundo plano siendo la moneda de cambio la atención que pueda darle a las conversaciones que en el chat se generan y hablar de temas varios. Ambas situaciones colaboran a que los jugadores adopten posturas frente al juego y a la transmisión pues puede influir en que se desconcentren o que tengan mal humor, siendo la presión del espectador influyente para su actividad.

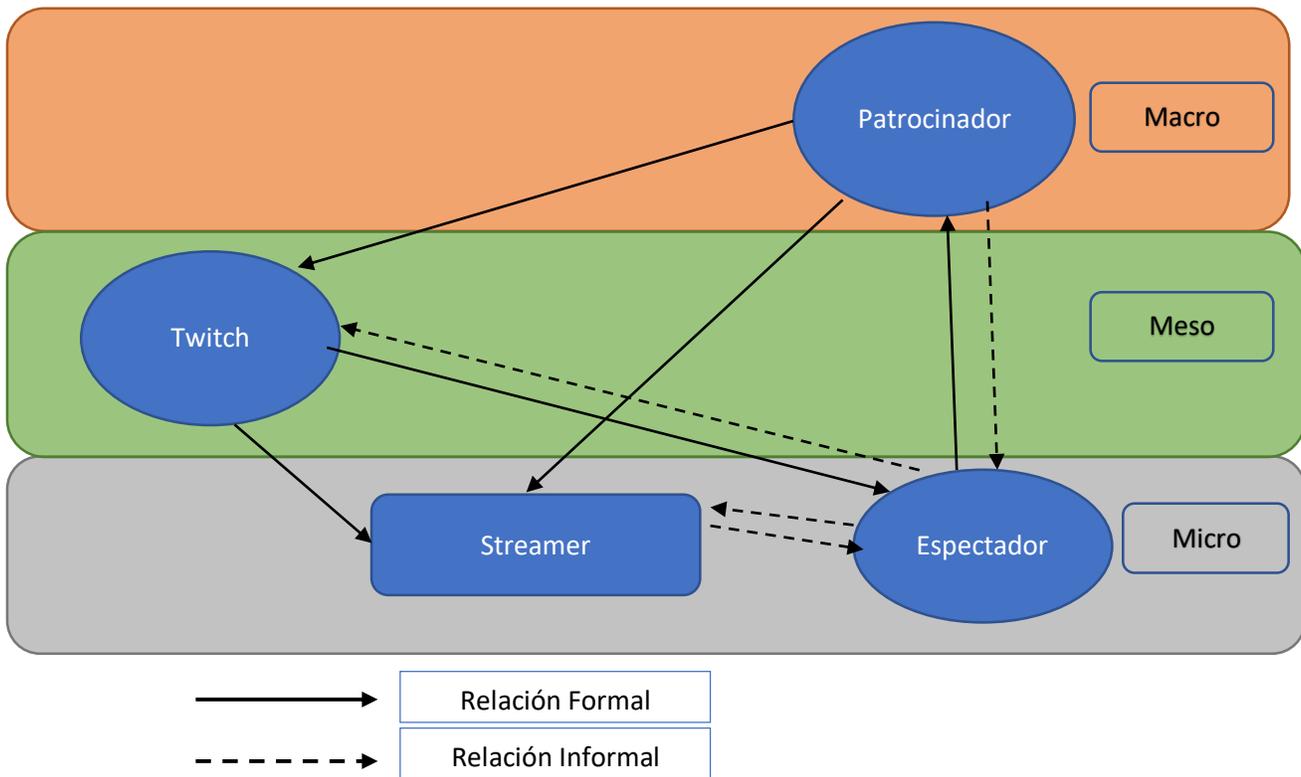
si yo no me lo tomara en serio, me la pasara platicando con la gente, estuviera hablando de otras cosas del universo, y cosas fuera del

juego porque nadie le está poniendo atención al juego (...) en este caso, cuando la cago, es cuando se burlan de mí y me dicen que debí usar esto y aquello para que no me mataran (Epsilon, streamer, noviembre de 2017).

La constante búsqueda de donativos se hace presente al llegar el punto de condicionar ciertas prebendas a cambio de que los usuarios hagan esto, como permitir elegir canción que se reproduce de fondo, hacer un baile cuando se hace un donativo, escribir saludos en tarjetas y que salgan en la pantalla o establecer retos al colocar una meta de acumulación de ingresos a partir de esta acción. Es posible apreciar que, de hecho, tienen cuotas respecto a acciones posibles y los montos necesarios para lograrlos. Lo que sucede con una suscripción nueva, dependiendo del tiempo de ésta (mensual, por uno tres o seis meses), generalmente es anunciada con una animación adicional que destaca el hecho a todos los espectadores. Esta acción está controlada por el streamer quien cuenta con un software vinculado a su cuenta que sobrepone a su pantalla el anuncio de suscripción con una animación acompañado por un audio. Esto da la señal para que, en casi todos los casos, el streamer agradezca el hecho. Esta animación va acorde a la personalización del jugador quien crea un tema (conejos, gatos, un personaje de tv, personaje de videojuego, etc.).

El conjunto de todas estas interacciones nos conduce a plantear un esquema de relaciones (véase esquema 1) que se dan entre los diferentes sujetos que intervienen en la producción de un stream (espectadores, patrocinadores y Twitch), en las cuales, podemos encontrar relaciones formales que pueden estar mediadas por un contrato y la aceptación de términos y condiciones que se le pueden plantear al streamer, así como de las relaciones informales que se pueden dar entre ellos, por ejemplo entre el propio streamer y los espectadores.

Esquema 2.- Relaciones de control en tres niveles de realidad



Fuente: Elaboración propia

No hay que perder de vista el hecho de que cada uno de estos niveles, si bien están ordenados en niveles jerárquicos de interacción social en términos de alcance de su acción, también cuentan con sus propias formas de organización, estructuras e interacción siendo así una configuración de configuraciones (Hernández Romo, 2014). También esta estructuración esquemática tiene fines únicamente analíticos y de exposición pues reconocemos que las interacciones entre estos sujetos se dan en los niveles de realidad antes señalados, pero que centramos nuestra atención en lo que sucede en el proceso de producción concreta, pues las empresas transnacionales tanto Twitch tienen la finalidad de replicar sus modelos corporativos en los sitios donde se establecen los contratos con los streamers considerando un plano macro. Si consideramos un plano meso, al nivel concreto de Latinoamérica o México, esos mismos elementos son modificados de acuerdo con esta especificidad pues, como se pudo apreciar, la dinámica de donativos al igual que los patrocinios -que en ambos casos son paupérrimas- son diferentes respecto a otras latitudes del mundo, haciendo que la publicidad observada por los espectadores sea el canal principal de ingresos de los streamers.

Finalmente, en el nivel micro, el foco se centra en la dinámica inherente a las interacciones *monitor-monitor* en el proceso de producción de las transmisiones cotidianas. Sin embargo, en estos tres niveles se hacen presentes los distintos sujetos que anunciamos anteriormente.

3.2.3.- Juventud y el género, dimensiones presentes en el control del proceso de trabajo

Si hablamos en términos de cifras, un 54% de los espectadores son hombres y el 46% restante son mujeres según cifras de Twitch (2017). Si tomamos en cuenta que existe una diferenciación explícita entre hombres y mujeres en el stream en términos de la forma en que se relacionan los espectadores nos preguntamos si esta diferenciación se expresa en el proceso de construcción de identidades y, además, si éste se expresa en control del proceso de trabajo por otros actores que no necesariamente son por la empresa en cuestiones de poder, disputas, conflictos y que significados y acciones se generan en torno a esas experiencias, queriendo encontrar de este modo pistas o herramientas que nos permitan reflexionar sobre la posible relación entre los aspectos antes señalados. Es decir, nos preguntamos cómo influye el hecho de ser hombre o mujer en la construcción de significados en torno al trabajo pensando, también, si esto termina en una expresión diferenciada en el control del proceso de trabajo y, por ende, en ciertos tipos de resistencias ante este proceso.

Otro aspecto importante que puede tener incidencia en la comprensión de nuestro fenómeno es la condición juvenil pues según estadísticas de la empresa YouTube, la edad de 8 de cada 10 de sus usuarios -mil millones en 2017- osciló entre 18 y 34 años, donde, además, se reportó que 500 millones de usuarios miraron contenidos relacionados a los videojuegos (YouTube, 2017), cifras similares en casi todas las plataformas web: Twitch tiene aproximadamente 185 millones de usuarios y 2 millones de reproducciones simultáneas donde la edad promedio se encuentra en los 33 años.

Muchas las ocasiones, al menos en lo observado y que se captaron en las entrevistas, que los streamers los que conducen la moderación de los contenidos que se emiten en su canal y, por tanto, de lo que se dice en el chat. Se cita el ejemplo de notar algo extraño en la transmisión pues en el caso de las mujeres, si siempre se encontraban maquilladas en cada emisión, cuando no lo están, reciben mensajes relacionados a su aspecto preguntando si se encuentran bien de salud o si pasa algo con ella.

me pongo la base, rubor y labial, pero he notado que cuando me pongo delineador ¡delineador!, o sea, hago lo mismo, pero solo pongo la línea negra debajo de mis ojos, es cuando me dicen epsy a dónde vas, por qué tan arreglada (Epsiloncat, streamer, octubre de 2017)

Sobre la apariencia física y la relevancia que toman en el contenido del chat y, por tanto, de la interacción con los usuarios que los mira, es a partir de las intenciones del streamer que intención explotar para conseguir más seguidores y conducir su actividad. Pueden existir casos en los que la apariencia física enfocado a un tinte de erotización puede ser central en algunos de ellos, en otros, a diferencia de los anteriores, priorizan la calidad y la pericia en el uso del juego lo que se vuelve importante para esto. A pesar de ello, también aparecen comentarios referidos a ser habilidoso o no respecto a cierto videojuego que puede tomar diferentes matices como el del género. La primera reacción de que, si una mujer tiene una clasificación a nivel mundial alto, se asocia a que fue porque tuvo beneficios especiales por su género.

si eres mujer y eres arriba de platino, te dicen carreada. Si juegas mal, claro, eres una boosteada. Cuando juego bien, no me dicen nada, pero cuando hago mal una jugada me dicen manca (Sunny, streamer, octubre de 2017)

Cuando refieren que el volumen de crecimiento se encuentra estancado, comienza a consolidarse un público constante y que construyen una dinámica de transmisión acorde a la comunidad que se construyó, es decir, que comienzan a establecer pautas de intercambio y de comunicación, y, por tanto, de qué mensajes reciben que al final se traduce en el rendimiento del juego.

cuando tengo a mis 120 viewrs, no me dicen nada, es la misma gente; pero cuando tengo más de 300 al mismo tiempo hay mucha gente que no me conoce y me dicen carreada, boosteada si juego mal (Sunny, streamer, octubre de 2017)

Cuando se da el donativo, se ejecuta un comando de animación especial mostrando un mensaje que el usuario donante deja además que el streamer da un mensaje de agradecimiento, así como el monto que fue donado. Se anotó el reto de una streamer en juntar 500 euros para embriagarse y transmitirlo en vivo. El reto duró muy poco porque se realizaron donativos de hasta 99 euros solicitando que lo haga. Además, en los otros

condicionantes que ella misma había colocado, podían asustarla con sonidos de gritos o similares sin que ella se diera cuenta a cambio de cubrir dicha cifra.

También los streamers realizan otras actividades mientras están transmitiendo, se captó el caso en que otra jugadora comentó no haber comido en las horas de escuela y que tenía bastante hambre. Solicitó comida a domicilio y que la consumiría durante el juego, los usuarios volcaron comentarios sobre ello e incluso realizaron donativos con mensajes referidos a ello.

Por otro lado, se encuentra el hecho de que a cambio de cubrir una cuota de donativo o de suscripción podrían realizarse otras actividades, en los canales observados, solo de mujeres quienes al recibir el ingreso mandaban saludos personalizados asociando su imagen con el nombre del usuario quien realizó aquella acción. Nos referimos específicamente a mandar saludos en otro tono o situación construida, donde el saludo no se hace durante el juego y se dedican escasos segundos, sino de una acción específicamente dirigida a “saludar”.

Ilustración 7.- Ejemplo de mensaje personalizado a cambio de un donativo



Fuente: [Twitch.tv/sunny](https://www.twitch.tv/sunny)

En la imagen anterior referimos el hecho de que en las mujeres se observa esta práctica donde se manda saludos personalizados. En el caso de esta streamer, Sunny, escribió los nombres de los suscriptores nuevos o de quienes donaron más de 5 dólares, cambió por completo la pantalla de juego donde solo apareciera su imagen y posó en una sola postura

durante unos cuantos segundos. Resultó bastante curioso la motivación de porqué mantenerse así en ese periodo de tiempo, nos hace pensar que dará tiempo así a la persona referida en esa tarjeta de tomar una captura de pantalla y guardarlo en una carpeta personal.

Entendiendo a la sexualidad como un conjunto, socialmente construido, de procesos que incluyen pautas de deseo, fantasías, placer e imágenes del otro y de uno mismo, lo que implica que ésta no se reduce únicamente a la práctica exclusiva referente al coito, ni que sea algo propiamente femenino (McDowell, 1999:202). Sino que se tratan de relaciones atravesadas por el poder y en las que tiene mucha influencia en la conducta que suponen adecuadas para un género en donde se ponen en juego en las prácticas de interacción social. Como se habló en el apartado del trabajo estético y emocional, son diferentes las modalidades en que se despliegan este tipo de trabajo vemos que la expectativa de rendimiento en el juego, la apariencia física y la forma de interacción que el usuario tiene hacia los streamers se ve claramente diferenciado por el género.

Entonces cabe aclarar que el poder no opera de manera simplista entre un jefe y un subordinado en una relación laboral clásica, sino que puede provenir de otros actores no laborales como los son los espectadores donde la reafirmación de los códigos de asimetría entre los géneros se hace presente al exigir, por ejemplo, que una mujer sea agradable frente a la pantalla o que un hombre debe jugar a un nivel elevado demostrando grandes habilidades. Además de que en las interacciones en pantalla claramente se marcan diferencias en la forma de hablar con los espectadores o de buscar un ingreso a partir de la suscripción o del donativo. Si bien no existen relaciones violentas de forma explícita, más bien existen tensiones donde opera el poder en otras latitudes, podemos pensar en márgenes de resistencia, rechazo e insumisión como parte de ello.

Warhust planteó que la interacción sexualizada puede ser considerada una forma de resistencia ¿de qué manera podemos considerarla también como parte de mecanismos de control en el proceso de trabajo? esto en el entendido de que puede existir disposiciones explícitas desde la gerencia que prohíban ese tipo de comportamiento, no solo entre trabajadores, sino entre el trabajador y el cliente. Esto referido a que, si en el streaming de videojuegos se han señalado prácticas en las cuales se limita mostrar contenido explícitamente sexual, este tipo de contenido es utilizado también para ejercer control.

3.3 Sobre la identidad

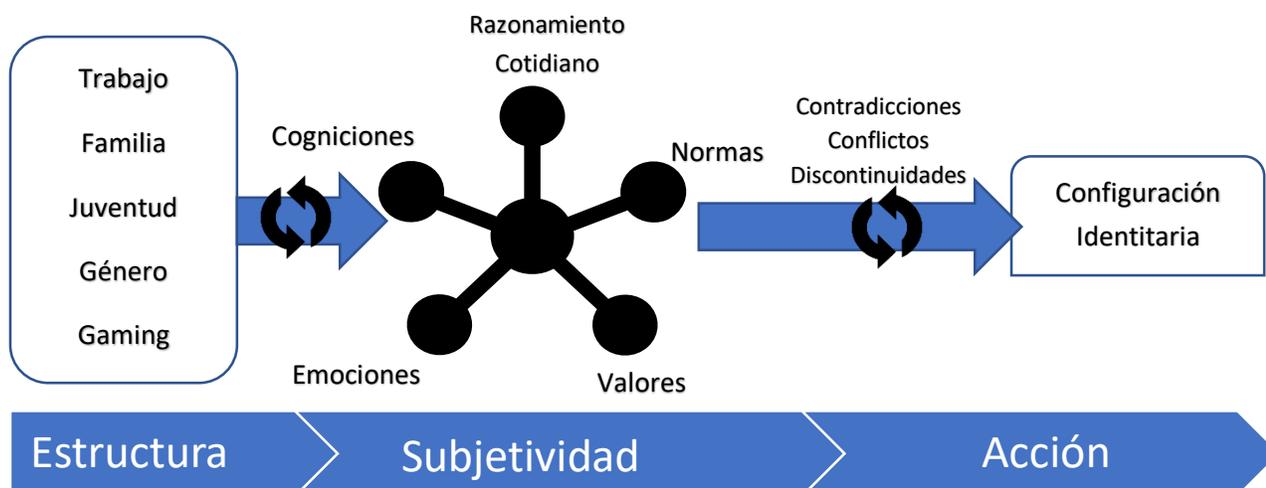
Este apartado tiene por objetivo dimensionar los ámbitos sociales que están ligadas al problema de construcción de identidades que, en primer lugar, gira en torno al trabajo, y que después cabría la reflexión sobre identidades colectivas. Partimos de la idea que la conformación de **identidades colectivas** respecto al trabajo de streaming, no sucede únicamente desde el ámbito laboral, sino que resulta de la articulación de experiencias familiares, de género, laborales, el *gaming* y en la relación a través del ciberespacio. Cada una de estas experiencias involucra estructuras, interacciones y procesos de significación, siendo su articulación concreta lo que nos dará elementos en la exploración de los elementos involucrados en el proceso de trabajo en los streamers de videojuegos.

Para abordar la identidad y el trabajo, es necesario el desapego a las nociones tradicionales de constitución de identidad. Es así como es prudente considerar una forma ampliada de cómo abordar la identidad y el trabajo. Dicha ampliación implica que puede existir también eficiencia identitaria también en situaciones donde el internet interseca las relaciones sociales como el trabajo. La constitución de un sujeto laboral ampliado implica también la propia relación laboral con en el cliente y sus demandas; en tiempos y territorios no laborales, así como sus experiencias laborales con otros ámbitos sociales como la familia, el barrio o el consumo (De la Garza, 2010).

De acuerdo con la propuesta configuracionista, que, a partir del reconocimiento de la situación concreta, puede reconocer regularidades o tendencias de las prácticas pero que no significa la conformación de un sistema. Como podemos apreciar en el esquema 2, la existencia de estructuras si bien presionan a la acción de los sujetos, no suponen una determinación al reconocer un espacio de lo posible. Es por ello por lo que, en el plano de la subjetividad, se reconoce la existencia de las contradicciones, conflictos y discontinuidades con la presencia de razonamiento cotidiano, cogniciones, códigos morales, estéticos y cognitivos. Que el final se puede expresar en una configuración identitaria el cual forma parte de la subjetividad, expresa una pertenencia colectiva, con signos compartidos, lenguaje, estilo de vida, al punto de que es posible reconocer situaciones desde las más ambiguas hasta

las más específicas el cual nos lleva a preguntarnos sobre la situación en la cual estamos analizando.

Esquema 3.- Postura analítica para la configuración identitaria de streamers



Fuente: Elaboración propia basado en De la Garza (2010)

Es por ello cuando hablemos de identidad no nos centraremos únicamente en una determinación deductiva a partir únicamente de los significados y experiencias en el ámbito del trabajo, sino también reconocemos la interconexión con otros ámbitos de la realidad social que tienen influencia en la construcción de identidades de los streamers. Por ello, desarrollaremos a continuación los ámbitos relacionales del trabajo (lo estético, lo emocional, el género, la juventud, lo lúdico) con algunos que son diferentes a ellos (la familia, la escuela, las amistades) que tienen un rol en la construcción de códigos identitarios. Recalcamos con esto que dichos códigos no sólo se dan únicamente en la subjetividad, sino que éstos son situacionales permitiendo comprender de qué manera estos ámbitos que enunciamos anteriormente intervienen en lo concreto.

Tomando en consideración de qué manera estos otros ámbitos de experiencia -familia, escuela, entre otros- juegan un papel en el reconocimiento como streamer, tomaremos como punto de partida las relaciones y experiencias que se tienen con otros sujetos al momento de jugar en vivo. También, un esbozo de la trayectoria laborales para conocer expectativas y posturas respecto al gaming como espacio de trabajo, de qué manera significa ser joven o la diferencia entre hombres y mujeres para este proceso, cómo contribuye a la construcción

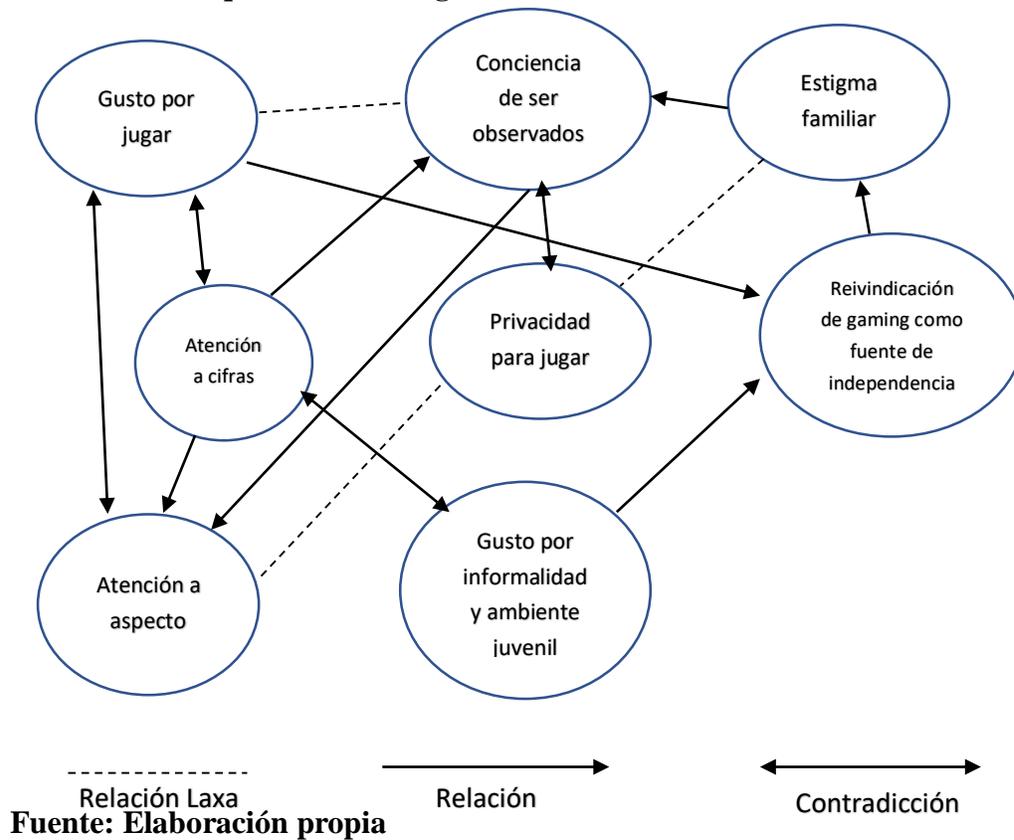
identitaria las relaciones que se establecen con la empresa tomando en cuenta el sistema de pago y las formas de control que puede aparecerse y, finalmente, la forma en que el sentido de lo lúdico -a sabiendas de que se trata de una cara de la misma moneda, el trabajo- forman parte de esta configuración identitaria.

3.3.1 “Soy un youtuber de videojuegos”: El camino a ser streamer

A partir de las entrevistas realizadas y la observación llegamos a la idea de que el reconocimiento de sí mismo como streamer de videojuegos respecto a los otros, no parte únicamente desde el ámbito del trabajo, sino que entra en juego otros ámbitos de relaciones sociales que tienen eficiencia identitaria pues, en la interrelación con otros mundos de vida. Reconocemos que la experiencia de trabajo, el del streaming, coexiste con otros espacios de experiencia como lo es la familia, la escuela, otro trabajo, amistades, entre otros. Este intercambio entre espacios de experiencia, o como De la Garza (1997) definiera, otros mundos de vida, contribuye a la rutinización o reconstrucción de subjetividades e identidades.

De manera únicamente expositiva y analítica, pues reconocemos que se trata de un proceso dinámico (Zemelman, 1987), exponemos en el esquema 3 la síntesis de lo que consideramos son los códigos identitarios que influyen con relaciones continuas, laxas, discontinuidades y contradicciones al pensar en la configuración identitaria de los streamers de videojuegos. De igual modo, reafirmamos que la identidad no es meramente una situación, *sino una construcción en la que intervienen estructuras que habría que descubrir, junto a subjetividades que habría que desentrañar, e interacciones, especificando entre quienes se da* (De la Garza, 2018: 162). Desarrollaremos a lo largo de este apartado estos códigos tomando en consideración los sujetos que intervienen, los tipos de interacciones y los significados que se dan en torno a esta construcción identitaria.

Esquema 4.- Configuración identitaria colectiva del streamer



Tenemos en cuenta que resulta complicado considerar el carácter colectivo en la construcción de identidades dentro del proceso de trabajo pues nos referimos a sujetos que se encuentran aislados físicamente entre ellos. Sin embargo, la interacción que se da por medio de los medios electrónicos como el Internet, puede resultar como vías eficientes para esta construcción, pues es el pilar central para la realización del trabajo. Con lo anterior, nos conduciremos por las especificidades de esta tecnología de la comunicación y las formas en que se establecen relaciones sociales entre los sujetos que intervienen directamente en el trabajo del streamer como los espectadores, los patrocinadores, la empresa, así como otros actores que estrictamente no forman parte del proceso de trabajo, pero que su vínculo se hace visible cuando tienen cierta influencia en dicho proceso. También tenemos en cuenta dos diferenciaciones que matizan el contenido significativo en las interacciones de los streamers con el trabajo y otros espacios sociales, nos referimos a la diferenciación que puede haber entre hombres y mujeres, así como su condición de jóvenes que puedan dar contenido y especificidad en la construcción identitaria a la cual nos referimos para que los fines

expositivos planteados en el esquema 3, trataremos de desarrollar cada código que colocamos y explicar las relaciones (o no) que se dan entre ellas.

Cuando nos preguntamos sobre la trayectoria que los streamers partiendo con la interrogante de cómo se decidió realizar dicha actividad, lo que se encontró en las entrevistas es a partir de su situación inicial de espectador se buscó un contacto más cercano a los jugadores que seguía ya de tiempo atrás y buscar así crear contenidos para internet. De igual modo, buscaban una vía que les habilitara a relacionarse con otras personas que realizaran lo mismo -jugar videojuegos- pues las personas mayores, como sus padres, no comprendían lo que realizaban. La plataforma más buscada fue del sitio de videos de Google es YouTube, pero la intención de centrarse en el juego y no preocuparse tanto en la edición y cuidado que un video requiere para este sitio web los hace considerar como una opción mejor a Twitch. Lo que nos refirieron en una entrevista es que, a partir del ejemplo de otra mujer, que a pesar de no jugar de forma notable como para formar parte de la esfera competitiva, si tiene un buen desempeño mezclado con una interacción entretenida para los espectadores, y, por tanto, “le pagan por jugar” y “solo se centraba en jugar” (Epsilon, streamer, entrevista realizada en noviembre de 2017). La premisa de que no se necesitaba mucha atención la realización de una transmisión a diferencia de otra actividad, como el YouTuber, además de que se encontraban con una actividad en común con otras personas que se diferenciaban de aquellos que “no entendían” su actividad (observación a Sunny, octubre de 2017), podemos pensar primeramente en un **gusto por la informalidad y ambiente juvenil**, como un código identitario que tendrá una relación contradictoria y una directa con otros códigos que desarrollaremos en las siguientes líneas.

Este gusto antes señalado viene acompañado con una identificación a una actividad que conlleva bastante tiempo y que, de por medio, se está jugando por un ingreso cuando se obtiene el contrato con Twitch, es cuando comienzan a haber cambios en la forma de expresión sobre las actividades que amplían la relación con el stream dejando de ser los videojuegos como elemento único. Nos han referido que, si no captan espectadores que consideran adecuados, por tanto, comienza una preocupación sobre el motivo de aquel suceso y, entonces, desarrollan estrategias para aumentar la cifra de espectadores o recuperar los que se han ido teniendo una especial **atención a las cifras**.

cuando veo que pierdo viewers, me da bajón y entonces me digo: vamos a ser más interactivos, más chistes, más buena con la gente, aunque si todo el tiempo estoy pensando en que es un trabajo (...) si tengo muy presente si me está yendo bien o no, para mí siempre me parece que es un trabajo (Epsilon, streamer, noviembre de 2017)

Los que se consideran profesionales realizan stream de lunes a viernes mínimo cuatro horas y después de ese tiempo, consideran que el tiempo extra a ello es un *bonus* porque puede no darse cuenta del tiempo u observa que los números del chat, espectadores y suscripciones son los óptimos, en esos casos pueden extenderse de 6 a 8 horas.

Esta atención a las cifras entra en contradicción con el hecho de que se trate de un gusto por la informalidad -hablando de las condiciones que se deben cumplir para realizar una transmisión- que el streaming da en términos de proceso de trabajo. Esto tiene una relación con la idea de que a sabiendas de que se trata de una actividad donde el **gusto por jugar** supone una actividad recreativa en un principio, el streaming de videojuegos supone una **consciencia de que son observados**. Sigue siendo el monitoreo reflexivo de las cifras lo que entra en tensión con el gusto por jugar y la informalidad que el streaming provee.

Como *algo permanente o de largo plazo en su vida*, los streamers entrevistados colocan a la actividad de video jugar pues esta actividad la desempeñan incluso fuera de la cámara nutriendo el **gusto por jugar**. Cuando se habla de una relación con la **consciencia de ser observados**, existe una relación laxa pues ellos juegan cosas offstream -fuera de cámara-, aunque su racionalidad les dice que deben jugar y transmitirlo todo el tiempo, y cuando de plano no lo están aprovechan para atender los asuntos relacionados con otros ámbitos de su vida. Pareciese que no se relacionan con amigos más allá de los que logra entablar relación durante las transmisiones, pues consideran que ayuda jugar con otros amigos streamers y que sean famosos para la comunidad; eso tendría efectos positivos en sus audiencias a partir de que piensan de ellos otros streamers y su propia comunidad de espectadores.

si yo me llevara bien con Alkapone tuviera miles de viewers, si hiciera stream con streamers grandes. Porque cuando un viewer no encuentra su favorito, se va luego con su amigo porque tiene el mismo humor y juega similar, así te das a conocer (thasser, streamer y youtuber, octubre de 2017)

Se indagó en las entrevistas sobre el proceso al cual habían llegado a la cantidad de suscriptores y espectadores actuales, en el refieren a una *estabilización*, donde existía un

aumento abrupto de espectadores, hasta que notan una cantidad constante de espectadores que, generalmente, es menor al pico de conexiones simultáneas. Cuando refieren a que les va mal, vuelven a la cifra de espectadores para poder referirse a ello: cuando tienen lo que consideran *flojo*, el stream es cuando ni siquiera cumplen con el requerimiento para mantener el contrato con Twitch. Por tanto, las cifras abultadas de seguidores son resultado de un proceso continuo y acumulativo de seguidores que no *desuscriben*, es decir, que no dejan de seguir al jugador y mantienen las suscripciones pagadas al canal. Creen que como estrategia comercial para obtener a más seguidores está el de hacer rifas, retos y consultas para para aumentar la cifra de espectadores y, por tanto, de suscriptores (entrevista realizada a Sunny, octubre de 2017). Sin embargo, refieren que *no siempre sirve inflar números*, pues los followers no garantizan que vayan a ver de forma constante o que se mantenga la cifra de suscripciones. Sunny nos cuenta: *Por ejemplo, a mi novio le siguen 100mil, a mi 90 mil, pero en cambio a él lo miran 1000 personas y a ella 150, por tanto, a él le va mejor* (Sunny, streamer, octubre de 2017)

Esta continua atención a la cifra tiene un vínculo de igual modo a la **atención por su aspecto**, pues consideran que con estas actividades para conseguir más seguidores y suscripciones no se logra únicamente por las actividades indicadas en el párrafo anterior, también toman en cuenta elementos como su aspecto personal donde *se maquillan, se peinan, suben su foto antes de comenzar un stream para así incentivar a los espectadores* (Epsilon, entrevista realizada octubre de 2017), o que comparten contenidos en sus redes para anunciar dicha actividad (ag_bean, observación octubre de 2017), siendo la forma en que arreglan su espacio y la forma en que se presentarán frente a la cámara, un proceso por el cual dedican tiempo y del cual se preocupan entrando en contradicción con la premisa del **gusto por jugar** como elemento principal. Aunado a ello, vemos que existe una diferenciación entre hombres y mujeres al momento de cuidar el aspecto como se enunciaron en los dos casos señalados en líneas anteriores.

Para algunos, el Partner es una meta que alcanzar para así poder acceder a los beneficios de las suscripciones y los donativos para así establecer al **gaming como una fuente de independencia**. Para algunos les tomó 6 meses o más para acceder a ella, en otros casos, a los dos meses pudieron firmar el contrato con Twitch. El camino recurrente es aplicar

al staff norteamericano de los cuales son comúnmente rechazados. Para el caso latinoamericano está alguien responsable para esa región, Argie -streamer latinoamericano-, y es a través de él quien, en un principio podrían acceder a los streamers de la región Latinoamérica porque no había instancias formales en esta región. Fue de forma instantánea en un principio, por la vía formal, que es la de aplicar al staff norteamericano y la que consideran *la informal*, es por este contacto que permitía obtener el contrato de forma casi inmediata, siendo la vía que la mayoría optó por esa opción, pero con el paso del tiempo la máxima *vete con Argie* se saturó y dejó de ser una vía para lograr formalizar la relación con Twitch. Con ello, la búsqueda por obtener el contrato con la empresa se vuelve crucial para poder definir su intención para dedicar más tiempo a dicha actividad.

Cuando se indagó sobre la formación profesional, cuando la tenían, refirieron a que, aunque sean profesionales en alguna disciplina, son los videojuegos los que, por el momento, los hace pasar la mayor parte del tiempo ocupados y que, en ocasiones, prefieren dedicarse a las diferentes áreas de la industria de los videojuegos, aunque tampoco cierran la posibilidad de continuar con su formación (Epsilon, entrevista realizada octubre, 2017). Esta intención de formar parte de alguna de las ramas del gaming, en términos de modelo de negocios es a partir de buscar reafirmar su **gusto por jugar** y por **la informalidad y, la cuestión juvenil** que significaría para ellos colocar al **gaming como fuente de independencia**.

La relación familiar sale a colación cuando se preguntó respecto a cómo era considerada su actividad con otros actores sociales como amigos, compañeros y la familia entonces aparece situaciones que, incluso tienen injerencia en el streaming. Por ejemplo, cuando se viven en casa, hacen alusión que hasta es más eficiente vivir con los padres porque pueden tener el alimento preparado para cuando inician la transmisión, en otras hasta es posible que puedan resultar en interferencia durante el juego, pero que estaban siempre señalados como actividades que no nutrían nada a su desarrollo personal futuro. Con ello podemos pensar en una constante estigmatización y apoyo simultaneo por parte de la familia.

mi mamá estuvo muy en contra al principio: estaba estudiando, era como de deja de perder el tiempo y no me gusta que te estén viendo. Se le hacía muy friky que la gente me estuviera viendo por la webcam en mi cuarto con la puerta cerrada (...) luego me ponía a gritar en mi cuarto y había veces en que me cortaba (chasquea los dedos) y me decía ya y entraba a mi cuarto a mandarme a dormir (Epsilon, streamer, octubre de 2017)

Consideran como un código importante a la **privacidad para jugar**¹⁹ pues lo consideran un elemento importante para la producción contenidos creativos y productos culturales de entretenimiento. Reflexión que podría entrar en cierto roce con el hecho de que el despliegue de producción de contenidos simbólicos es a partir de la invasión a dicha privacidad por parte de los espectadores que miran la transmisión de los jugadores. Si bien se encuentran solos en sus espacios de juego, son las personas que están atentas a lo que realizan durante la partida significando un punto importante de reconocimiento como fuente de entrenamiento que coloca a los videojuegos como pilar fundamental para realizar esta actividad reafirmando como parte de la *comunidad gamer*.

Siguiendo este orden de ideas, tomamos en consideración otras actividades que realizan de forma paralela al streaming para reconstruir los ámbitos de experiencia que tienen eficiencia identitaria en el streamer. Se encontraron casos heterogéneos, sin embargo, puede notarse una tendencia en aquellos quienes no cuentan con un volumen elevado de seguidores (50-700 espectadores simultáneos aproximadamente), pues son éstos los que vinculan el rol de streaming con el de ser estudiantes universitarios o tener un empleo de medio tiempo.

al final lo ves como algo normal, aunque es muy necesario planificar el tiempo, cambié mi modo de estudio en la universidad a semipresencial para poder jugar más, aunque si tuviese que cambiar mis horas de juego por estudiar, también lo haría (Kaiser, streamer, octubre de 2017)

En otros casos, enuncian de forma explícita que son *streamers profesionales*, categoría que será explorada y reflexionada en otro momento. Esto nos da cuenta de la vinculación de otras actividades respecto a la forma de hacer streaming como mantener una matrícula activa en una institución, o la de tener un empleo. En otras situaciones no era posible averiguar datos como la edad o la ocupación, esto se obtuvo a partir de que algunos usuarios hacían preguntas relacionadas con ello a los streamers y ellos brindaban esa información.

Fue cuando los ingresos aumentaron a partir de las actividades y los eventos a los que son invitados, fue cuando la renuencia a que sigan transmitiendo por parte de los padres disminuyó. Es cuando comienzan a dedicar más tiempo y llamarse a sí mismos *streamer de*

19 Me recuerda a lo que enunciaba Virginia Woolf sobre la privacidad, sino que fue en que las mujeres tuvieron habitaciones propias que pudieron escribir novelas y poesía

tiempo completo o streamer profesional. Cabe aclarar que esto abre la posibilidad a una reflexión más amplia que puede relacionarse a la sociología de las profesiones en términos de discernir entre lo que consideran esta característica con lo que podremos considerar efectivamente una profesión. Podríamos referirnos a un código al de **reivindicación como streamer profesional** ante la resistencia, de la familia, por ejemplo, de reconocerlos como streamers de tiempo completo y que de esta actividad obtienen ingresos económicos que pueden significar los suficiente para considerarlo como una ocupación.

Reflexiones finales

En el presente apartado presentaremos las reflexiones finales derivadas del análisis de nuestro objeto de investigación. Para lograr este objetivo tomaremos un camino bicéfalo. La primera rama se nutrirá de las reflexiones derivadas del análisis del proceso de trabajo y en las formas en que el control sobre ello se manifestó, es decir, de los diferentes sujetos que toman parte de este proceso: espectadores, patrocinadores y la empresa. En seguida nos centramos en las pautas que los streamers significan y objetivan en códigos que utilizan para una construcción identitaria, esto cruzado por diferentes mundos de vida (De la Garza, 1992) que también proveen de elementos significantes para poder pesar en una configuración identificaria. Todo lo anterior partiendo de una reflexión sobre el contenido del trabajo que implica la transmisión de videojuegos para colocarlo así en un sitio dentro de la sociología del trabajo.

Partimos inicialmente que en el streaming de videojuegos hay promoción de ventas, búsqueda de donativo y recepción de ingresos por suscripciones y patrocinadores en caso de que cuente con ellos. También utiliza su imagen para incorporarlo al contenido del producto, entonces realiza producción audiovisual. En él no se elaboran productos *físicos*, pero sí símbolos que pueden ser objetivados abriendo una reflexión respecto a si estamos pensando en clave de actividades productivas o improductivas. Para Marx, el trabajo productivo al cual se subordinan a los otros trabajos en el capitalismo es el creador de plusvalía, según las posturas clásicas del trabajo. Los trabajos en la circulación, por ejemplo, el bancario o el comercial son considerados como no productivos, debido a que la explotación fue pensada sobre todo para el trabajo industrial de su época. De tal manera que Marx abre la posibilidad de que haya cabida en el análisis del trabajo capitalista a los servicios productivos, como el trabajo de actuar en un teatro; se les analiza como particularidades (comprimen producción y circulación de la mercancía, y la mercancía es la actividad misma, que se produce, distribuye y consume al mismo tiempo) del trabajo asalariado que no son muy relevantes en el conjunto de la creación de valores (Marx, 1975).

Con lo anterior, consideramos pertinente considerar al Streaming de Videojuegos como *Trabajo no Clásico*. Pues, al ser un trabajo en el cual se trata de jugar para un conjunto de espectadores dentro de una dinámica de transferencia monetaria a partir del

entretenimiento y venta de productos en el cual la forma contractual ni salarial están claras; donde, sin embargo, el control de la empresa está presente en la supervisión de contenidos transmitidos y donde un conjunto de personas -los espectadores- valorizan a esta actividad como trabajo, nos hace sin duda abandonar las formas clásicas de trabajo para poder comprender las especificidades de esta actividad y comprender así el tipo de encubrimiento de las relaciones de trabajo que pueden existir en el capitalismo contemporáneo.

Aceptamos que este tipo de trabajo es eminentemente simbólico, pues son los recursos subjetivos producidos en el momento de la interacción entre jugador y espectador es lo central para objetivar el trabajo del streaming de videojuegos. De igual modo, son los mismos espectadores los que participan en la construcción de la experiencia de la transmisión haciéndonos pensar en una mezcla de la forma A y C de las formas generales del trabajo no clásico, propuesto por De la Garza (2011, 2017). Del mismo modo, nos hace considerar que los momentos de trabajo y no trabajo en la reproducción de éstos deben ser considerados bajo la óptica del concepto de trabajo no clásico, de tal manera que no pensar en límites basados por el salario, sino de elementos objetivos y subjetivos proveniente de las relaciones sociales de producción.

En el streaming de videojuegos, como un trabajo no clásico, la presencia del espectador y de otros actores como los patrocinadores, los moderadores y otros jugadores complejizan el problema del control del proceso de trabajo, ya que éstos intervienen como actores fundamentales en la disputa por dicho control. Son los espectadores quienes pueden generar injerencia no solo para conducir los contenidos y los modos en que se realizan las transmisiones, sino también para establecer pautas y patrones de comportamiento esperado. Al no ser cumplidas, pueden significar sanciones y castigos al quitar suscripciones, no realizar donativos, no mirar su canal e, inclusive, insultos y descalificaciones. Aquí la búsqueda de patrocinios y las condiciones que éstos pueden establecer para poder acceder a los beneficios que éstos ofrecen podrían ser pautas para pensar en un control explícito, y el hecho de estar en constante supervisión de la cifra de espectadores para conservar un contrato, podría formar parte de un control implícito, sin tomar en cuenta pautas de carácter cultural y subjetivo que pueden jugar en todos ellos.

Por tanto, se tomaron en consideración tres sujetos principales en los cuales las interacciones entre ellos y el streamer construyen pautas de control sobre el proceso de trabajo, en los cuales, a partir de vías directas o indirectas, se pueden dar.

Es importante también, de acuerdo con lo desarrollado en el universo de observación, reconocer la influencia de diferentes niveles de realidad que se encuentran presentes en el proceso de streaming de videojuegos para así comprender las intersecciones que se dan en el control sobre el trabajo. Cabe aclarar que esta diferenciación es únicamente analítica que nos permitirá comprender el entretendido de interacciones entre los actores laborales que consideramos parte de nuestro objeto de investigación, pues la interacción de los sujetos transita en un conjunto de relaciones que pueden estar atravesadas por la contradicción, el poder, el conflicto o la cooperación.

No hay que perder de vista el hecho de que cada uno de estos niveles, si bien están ordenados en niveles jerárquicos de interacción social en términos de alcance de su acción, también cuentan con sus propias formas de organización, estructuras e interacción siendo así una configuración de configuraciones (Hernández Romo, 2014). También esta estructuración esquemática tiene fines únicamente analíticos y de exposición pues reconocemos que las interacciones entre estos sujetos se dan en los niveles de realidad antes señalados, pero que centramos nuestra atención en lo que sucede en el proceso de producción concreta. Pues las empresas transnacionales como Twitch, tienen la finalidad de replicar sus modelos corporativos en los sitios donde se establecen los contratos con los streamers considerando un plano macro. Si consideramos un plano meso, al nivel concreto de Latinoamérica o México, esos mismos elementos son modificados de acuerdo con esta especificidad pues, como se pudo apreciar, la dinámica de donativos al igual que los patrocinios -que en ambos casos son paupérrimas- son diferentes respecto a otras latitudes del mundo, haciendo que la publicidad observada por los espectadores sea el canal principal de ingresos de los streamers. Finalmente, en el nivel micro, el foco se centra en la dinámica inherente a las interacciones *monitor-monitor* en el proceso de producción de las transmisiones cotidianas. Sin embargo, en estos tres niveles se hacen presentes los distintos sujetos que anunciamos anteriormente.

Si nos referimos respecto al canal principal de ingresos monetarios, los donativos no es la fuente principal de éste -de acuerdo con la especificidad que Latinoamérica contiene en

términos de relaciones económicas que se señalaron en apartados anteriores-, sino que proviene de una construcción del ingreso por diferentes canales. Como característica regional, la de América Latina, no existe mucha viabilidad de que un espectador done dinero en los volúmenes que ocurren en regiones como Europa o Estados Unidos reflejando una relación económica que se expresa en la acción de los sujetos.

Se detectaron varias fuentes de ingresos que son explotados por los streamers que no cuentan con la posibilidad de nutrirse vastamente en términos monetarios. El principal proviene de las suscripciones, por lo que la formulación de estrategias por parte de los streamers para así incentivar esta acción se vuelve parte importante en su quehacer cotidiano en sus transmisiones. Esto supone algunas implicaciones en nivel subjetivo, la más relevante es que los códigos sobre el gusto por jugar están en constante tensión con la consciencia de ser observados y la atención por las cifras si se cuenta con un contrato establecido con Twitch.

Cuando hablamos sobre autoreferenciación, los streamers entrevistados y observados denotan un sentimiento de reivindicación de su actividad, y en general por el gaming como fuente de independencia respecto a la opinión que otros actores sociales, como lo es la familia, pueden tener sobre éste y que refieren de una manera estigmatizante esta actividad.

Lo anterior también está nutrido por una diferenciación que parte del sentido de la juventud, pues al asociar el gaming como una actividad creadora de posibilidades, espacios laborales y de significados compartidos, según lo captado en la investigación, logran diferenciarse de quienes no consideran viable el jugar videojuegos como proyecto de vida. Hablamos de una tensión entre factibilidad de que lo último sea posible y que los sujetos lo signifiquen como tal.

Al hablar sobre ocupación juvenil, es común encontrarnos el concepto de *ninis* (ni trabajan, ni estudian) como forma de explicación en este fenómeno. Respecto a ello consideramos que es a partir del fallo de conceptualización sobre la ocupación, donde solo se consideran, principalmente, canales formales de empleo, es cuando aparece datos empíricos que podrían sostener el postulado. Sin embargo, al realizar estudios de trayectorias laborales vemos que están sumamente ocupados y que en algunas de ellas pueden generarle ingresos económicos propios, aunque reconocemos que también puede existir trabajo sin

recibir un ingreso a partir de ello²⁰. Acercamiento que nos puede aclarar algunas especificidades del trabajo de streaming de los videojuegos pues, como construcción cultural específica, el gaming configura un conjunto de prácticas simbólicas diferenciadas de otros conjuntos sociales donde la constante contraposición generada por la brecha generacional en el uso de estos elementos, diríamos que el uso de estas herramientas como los videojuegos.

Demográficamente hablando, es cierto que la mayoría de la población que utiliza Twitch ya sea para realizar streaming u observarlo no supera los 35 años, no podemos hablar de una diferenciación como ésta para determinar que estamos hablando de una actividad juvenil. Mas bien, debemos referirnos a la forma en que la significación se da respecto al otro, el adulto en este caso, parte de la idea de que el jugar videojuegos es una actividad de jóvenes, aunque tengamos casos específicos, pero que no son tendencia, en que adultos realizan dicha actividad. Del mismo modo, sucede en considerar una actividad laboral viable el desempeñar una actividad relacionada con los videojuegos es significada de diferente manera por los jóvenes respecto a los adultos, según los propios sujetos entrevistados y nuestra observación.

Cuando nos referimos a la diferenciación entre hombres y mujeres en el desarrollo del streaming se detectó una constante consciencia por parte de los streamers de ser observados a partir de algunas pautas que pueden partir de aquella diferenciación. Existe una diferenciación constante a partir de la idea de pericia en el jugar para poder asegurar que pertenecen a cierto rol asignado para los videojuegos: los hombres se les exige jugar de una forma notable, mientras que a las mujeres es la calidad de interacción con los espectadores asegurando una cercanía a estos lo que *provee* de calidad a su transmisión.

Cuando nos acercamos al ámbito de lo lúdico, a pesar de las objeciones que le podemos hacer a Huizinga respecto a la idea de éste en relación con la cultura en general, destacamos el hecho de que en parte existe un vínculo que tiene con el planteamiento más amplio del proceso de civilización en términos del autocontrol como elemento central de Elías y sus reflexiones sobre el deporte. Recuperamos la idea de deporte y de recreación debido a que, como se trata de un videojuego lo que se ejecuta como herramienta específica de entretenimiento, éstos contienen, generalmente -si no es que siempre-, altas dosis de

²⁰ Para ello revisar los trabajos de García Canclini respecto a los jóvenes y la industria cultural

competitividad que añaden reglas restrictivas para poder desarrollarse. Podemos considerar al elemento lúdico como parte del proceso de trabajo, no asociado únicamente como parte de no trabajo, pues puede existir dosis lúdicas para los streamers, como también el hecho de que asocien al hecho de jugar videojuegos un momento de trabajo con desgaste físico. Otro elemento que puede ayudar a considerar parte del contenido del trabajo de streaming es el aspecto competitivo que es de interés para los espectadores y que puede ser elemento central para considerar, de cierta manera, la práctica de un deporte, un código importante en la construcción de la identidad colectiva.

Por el lado de la comunicación simbólica, señala Castells, en tiempos donde las redes sociales se conforman de acuerdo al nivel de interacción a través de las TIC's, sin duda alguna puede pasar de un plano de interacción física (cara-cara), a ser ahora una interacción que escapa del plano físico (monito-monitor), con una carga simbólica particular debido a que es necesario un conocimiento anterior para comprender lo que ahí se expresa (frases, imágenes, sonidos, conceptos) concernientes a ese medio a lo que nos referiremos como una *Identidad-Red*, puesto que *como seres humanos cada vez más entrelazados con la tecnología y con los demás a través de la tecnología, las viejas distinciones entre lo que es más específicamente humano y específicamente tecnológico se hacen más complejas* (Turkle, 1995: 21).

Si bien reconocemos que existen otros ámbitos de relaciones sociales en los cuales se da la construcción de subjetividades e identidades que se encuentran entrelazados con el trabajo, seguimos reafirmando que no se ha constituido una sociedad del no trabajo tal como lo señalase las teorías del fin del trabajo (Negri, Bauman, Gorz), específicamente en postulados que colocaban al progreso tecnológico como suplantador de puestos de trabajo y, por tanto, el fin de este (Rifkin). Lo que tenemos frente a nosotros es un ejemplo de una recomposición de los puestos de trabajo en el cual nos encontramos frente a un oscurecimiento de relaciones salariales, pero que continúa construyendo identidades colectivas en torno al trabajo.

Anexos: Instrumentos

Guía Observación- Transmisión de partida

La intención de la presenta guía no es la de un recetario del cual solo se llenan casillas o se marca de forma positiva algún aspecto, sino que trata de elementos a considerar para redactar reportes de observación.

Partner		Seguidores		Espectadores promedio	
Temática	Ítem	Observaciones			
Observables en el monitor	Imagen del streamer	Solo el juego	Rostro		Rostro y habitación
	Definición de imagen	Voz	Grd.	Peq.	Grd. Peq.
	Tipo de transmisión	Directo		Retransmisión	
	Personalización	Adorno al entorno del videojuego	Comandos de chat con el espectador		Animaciones especiales
	Fanservice	Contacto	Redes Sociales		YouTube
Del streamer	Características socio-demográficas	Edad	Nacionalidad		Ocupación
	Actividades secundarias	Relacionadas con Videojuegos			Otras actividades
	Tiene tienda	Relacionada a su imagen			Otro
	Patrocinador	Software	Hardware		Equipos profesionales
		Apuestas	Comunicaciones		Eventos y otras empresas
Instrumentos de trabajo	Computadora	Alto Rendimiento	Medianamente		Solo juego
	Monitores	Transmisión	Juego		Chat
	Equipo Audio	Micrófono	Headset		Webcam
	Iluminación	Profesional	Del entorno		No tiene
	Efectos especiales	Pantalla verde	En el juego		En interacción
	Asiento	Profesional de Gaming		Genérico	
Del espacio de transmisión	Tipo habitación	Dormitorio	Sala		Habitación Especial
	Intención del espacio	Forma parte de stream		No forma parte del stream	
	Distribución objetos	Set-up		Adornos del espacio	
Sobre el tiempo	Tiempo de Transmisión	Casuales	Speed runner		Maratones
		2 a 4 horas	8 horas o mas		Más de 8 horas
		Colectivo	Evento		IRL
		12 horas o mas	6 horas o más		Incidental
Interacción con usuarios	Animaciones	Subscripto nuevo	Donativo		Seguidor nuevo
	Juego	Jugar con subs.	Minitorneos		
	Diferentes de juego	Llamar a subs.	Entretenimiento		Mensajeo a subs.
	Chat	Con reglas	Con moderador		Comandos chat personalizados
		Solicitan jugadas	Apuestas		Solicitan juegos

		Rifas		Publicidad		Solicitan canciones		
Sexualización del Streaming	Performance por género	"Boob streamer"		"Dude streamer"		"Good girl streamer"		
	Contenido del chat	Insultos		Apoyo		Bromas		
De los juegos	Tipo de juego	MOBA	B. Royale	RPG	Arcade	FPS	Casual	Otro
	Intención del juego	Competitivo		Speedrun		Casual		
	Demanda	Top	De Moda	Fanservice		Variado		
	Vínculo con Twitch	Panel especial		Vinculable		No pensado para ello		
Control	De la empresa	No desnudos		Volumen espect.		Juegos permitidos		
	Del patrocinador	Uso exclusivo		Mostar producto		Volumen de compra		
	Del usuario	Donativo		Cheering		Compra directa		
Donativos	Directos	Volumen de ingresos		Motivo		Top donadores		
	Cheering	Volumen		Motivo		Top Cheer		
La elaboración del Guion de observación se basó en los instrumentos de investigación de la ICR de Becerra (2014)								

Sobre Observación

El primer paso hacia el desarrollo del trabajo de campo fue encaminado a la observación directa y sistemática de los streaming para buscar patrones y características principales que puedan darnos pautas de análisis y reflexión de esta práctica, utilizando para ello un esquema general a elementos a tomar en consideración para esta actividad. Se observó por periodos de 2 a 3 horas cada uno de ellos en diferentes días en que realizaron sus transmisiones.

A continuación, se presenta un primer compilado con las notas de observación de ocho streams que se les dio seguimiento de forma sistemática en un periodo de diez días. Cinco hombres y tres mujeres fueron los seleccionados para la observación teniendo en consideración volumen de suscriptores y de espectadores simultáneos, además de tener presente no observar únicamente a un solo videojuego, sino a los más populares ofrecidos por la plataforma Twitch. Se tomó nota de los datos sociodemográficos que en sus perfiles estaban expuestos o explicados por ellos mismo durante las transmisiones.

Stream	Nacionalidad	Espectadores	Edad	Ocupación secundaria
Electrokidi	Argentina	1,121	22 años	Estudiante

Sunny	Mexicana	402	24 años	Estudiante
AKAWONDER	Español	259	27 años	Jugador profesional
Ngrafoh	Argentino	472	s/i	S/i
Carms	Estonia	118	25 años	s/i
Frankkaster	Argentino	1,433	20 años	Estudiante/empleado
Scratchi_AR	Argentino	74	25 años	Programador
Pokimane	Canadiense	3,946	21 años	Estudiante

Guía Entrevista 1.- Vida como Streamer de Videojuegos

Guía de Entrevista semi-estructurada

Objetivo: Conocer las percepciones sobre la experiencia de quienes son productores de material para Twitch y que son remunerados con respecto al proceso de ingreso, contratación, despido y de producción cotidiana de éste. Trazar una crónica del proceso de producción y detectar patrones de control sobre el proceso de trabajo. Asimismo, esbozar las dimensiones o elementos configuradores de identidad que genera efectuar dicho trabajo.

Eje temático

1.- Experiencia con respecto al trabajo de Streamer

1.1 Guía indagatoria: Ingreso al programa de Partners

Preguntas Guía:

- ¿Por qué medios o personas se enteró del programa de Partners de Twitch?
- Platíqueme (lo más detalladamente posible) cómo fue el proceso de ingreso que usted tuvo para formar parte del programa. ¿Alguien lo conectó? ¿La empresa se acercó a usted?
- Cuénteme, ¿Qué motivos lo llevaron a ingresar al programa?
- ¿Qué requisitos considera usted son necesarios para ser postulante a partner de Twitch? (En términos de material ofrecido por otros productores de video)

1.2 Guía indagatoria: Proceso de producción de la transmisión

Preguntas Guía:

- Describame el proceso que usted lleva para elaborar un video; desde el concepto hasta su monetización.
- Platíqueme ¿Qué herramientas de hardware y software emplea para ello?

- ¿Se actualiza en términos de herramientas y empleo de ellas?
- ¿Cuál es el lugar donde produce sus videos?, ¿Estos cambian constantemente?
- Dígame qué opina usted sobre la importancia del uso de instrumentos tecnológicos para potenciar su audiencia y sus beneficios

1.3.- Guía indagatoria: Interacción con la empresa.

- ¿Cuáles son los medios por los cuales Twitch se pone en contacto con usted para atender asuntos relacionados con su canal?
- ¿Existen formas de penalización por parte de la empresa?
- En términos de creatividad ¿Le han sugerido contenidos para elaborar sus videos? Platíqueme cómo se siente en términos de creatividad para con sus videos.
- Platíqueme cual es el proceso de salida el programa de Partners

Eje temático

2.- Interacción con el usuario y otros Streamers.

2.1 Guía indagatoria: Los usuarios

Preguntas Guía:

- En el tiempo en que usted ha sido parte del programa de Partners, platíqueme cual ha sido la interacción con el usuario con respecto a la producción de sus videos
- Descríbame algunas de ellas
- ¿Cuáles son los factores que usted considera necesarios a satisfacer para mantener una audiencia estable?
- ¿El usuario ha influido en términos creativos en su producción? (Si es así, pedir que describa algún caso y en qué medida influye en su proceso de producción)
- ¿Ha tenido problemas con el usuario? (Si es así, pedir que describa ello y en qué medida influye en su proceso de producción)
- En síntesis ¿en qué medida usted considera influye el usuario en su canal?

2.2. Guía indagatoria: Otros Streamers

- En el tiempo en que usted ha sido parte del programa de Partners, platíqueme cual ha sido la interacción con otros Streamers con respecto a la producción de sus videos
- Descríbame alguna de ellas.
- ¿Se podrán entablar relaciones de amistad, de pareja o de cooperación entre ustedes? (Indagar porqué si o por qué no).
- Si no es así ¿cómo podrías describir el tipo de relación que establece los Streamers dentro de la red?

- ¿Otros Streamers han influido en términos creativos en su producción? (Si es así, pedir que describa algún caso y en qué medida influye en su proceso de producción)
- ¿Ha tenido problemas con ellos? (Si es así, pedir que describa ello y en qué medida influye en su proceso de producción)

Guía Entrevista 2.- Ser espectador de streaming de Videojuegos

Guía de Entrevista semi-estructurada

Objetivo: Conocer las percepciones sobre la experiencia de quienes son espectadores de material transmitido en Twitch. Trazar una crónica del proceso de expectación, expectativas, referencias, u otros elementos objetivos y subjetivos que nos ayude a hacer un referenciación del yo, respecto al otro, es decir, como podemos elaborar una reflexión de construcción de identidad del streamer a partir, también, de las formas en que el espectador y otros actores no laborales pueden contribuir a este proceso. Detectar patrones o pautas de interacción que nos pudiesen dar indicios de control, poder o cooperación.

Eje temático

1.- Experiencia como espectador de videojuegos on-line

1.1.- Guía indagatoria: Inicio de expectación

Preguntas Guía

- Cuéntame acerca de cómo empezaste a mirar streaming de videojuegos. Expláyate.
- Cuéntame en detalle acerca del papel del streaming de videojuegos en tu vida.
- ¿En qué momentos del día ves streaming? ¿Cuánto tiempo le dedicas a ver streaming? ¿Te dedicas solo a eso o haces otras cosas mientras tanto?

1.2.- Guía indagatoria: Motivación de mirar “a otro jugar”

Preguntas Guía

- ¿Qué esperas ver al mirar a alguien jugar en Twitch? Cuéntame, con algún ejemplo que recuerdes, de alguna vez que te gustara mucho una transmisión.
- Cuéntame de alguna vez que te haya desagradado mucho una transmisión-
- ¿Por qué te gusta ver streaming de videojuegos?

2.- Pautas de interacción en el streaming

2.1.- Guía indagatoria: Control, poder o cooperación

Preguntas Guía

- ¿Has donado dinero o te has suscrito a un streamer? ¿qué te hace hacer el donativo o la suscripción?
- ¿De qué manera consideras importante realizar aquel donativo o suscripción al streamer? ¿qué esperas de aquella acción?
- ¿En qué situaciones le has donado dinero a un streamer?

2.2.- Guía indagatoria: expectativas estéticas, emocionales, sobre juventud

Preguntas guía

- Fórmula de arranque: “Revisando los datos sobre streaming de videojuegos en México me percaté de que el 53 por ciento de los streamers hombres y el 47 por ciento restante son mujeres ¿Qué opinas de esto?”
- ¿Qué diferencias ves entre streamers hombres y mujeres?
- ¿Cuál es el streamer más famoso que conoces y cuéntame porqué te gusta? ¿Cuál es la streamer que más sigues y cuéntame porqué la sigues? (Nota: Estas dos preguntas, en la medida de lo posible, deben ser formuladas en momentos distintos de la entrevista)

Sobre entrevistas

Por otro lado, se realizaron entrevistas a streamers quienes, después de un proceso de contacto a través de redes sociales tales como mensajes por medio de Twitter (basados en una primera entrevista exploratoria donde nos refirieron que es el medio más usado para poder acercarnos a ellos), después correos electrónicos explicando la intención; posterior se intentó por redes como Facebook mediante escribir post y mensajes directos a sus páginas de negocios; también se recurrió

Stream	Nacionalidad	Espectadores	Edad	Ocupación secundaria
Nnegri	Español	308	23 años	Oficinista
Kaiser	Argentino	241	22 años	Estudiante
Epsyloncat	Mexicana	185	25 años	Streamer tiempo completo
Lucyweird	Mexicana	405	25 años	Estudiante
Thassel	Mexicano	127	26 años	YouTubeur
Sunny	Mexicana	402	22 años	Estudiante
Ag_bean	Mexicano	259	29 años	Streamer tiempo completo

Es, por tanto, que el orden de presentación de este primer esbozo de reporte de observación de campo estará ordenado de igual modo que están los puntos marcados de color verde en la guía de observación ubicada en la sección 9 del presente documento; tocando los subtemas que están desarrollados en ellos para así dar cierta coherencia a los datos presentados. De igual modo, a partir de la integración de lo recuperado en dichas entrevistas, se integrarán junto con lo reportado en la observación, dando espacio libre para el proceso de análisis o complementación de más información empírica que pueda resultar necesaria proveniente de la revisión de documentos tales como el contrato y políticas de pago y control en el stream.

Bibliografía Citada

- Adamus, T. (2012). Playing computer games as electronic sport: In search of a theoretical framing for a new research field. En Fromme J. y Unger, A. (Eds.): *Computer Games and New Media Cultures: A Handbook of Digital Game Studies* (pp. 477-490). Berlin: Springer.
- Avalos, J. M. (2015). Numeralia sobre la condición juvenil contemporánea. En J. M. Valenzuela (Ed.), *El sistema es antinosotros. Culturas, movimientos y resistencias juveniles* (pp. 471-496). Ciudad de México: Gedisa/El Colegio de la Frontera Norte/Universidad Autónoma Metropolitana.
- Belli, S. y Reventós, C. (2008). “Breve historia de los videojuegos”. En *Athenea Digital* (14). ISSN: 1578-8946.
- Berger, P. (Comp.) (1958). *The Human Shape of Work*. Londres: McMillan.
- Boellstorff, T. (2006). A ludicrous Discipline?: Ethnography and Game Studies. En *Games and Culture*, 1(1), 29-35.
- Bolton, S. C. (2005). *Emotion Management in the Workplace*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Bourdieu, P. (2002). La ‘juventud’ no es más que una palabra. En Bourdieu, P (comp.) *Sociología y cultura* (pp. 163-173). México: Grijalbo.
- Bogost, I. (2007). *Persuasive Games. The Expressive Power of Videogames*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology
- Borowy, M. (2013): Pioneering eSport: The Experience Economy and the Marketing of Early 1980s Arcade Gaming Contests. *International Journal of Communication*, 7(21), 2254-2274.
- Brito, R. (1996). “Hacia una sociología de la juventud. Algunos elementos para la reconstrucción de un nuevo paradigma de la juventud”. *Jóvenes* 1, cuarta época, año 1 (septiembre, 1996): 24-33.
- Brook, P. (2009). The Alienated Heart: Hochschild’s ‘emotional labour’ thesis and the anticapitalist politics of alienation. *Capital & Class* (98), 7-31.
- Cortázar Rodríguez, F.J. (1997). Trabajo, empleo y tecnologías de la información. *Spiral*, 7(9), 121-138.
- Cabra Ayala, N. (2010). Videojuegos: máquinas del tiempo y mutaciones de la subjetividad. *Signo y Pensamiento* 29(57), 162-177.
- Castells, M. (1999). *La era de la información Vol. 1 La sociedad Red*. México: Siglo XXI.

- Castoriadis, Cornelius (1989). *La institución imaginaria de la sociedad, vol. 2. El imaginario Social y la Institución*. Barcelona: Tusquets.
- Cremin, C. (2012). The formal Qualities of the video game: an Exploration of super Mario Galaxy With Gilles Deleuze. *Games and Culture* 7(1), 72-86.
- D'Angelo, Ana. (2010). La experiencia de la corporalidad en imágenes. Percepción del mundo, producción de sentidos y subjetividad. *Tabula Rasa*, (13), 235-251.
- De la Garza, Enrique. (1992). Los sujetos sociales en el debate teórico. En De la Garza, E. (Coord.) *Crisis y sujetos sociales en México* (pp. 15-52). México: Editorial Porrúa.
- _____ (1994). Teoría de la Elección Racional y el Marxismo Analítico. *Estudios Sociológicos* 12(35), 357-379.
- _____ (2001a). La epistemología crítica y el concepto de configuración, *Revista mexicana de Sociología*, 63(1), 109-127.
- _____ (2001b). Subjetividad, cultura y estructura. *Iztapalapa*, 21(50), 83-104.
- _____ (2010). *Hacia un concepto ampliado de trabajo*. México: Anthropos y Universidad Autónoma Metropolitana.
- _____ (2011). *Trabajo no clásico, organización y acción colectiva*. Tomo 1. México: Plaza y Valdés, Universidad Autónoma Metropolitana.
- _____ (2012). Metodología marxista y el configuracionismo latinoamericano. En De la Garza E. y Leyva, G. (Eds.) (2012). *Tratado de metodología de las ciencias sociales: Perspectivas actuales* (pp. 229-255). México: Fondo de Cultura Económica.
- De la Garza, E., Garabito, Hernández, Rodríguez y Olivo (2008). Hacia un concepto ampliado de trabajo, de control y regulación social. *Iztapalapa*, 30(66), 17-52.
- De la Garza, E. Gayosso y Moreno (2010). La querrela de las identidades: ¿pasado sistémico, presente fragmentario? En De la Garza, E. y Neffa, J. (coords.). *Trabajo, Identidad y Acción Colectiva* (pp. 9-42). México: Plaza y Valdés
- Derrida, J. (1971). *De la gramática*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Elías, N. y Dunning, E. (2014). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Featherstone, M. y Burrows, R. (2000). *Cyberspace, Cyberbodies and Cyberpunk. Cultures of Technological Embodiment*. North Yorkshire: Sage Publications.
- Ernkvist y Ström (2008). Enmeshed in games with the government: governmental policies and the development of the chinese online game industry. *Games and culture* (3), 98-126.

- Feixa, C. (1996). Antropología de las edades. En J. Prat y A. Martínez (Eds.), *Ensayos de antropología cultural. Homenaje a Claudio Esteva-Fabregat* (pp. 319-335). Barcelona: Ariel.
- Fineman, S. (2005) Appreciating emotion at work: Paradigm tensions, *International Journal of Work Organisation and Emotion*, 1(1), 4–19.
- Florida, R. (2002). *The rise of the Creative Class: ... and How It's transforming Work, Leisure, Community and Everyday life*. Nueva York: Basic Books.
- García Canclini, N. (2012). Introducción. De la cultura postindustrial a las estrategias de los jóvenes. En N. García Canclini, F. Cruces y M. Urteaga (Eds.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales* (pp. 3-24). Madrid: Ariel/Fundación Telefónica/Universidad Autónoma Metropolitana.
- Garfías Frías, J. A. (2010). La industria del videojuego a través de las consolas. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. 52 (209), 161-179.
- Garite, M. (2003). The ideology of interactivity (or, video games and the taylorization of leisure). *DiGRA '03 - Proceedings of the 2003. DiGRA International Conference: Level Up*.
- Gerber, V. y Pinochet, C. (2013) Economías creativas y economías domésticas en el trabajo artístico joven. En García-Canclini, N. y Piedras, E. (Coord.), *Jóvenes creativos. Estrategias y redes culturales*. México, UAM.
- Gill, A. y Vall-Ilovera, M. (2006). *Jóvenes en cibercafés. La dimensión física del futuro virtual*. Barcelona: Editorial UOC
- García, A. y Núñez, S. (2008). Apuntes sobre la identidad virtual de género. *Feminismo/s*, (11), 41-58.
- Gramsci, A. (1981). *Cuadernos de la cárcel (t. 1) 1929-1933*. México: Ediciones Era.
- Heery, E. Delbridge, R, Simms, M. Salmon, J. y Simpson, D. (2003) Organising for renewal: a case study of the UK's Organising Academy. En D. Confield and H. McCammon (eds.) *Labor Revitalization: Global Perspectives and New Initiatives*. Elsevier: Oxford.
- Hochschild, A. R. (2003) *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. California: University of California.
- Hutchins, B. (2008): Signs of meta-change in second modernity: the growth of e-sport and the World Cyber Games. *New Media & Society*, 10(6), 851-869.

- Hopenhayn, Martin. (2008). Inclusión y exclusión social en la juventud latinoamericana. *Pensamiento iberoamericano. Inclusión y ciudadanía: perspectivas de la juventud en Iberoamérica*. 2(3), 49-71.
- INEGI (2016). *Estadísticas a propósito del Día Internacional de la Juventud 2016*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/juventud2016_0.pdf.
- _____ (2017). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*. Ciudad de México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
- International Telecommunication Union (2015). *Facts and figures. The world in 2015*. Geneva: ITU.
- Janoski, T. y Lepadatu, D. (2014) *Dominant Divisions of Labor: Models of Production that have transformed de World of Work*. Londres: Palgrave MacMillan.
- Jones, S. G. (1995). Understanding community in the information age. En S. G. Jones, (Ed.), *Cybersociety: Computer-mediated communication and community* (pp. 10–35). California: Sage.
- Kow, Y., y Young, T. (2013). Media technologies and learning in the starcraft esport community. *Proceedings of the 2013 conference on Computer supported cooperative work* (pp. 387-398). Nueva York: ACM. Recuperado de: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2441821>
- Korczynski, M. (2002) *Human Resource Management in Service Work*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Kuehl, D. T. (2009). From cyberspace to cyberpower: defying the problem. En Kramer, F. D., Starr, S. H., & Wentz, L. (Eds), *Cyberpower and National Security*. Washington, US: National Defense University Press.
- Lévi, P. (2007). *Cibercultura. La cultura en la edad digital*. Barcelona: Anthropos
- Mannheim, K. (1993). El problema de las generaciones. *reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 62, 193-244.
- Mashable (2014). *Playing videogames is a full-time job*. Disponible en: <http://mashable.com/2014/03/27/twitch-streamers/#J2yt8IXNvaqU>
- Mercado, A. y Hernández, A. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia* (53), pp. 229-251.
- Merleau-Ponty, M. (1985). *Fenomenología de la percepción*. Madrid: Planeta Agostini.

- Moral, F. (2004). Internet y des-individuación. Nuevas perspectivas de des-individuación en la red. *Revista de Psicología Social* 19(1), 93-106.
- Murayama, C. (2014). *La economía del fútbol*. México D.F.: Ediciones Cal y Arena
- Nakandala, S., Luca C., G., Makoto, N., y Ahn, Y. (2016). Gendered Conversation in a Social Game-Streaming Platform. *Arxiv e-prints*. N.Y.: Cornell University.
- Quéau, P. (1995). *Lo virtual. Virtudes y vértigos*. España: Paidós.
- Reguillo, R. (2010). La condición juvenil en el México contemporáneo: biografías, incertidumbres y lugares. En R. Reguillo (Ed.), *Los jóvenes en México* (pp. 395-429). Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community*. USA: Addison-Wesley
- Sánchez Vázquez, A. (2005). *Las Ideas estéticas en Marx*. Ciudad de México: Siglo XXI
- Schultz, M. (2006), *Filosofía y producciones digitales*, Buenos Aires, Alfagrama Ediciones.
- Sciolla, L. (1983): *Identitá*. Turín: Rosenberg and Sellier.
- Tahuena, J.A. (2009). El concepto de Juventud. *Revista Mexicana de Sociología*, 71(1), 159-190.
- Turkle, S. (1997). Constructions and Reconstructions of Self in Virtual Reality: Playing in the MUDs. En KIESLER, S. (ed.). *The Culture of the Internet* (pp. 143-156). New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Touraine, A. (2006). Nacimiento del sujeto. En Touraine, A (coord.) *Crítica de la modernidad* (pp. 201-366). México: Fondo de Cultura Económica.
- Twitch (2016). *Terms of service*. Consultado el 20 de febrero, disponible en: <https://www.twitch.tv/p/terms-of-service>
- _____ (2017), Programa de Socios de Twitch, Consultado el 20 de febrero, disponible en: <https://www.twitch.tv/p/partners>
- _____ (2017a) *Community Guidelines (formerly Rules of Conduct)*. Consultado el 19 de febrero, disponible en: <https://www.twitch.tv/p/community-guidelines>
- Welsch Wolfgang (edit.) (1993). *Die Aktualität des Ästhetischen*. Wilhelm Fink Verlag. München (Versión en español).
- Williams, D. (2006). A (brief) social history of gaming. En P. Vorderer & J. Bryant (Eds.), *Video Games: Motivations and Consequences of Use*. New Jersey: Erlbaum.

Zallo, J.R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal.

Zemelman, Hugo. (1987). *Uso crítico de la teoría: en torno a las funciones analíticas de la totalidad I*. México: Centro de Estudios Sociológicos-El Colegio de México-Universidad de las Naciones Unidas.