

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

NADA HUMANO ME ES AJENO

COLEGIO DE HUMANIDADES y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**Hipermodernidad: el consumo del cuerpo de la mujer; a través
de las streamers, en twitch y sus dinámicas de poder**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

P R E S E N T A

ERICK ROBERTO CORRAL VARGAS

DIRECTOR

MTRO. JUAN CARLOS LÓPEZ MARTÍNEZ

Ciudad de México, marzo de 2026.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Índice.

Capítulo introductorio

1. Introducción.....	3
2. Planteamiento del problema.....	6
3. Justificación académica.....	7
4. Justificación social.....	8
5. Protocolo.....	9
6. Estado del arte.....	10
7. Contexto sociohistórico.....	15
8. Marco teórico.....	18
9. Metodología.....	33
Capítulo 1 - Consumo, e hipermodernidad y cómo actúa en la plataforma <i>Twitch</i> : apropiación, dinero, efímero, inmediato, voyeurismo.....	38
Capítulo 2 - Identidad: cultura, estrategia identitaria, género-masculinidad/feminidad.....	71
Capítulo 3 - Cuerpo: estereotipo de género a través de un formato, como una construcción social.....	92
Capítulo 4. — Poder, dominación masculina, y formas en cuanto a la comunicación, y la constante, regida a la <i>streamer</i>	134
Conclusiones.....	148
Bibliografía.....	154

1. Introducción.

Un entendimiento sobre comportamiento, personalización, inflexión, y comunicación es; a través de las redes sociales, y todo lo que puede abarcar el internet, como la herramienta de acceso de obtención de información de forma, fácil y sencilla cabe destacar, que la conciencia que generamos en este medio de comunicación, es de suma importancia. Hoy en día, el internet se ubica en nuestra cotidianidad, en nuestra individualidad, e incluso nuestra identidad. Con ello, las formas en cómo nos relacionamos se fomenta a través de plataformas, que, si algunas tienen diferentes dinámicas; nos involucran como sociedad comunicativa, y forma parte de una evolución, en prácticas que se analizan sobre un destino colectivo y de masa, y cómo repercuten en nuestra individualidad junto con la cultura. Asimismo, en nuestra investigación, es sobre la página de internet *Twitch*, reconocida, ya que, la dinámica principal es sobre la comunicación entre una persona famosa en ese campo conocido como *streamer*.

Los y las *streamers*; es como se les llama a estas personas que hacen estos contenidos en la página. Hacen una serie de videos en los cuales son transmisiones en vivo, en donde una persona comparte su entretenimiento de estar en acercamiento con un videojuego, o simplemente tener una charla con los que están en ese contenido. Sin embargo, lo que más llamó la atención en esta investigación, son los procesos repetitivos de consumir a la mujer como factor de placer, sexualidad, eso es a lo que nos enfrentamos al ir observando los contenidos, que se pasan ya por desapercibido, las mismas prácticas en donde la cuestión femenina sirve con un único fin, ser la extensión del hombre a expensas de un placer para el

consumidor. En consecuencia, veremos que la hipermodernidad: el consumo del cuerpo de la mujer; a través de las *streamers*, en *Twitch*, y sus dinámicas de poder, es lo que mantiene a flote a esta página. Ante todo, esta investigación pone en manifiesto que estamos en una edad hipermoderna; el identificar y tener un contexto de cómo nuestra sociedad es productora de un consumo constante de una satisfacción innecesaria a expensas de un patrón como el mencionado anteriormente, que abarca lo que es la identidad, el cuerpo, el poder; en particular, se están normalizando sobre los comportamientos en relación de género y placer. Se determinan, mismas estructuras de segregación sexual, y parámetros de satisfacción a un modelo que se va repitiendo, atrapado en el cuerpo de la mujer, y otros fetiches.

Por lo antes mencionado, el motivo de esta investigación es que; se pueda hacer una conciencia en cómo la plataforma de videojuegos *Twitch*, normaliza el consumo, no de ello, sino; de rasgos sexuales, denigrantes, construcción de estereotipos, en lo que es la sexualidad de la mujer; en un placer de seducción, visto que, la retribución monetaria a expensas de el atrevimiento y el cuerpo de la *streamer*. En definitiva, es un comportamiento que las mujeres pueden ir reproduciendo a sabiendas de lo que ven, esto derivado a una comunicación sistemática, en donde los papeles son los mismos, se va creando una competencia entre cuerpos y formas, que solo lo que hacen es crear un placer efímero y selecto para el consumidor; para que después, e incluso lleguen a salir de esta zona y vender de otra forma o en otras plataformas su cuerpo, e identidad. Atribuyendo a

un círculo totalmente vacío, en reflejo, a lo que es el consumo en la hipermodernidad, y con ello; lo que viene a continuación.

2. Planteamiento del problema

En los últimos años, el fenómeno del streaming se ha consolidado como una de las formas más influyentes de comunicación digital. Plataformas como *Twitch* han permitido que miles de personas transmitan contenidos en tiempo real, estableciendo una relación directa e interactiva con sus audiencias. Dentro de este entorno, las *streamers* mujeres creadoras de contenido en vivo han adquirido una creciente visibilidad y relevancia, generando comunidades digitales con características comunicativas propias. Sin embargo, el papel comunicativo de las *streamers* no se limita al entretenimiento: ellas construyen discursos, identidades y dinámicas de interacción que reflejan tensiones sociales vinculadas con el género, la autenticidad, la participación y el poder dentro del espacio digital. A pesar de su influencia cultural, existen pocos estudios que analicen de manera profunda los procesos de comunicación que las *streamers* desarrollan para conectar, fidelizar y mantener su comunidad, así como las estrategias discursivas y mediáticas que utilizan para posicionarse en un ecosistema altamente competitivo.

La exposición constante a audiencias globales también ha generado problemáticas relacionadas con la gestión de la imagen digital, la presión por la visibilidad y las formas de interacción en línea, que pueden reproducir estereotipos o dinámicas de desigualdad. Ante este panorama, surge la necesidad de examinar cómo las *streamers* construyen su identidad comunicativa y cómo sus prácticas discursivas influyen en la percepción y participación de sus audiencias dentro de las plataformas digitales.

Por tanto, esta investigación busca analizar la comunicación digital en el contexto de las *streamers*, a través del consumo por la hipermodernidad, comprendiendo sus estrategias expresivas, su relación con las comunidades virtuales y su impacto en la configuración de nuevos modelos de interacción y representación femenina en los medios digitales.

3. Justificación académica

En este contexto, las *streamers* han emergido como figuras clave en la construcción de comunidades virtuales, generando nuevos modelos de interacción, entretenimiento y expresión personal. Su relevancia no solo radica en la creación de contenido, sino en la capacidad de establecer vínculos comunicativos inmediatos, horizontales y participativos con sus audiencias.

Analizar la comunicación digital de las *streamers* resulta pertinente porque permite comprender cómo se configuran los discursos, las identidades y las relaciones sociales en espacios mediados tecnológicamente. Este fenómeno refleja las transformaciones culturales que acompañan a la digitalización: la convergencia entre lo público y lo privado, la autorrepresentación constante, y la búsqueda de autenticidad en un entorno regido por la visibilidad y el algoritmo.

Además, el estudio del papel comunicativo de las *streamers* ofrece aportes significativos a la disciplina de la comunicación, ya que permite explorar la intersección entre género, medios digitales y cultura participativa. Comprender cómo las mujeres construyen su presencia, gestionan su comunidad y enfrentan los

retos propios del ecosistema digital contribuye a ampliar el análisis sobre la representación femenina y la equidad en los medios emergentes.

4. Justificación social

Desde una perspectiva social, esta investigación resulta relevante porque evidencia cómo las prácticas comunicativas de las *streamers* pueden influir en los comportamientos, percepciones y formas de interacción de sus audiencias, especialmente en los jóvenes, quienes encuentran en estas creadoras referentes culturales y modelos de identidad.

Por tanto, la presente investigación se justifica en la necesidad de profundizar en la comprensión de la comunicación digital como proceso social, discursivo y simbólico, tomando como objeto de estudio a las *streamers*, cuya labor cotidiana redefine las fronteras entre el emisor y el receptor, entre lo profesional y lo personal, y entre la comunicación tradicional y las nuevas formas de participación mediática.

5. Protocolo

Pregunta general

¿Cómo opera la masculinidad hipermoderna para consumir el cuerpo femenino, a través de la plataforma *Twitch*?

Preguntas particulares.

¿Cómo se configura el cuerpo de la mujer *streamer* en la plataforma *Twitch*, para propiciar su consumo?

¿Qué estrategias identitarias utilizan los consumidores para interactuar con las mujeres *streamer* en la plataforma *Twitch*?

¿Cómo en la hipermodernidad se constituye el consumo como estrategia de interacción entre géneros?

¿En qué forma se expresa el poder en las interacciones que se dan entre consumidores y *streamer* de la plataforma *Twitch*?

Objetivos generales

- Analizar el concepto de hipermodernidad; a través del consumo del cuerpo de la mujer *streamer* en la página de internet *Twitch*.

Objetivos específicos.

- Analizar el concepto consumo a través de la hipermodernidad, y de la página *Twitch*.

- Analizar las identidades que se manejan en la plataforma *Twitch* entre el consumidor y la mujer *streamer*.
- Determinar los procesos socioculturales que permutan en el cuerpo de la mujer *streamer*.
- Analizar las formas de poder que contribuyen en a la relación entre el consumidor y la mujer *streamer*.

6. Estado del arte

Subtítulo: Erotización adolescente en la red.

Plantea las formas en cómo los adolescentes se asocian a las redes sociales, especialmente en Facebook, con el afán de mostrar que estas nuevas generaciones nacen y se relacionan con ellas de tal manera que la forma de encajar en la sociedad o en el círculo al que pertenecen, es mediante las mismas. Por consiguiente, “lo que conlleva dar o exponer lo mejor de uno mismo” (González, 2021).

Es común que en algunas fotos las mujeres expongan cierta seducción. Con la intención de generar el apego con respecto a las personas con quienes desea encajar; para hacerlo retoman las posturas y gestos de fotos o videos de los y las

artistas que siguen, copiando y moldeando su propia imagen para parecerse a él o ella.

Subtítulo: La sexualidad: un elemento para la construcción de nuestra identidad.

El autor Perenganito (2015) en su texto “bla, bla, bla” enfatiza que se ha dado un crecimiento de la sexualidad en las redes sociales. Sin embargo, analiza que estas reproducciones se derivan de un tipo de bombardeo por parte de las mismas redes sociales. Con ello, creen que la reproducción que viven y realizan los adolescentes es debido, totalmente, a esta cantidad de expresiones sexuales que se encuentran en el internet, expuestas en las plataformas y redes sociales.

“La sexualidad es un aspecto central del ser humano a lo largo de la vida, y tiene en cuenta aspectos como el sexo, la identidad, y roles de sexo. La identidad, roles de sexo, erotismo, reproducción” (Corona H. & Funes D., 2015, pp.75).

Subtítulo: Influencia de redes sociales en la sexualización de la adolescencia.

Las redes sociales, como un espacio social, dan la oportunidad de crear un perfil en el que las personas pueden presentarse como quisieran ser. Esta realidad inherentemente, donde la sobre exposición de las personas es una constante, causa que se comparen con sus pares y que busquen diversas maneras de recibir aprobación del resto. Es dentro de estas estrategias que se ve reflejado mucho del contenido que se exhibe en los medios audiovisuales con altas dosis de erotismo.

Lo que los jóvenes ven o no en los medios digitales que usan no es lo más preocupante; lo que inquieta son los efectos que tiene en sus vidas. Davis (2018), dice que la sexualización está tan arraigada en la cotidianidad de los y las adolescentes que esta influye en la construcción de su ser, lo que perciben sobre la sexualidad, su experiencia con la tecnología e incluso sus decisiones laborales a futuro.

De igual manera, Bustamante y Rodríguez (2017) coinciden con Davis (2018) cuando hablan de los efectos de las redes sociales. En este caso, dicen que Instagram promueve las imágenes de mujeres y hombres con cuerpos arquetípicos, lo que da como resultado que adolescentes tratan desesperadamente de emular aquellos cuerpos, actitudes y estilos de vida.

Título: La relación de las redes sociales en la construcción de la orientación sexual de los adolescentes.

En esta investigación se menciona que parte de un método cualitativo en relación con un documental, respecto a las representaciones que suceden en los adolescentes de entre 13 y 18 años de edad. Se quiere analizar si las representaciones sexuales que se viven en las redes sociales son por un determinado ejemplo. Estos ejemplos pueden manifestarse por los llamados *influencers*, A lo que pone más en específico la relación con la plataforma TikTok.

Se llegó a la conclusión que existe una relación de las redes sociales en la construcción de la orientación sexual, ya que, los adolescentes utilizan diferentes redes o plataformas tecnológicas para interactuar con grupos sociales con identificación sexual afín y esto les permite crear una identidad sexual.

Subtítulo: Riesgo de la sexualidad en redes sociales.

Tener en cuenta los cambios que se presentan en la etapa adolescente, uno de estos cambios que está altamente ligado con la temática es el inicio e inclinación sexual que se empieza a generar, la importancia del aspecto físico y la aceptación social hacia los grupos que nos rodean; las redes sociales hacen parte del desarrollo social permitiendo generar o fortalecer vínculos.

Según Gelpi et al. (2019) la sexualidad ha cambiado tras los años, ya que ha pasado de ser privada a mutar de manera mercantil, generando una estética reduccionista; estos medios han permitido el desarrollo psicosexual y afectivo en los adolescentes con prevalencias negativas que en algunas ocasiones esta población desconoce o no le da la importancia que necesita. Las consecuencias negativas que se presentan al ser activos sexualmente por estos medios tecnológicos son la angustia, disminución en la autoestima y autoconcepto, crisis de ansiedad, depresión, aislamiento social, intentos o ideación suicida y suicidios consumados. (Garces, 2022)

Subtítulo: Consumo del cuerpo femenino.

Las dinámicas sociales son fortalecidas y propagadas históricamente siempre y cuando se encuentren arraigadas a las estructuras materiales y simbólicas de la sociedad. La sobre sexualización de las mujeres corresponde a un acto social presente tanto en la estructura social como en el imaginario colectivo. Para que el propósito de la sobrecarga sexual consiga una estadía constante en el imaginario colectivo, las formas de socialización tienen que establecer continuamente discursos y representaciones con la intención de concebir modelos normativos femeninos estructurados alrededor de la sexualidad como base identitaria de las mujeres.

Entendiendo a la socialización como un instrumento esencial en la construcción de la subjetividad, al momento en que uno de sus pilares se encuentra direccionado a la construcción de una feminidad organizada a favor de la objetualización del cuerpo femenino, entonces, forzosamente se fabrica una subjetividad estructurada enfocada en la sexualidad (Pastor, 2004).

Subtítulo: ¿Doble mujer? Rol tradicional y objeto sexualizado

Al momento de revisar la fotografía con más me gusta de cada una de las diez celebridades, nos encontramos con la constante de que en ellas se identifica notoriamente un patrón similar. En ellas aparece la propensión clara, que resulta por demás significativa y contundente, en que las mujeres adoptan poses, actitudes,

gestos corporales y se presentan en una situación familiar, maternal o doméstica, como “esposa idónea-mujer doméstica”, diría Celia Amorós (2009, 77). Por su parte, en las fotografías que se encuentran en segundo lugar en número de “me gusta”, encontramos un patrón que representa claramente a la mujer atractiva, sexualmente, sensual y que en momentos se muestra como una imagen hipersexualizada.

7. Contexto sociohistórico

Las formas en cómo ha evolucionado la tecnología hoy en día han sido abismales. Con ello, también la comunicación en la sociedad, nos encontramos en una época del siglo XXI donde es más fácil comunicarnos y expresarnos mediante estas herramientas. Existen diversas plataformas en las cuales podemos tener contacto con cualquier cantidad de personas, subir fotos, imágenes, y videos a nuestras plataformas mediante el internet, las Tics (Tecnologías, de la información y comunicación) en las cuales las más conocidas son las redes sociales, entre las que dos de las más populares son: Facebook e Instagram, estas pertenecen al programador y empresario Mark Zuckerberg, por cómo se sabe el crea Facebook en el año 2004 y posteriormente en el año 2012 compró Instagram por la cantidad de 1.000 millones de dólares.

En estas plataformas se llevan a cabo prácticas muy peculiares con las fotos que suben los llamados “influencers” a la red, principalmente los jóvenes de una edad promedio de 18 a 30 años. Las formas de representación se llevan a cabo mediante las fotografías, porque es lo que se utiliza como parte de la estrategia identitaria en estas plataformas, e incluso los influencers y los usuarios pueden darse cuenta del impacto de una publicación de tales características mediante los

comentarios y likes que producen. En este estudio se abordan los estereotipos femeninos desde los que se producen contenidos; ya que estos son representativos de los prejuicios propios de esta sociedad hipermoderna.

Las imágenes que se suben en las redes sociales son una manera de explorar y explotar su sexualidad por medio de fotos en las que se exponen ellas mismas, con el afán de generar grandes expectativas y producir una imagen ya sea errónea o correcta para sus seguidores. El análisis implica también a la gente que empieza a crear estereotipos con las personas que suben estas fotos, la forma en cómo reaccionan toma parte sobre una actualización o un nuevo método en el cual se consumen estas imágenes, incluso interactúan mediante comentarios que las influencers pueden ver si lo desean. Por consiguiente, se ve implicado el tema de las representaciones que pueden comunicar ante la sociedad y en automático se crea una representación del yo ante la comunidad, con la que se encuentran comúnmente en contacto. Pero, por el nombre establecido en mi investigación, esta va más ligada a las categorías de la Escuela de Chicago y el interaccionismo simbólico; ya que los fenómenos y representaciones que se dan ante la sociedad encajan con las categorías que maneja el sociólogo George Herbert Mead sobre el self. Mead categoriza el comportamiento que tiene el individuo ante la sociedad y las consecuencias o reacciones que vive ante la comunidad de pertenencia y con la que tiene contacto, en este caso esta interacción esta mediada por las redes sociales.

Estas formas se siguen reproduciendo en las redes sociales, incluso la gente llega a pagar para tener acceso a estas fotografías cuando se publican en espacios exclusivos, creando así un mercado.

Las relaciones ante la comunidad han sido y son de suma importancia para el individuo, el ser humano es un ser social que necesita de un grupo de pertenencia para construir su identidad y organizar su propia significación, al tiempo que participa en las prácticas del grupo e influye en la toma de dirección; ahora la interacción adquiere una nueva dimensión en el universo digital. Sin embargo, también en este existe discriminación, machismo, clasismo y racismo, el cual se hace presente en las plataformas de internet, por medio de las diversas formas de publicaciones existentes, entre otras las que sexualizan a las mujeres.

Historia de la plataforma Twitch.

Twitch es una plataforma de transmisión en vivo (streaming) enfocada principalmente en videojuegos, aunque también abarca otros tipos de contenido como música, deportes, charlas y estilo de vida. Fue lanzada en 2011 como una subdivisión de Justin.tv y adquirida por Amazon en 2014 por aproximadamente \$970 millones.

Características principales de *Twitch*:

- Streaming en vivo: Permite a los creadores transmitir videojuegos, eventos en vivo y contenido interactivo en tiempo real.
- Chat en vivo: Los espectadores pueden interactuar con los *streamers* y otros usuarios mediante un chat en tiempo real.
- Monetización: Los *streamers* pueden ganar dinero a través de suscripciones, donaciones, bits (moneda virtual de *Twitch*) y anuncios.

- *Twitch* Partner y Affiliate: Programas que permiten a los creadores generar ingresos y acceder a herramientas exclusivas.
- Clips y VODs: Los usuarios pueden guardar y compartir momentos destacados de las transmisiones.
- Extensiones e integraciones: Complementos interactivos que mejoran la experiencia del espectador.

Publicado por Susana Galeano a través de Marketing4ecomerce

Twitch ha sido clave en la popularización y ha dado lugar a comunidades centradas en creadores de contenido. Además, ha expandido su alcance con categorías como Just Chatting, donde los streamers conversan con su audiencia sin necesidad de jugar.

8. Marco teórico

Hipermodernidad

Gilles Lipovetsky analiza las formas de consumo para establecer que estamos en una edad posmoderna, que deja a un lado algunos principios y estrategias de la modernidad, cuando hablamos de modernidad y posmodernidad, ¿Cambian todas las prácticas?; el autor de *la era del vacío* considera que la fragmentación de las masas, la construcción y exaltación de sentidos y valores individualizados, son promovidos desde el consumo, que idealiza atributos del individuo fomentando al

narciso para hacer que lo dirija la búsqueda del placer. Esta práctica, en especial, se sostiene resaltando a la personalidad individualizada como forma de representar el éxito.

La página web *Twitch*, envuelve a las personas para complacerlas y complacer a otros individuos que se encuentran en ella. Con ello, el ámbito de la posmodernidad, involucra a la globalización que mantiene, establece contacto entre diferentes países, y culturas que tienen acceso a la red. Tipos de tecnología y otros rubros en los cuales; el fin del sujeto es el hedonismo en todo momento, dejando atrás la sociedad moderna, en donde, como lo dice Lipovetsky, es algo totalmente disciplinado, hasta regirse por un control en donde el rol que se desempeña en la sociedad ya ha sido establecido.

Sociedad moderna: dicho de otro modo, cambio de rumbo histórico de los objetivos, y modalidades de socialización, actualmente bajo la égida de dispositivos abiertos y plurales; dicho de otro modo, el individualismo hedonista y personalizado se ha vuelto legítimo y ya no encuentra oposición; dicho de otro modo, la era de la revolución, del escándalo, de la esperanza futurista, inseparable del modernismo ha concluido (Lipovetsky, 1983).

Sin duda, esta plataforma fomenta el consumo hacia cierto contenido, ya que lo primordial de esta página es sentirte identificado y crear un placer individual a través de aspectos monetarios, que implica tiempo, y la enajenación en diferentes sentidos. Esto forma parte de lo que llama Lipovetsky *seducción*. “La seducción remite a nuestro universo de gamas opcionales, de rayos exóticos, *psi*, musical e informacional, en que cada cual puede componer a la carta los elementos de su existencia” (Lipovetsky, 1983). La libertad de poder incursionar en nuestras

costumbres con un fin. Las personas que hacen estas transmisiones en la página son denominadas *streamers*, que se dedican a crear videos totalmente en vivo en donde tú puedes estar observando esa transmisión, con el afán de llenar tu vacío, identificándote mediante esta forma de consumo; pero lo importante son las formas para atraer a los consumidores.

Moda

Como dice Lipovetsky respecto a la *moda*, esta reprueba el pasado, y establece lo nuevo como única opción para el individuo. “Porque el mundo posmoderno ha aparecido con la extensión de la lógica de la moda al conjunto del cuerpo social” (Lipovetsky, 2004). Las *streamers* encuentran su individualidad desde su apariencia, estereotipo, la ropa que usan sirve para crear una *tendencia* que apuntala lo sexual, desde el atuendo. En esta era posmoderna, se hace una apropiación cultural, desde lo que usan las *streamers*, totalmente intencionada, en la actualidad retoman elementos del continente asiático, siempre y cuando estos generen más vistas y retribución económica. Este proceso es parte de los efectos derivados de la globalización; ya no hay paredes que no permitan ver lo que está sucediendo en el mundo entero. La *autonomía*: este término es una esencia que en la actualidad se concibe mayormente desde el individualismo, es totalmente cambiante, derivado de la moda que compagina a la sociedad para vestirse y ser lo que yo quiera ser. Que compaginan con diferentes esferas de *autonomía* que la *streamer* puede llevar a cabo para el placer de los consumidores.

El producto que muestra la plataforma es; de carácter interactivo, donde los creadores de este contenido, se involucran mediante juegos de video para el placer del consumidor, pero de cierto modo, lo destacable aquí son las razones de control y voyerismo en lo femenino; el cuerpo, y otras posturas que, resaltan la completa enajenación, y el reflejo del poder que la persona consumidora rige, demostrando y marcando su individualidad como un aspecto de dominación, e incluso recalcando posturas irritantes para la participante. Esta actividad se convierte en un consumo determinante, que va creciendo. “Indiscutiblemente, debemos partir del mundo del consumo, con la profusión lujuriosa de sus productos, imágenes, y servicios, con el hedonismo que induce, con su ambiente eufórico de tentación y proximidad” (Lipovetsky, 1983).

Consumo

En esta plataforma existe una amplia acción de elección, los aspectos sexuales que son plasmados en un video, es lo que resalta aquí, el crecimiento de usuarios que consumen el cuerpo de la mujer o la protagonista va ascendiendo por las posturas que tengan, o lo determinante que puede ser su vestimenta en un aspecto sexual. En la modernidad la censura era más rigurosa e incluso prohibida. No obstante, el consumo de cuerpo de la mujer como objeto existía, y se sigue marcando a través de estos contextos. La modernidad, y la posmodernidad, consideran como consumo a la excitación, Lipovetsky menciona que hay que ir siempre lejos, buscar dispositivos inauditos, nuevas combinaciones en una libre disposición del cuerpo, una libre empresa del sexo. Aunque lo lleva más a una liberación sexual determinada por algo más porno, las mujeres que están en esta plataforma hacen

de su cuerpo una empresa, buscan la manera de alcanzar una forma sexualizada, no totalmente explícita o pornográfica, con la intención de incrementar sus seguidores del sexo contrario, pero marcando las formas de dominio y poder.

La posmodernidad representa el momento histórico concreto en el que todas las trabas institucionales que obstaculizaban la emancipación individual se resquebrajan, y desaparecen, dando lugar a la manifestación de deseos personales, la realización individual, la autoestima. (Lipovetsky, 2004).

Tal forma como el hedonismo lleva a dejar atrás a la modernidad, dando lugar a la posmodernidad, pero, ¿en verdad existe un cambio estructural entre estas dos etapas de la sociedad? Al observar estos caracteres, lo que más abarca es el machismo en la plataforma. Siguen los mismos dispositivos de dominación. No existe un cambio para dejar de fomentar a la mujer como una extensión sexual, que solo se ve como un objeto y resulta satisfactorio para el consumidor. Existen las mismas estructuras de poder sobre la mujer.

El consumo no solo se va replicando en los espectadores, ellos no son los únicos que van creando una interacción simbólica. Las *streamers* también crean una *moda*, actos de interacción para que otras mujeres se unan a esta forma de venderse como producto. Sin embargo, primero se visualizará al consumidor masculino. Al ser una persona masculina, lo que quieren reflejar son diferentes tipos de dominaciones sustantivas, para ratificar a los demás su género; las formas son totalmente ridículas, ofensivas, y machistas en algunos casos.

Premisas de Herbert Blumer, Interaccionismo simbólico

Mediante estas 3 posturas determinadas por Herbert Blumer, ejemplificaré cómo se llevan a cabo las dos partes de esta nueva actividad hipermoderna, que dirige el placer. Las tres premisas principales son:

- “El ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función de lo que estas significan para él” (Blumer, 1982). Lo más importante para el consumidor es el aspecto del placer, que ocasionan estos videos o transmisiones. El acto principal es con el lenguaje, mediante un chat él influye para que la protagonista lo lea o sea visto y reciba atención.
- “El significado de estas cosas se derivan de, o surgen como una consecuencia de la interacción social que cada cual mantiene con el próximo” (Blumer, 1982). Es la satisfacción que me produce al tener una pequeña interacción con la protagonista, pero, para que esta persona te visualice, tienes que aportar tu moneda de cambio, y podrás recibir este aspecto. No está garantizado, porque, en ocasiones, pasan por desapercibidos. No obstante, si tu aportación es mayor o pasa de un estándar normal, la persona te leerá.
- “Los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona al enfrentarse con las cosas que van hallando a su paso” (Blumer, 1982). Los significados que el consumidor interpreta son tributarios a su masculinidad, y su sentido de superioridad al entender y ejercer un poder sobre la persona creadora de este contenido. Siendo una persona superior e inclusive admirado por los del chat, que los

demás pueden replicar lo mismo, para crear un círculo de estas interacciones y consumo de cuerpo de la mujer en la era posmoderna derivado a una edad moderna.

Se visualizan diferentes masculinidades, para reflejar y marcar mi género sexual ante los demás. Todo está en torno a un círculo, en donde mi sexualidad se refuerza para mí y para los demás.

La cuestión del narcisismo, y la aceptación masculina regida por una sociedad machista implora que el ser hombre, se tiene que ver reflejado; en este caso basado en la plataforma, se puede manifestar en la conversación, y en el atributo hacia esa persona femenina, donde la creadora de contenido fomenta el placer, debido a las características de los deseos del consumidor, incrementando el consumo constantemente. En donde la posmodernidad es vista como una *era del vacío*.

La era del vacío, sujeto *cool*, adaptable, amante del placer y de las libertades, todo a la vez. Es la fase jubilosa y liberadora del individualismo, que se vivió a través del alejamiento de las ideologías políticas, del hundimiento de las normas tradicionales, del culto al presente y de la promoción del hedonismo individual. (Lipovetsky, 2004).

En la forma de analizar este comportamiento se puede revocar a una era posmoderna que vivimos hoy en día, Gilles Lipovetsky; determina que somos una sociedad posmoderna, pero si comparamos ambas etapas; modernidad y posmodernidad, siguen existiendo roles o jerarquías; que en momentos no son equitativos, el cuerpo de la mujer sigue como una forma de consumo. A pesar de

esto, la posmodernidad involucra ridiculeces en la forma de la *moda*, totalmente vacía, y vaga. Aunque en estas dos etapas las formas de consumo son diferentes, siguen ligadas a una indiferencia social, el carácter del individualismo es parte constante de nosotros. Los roles sociales eran asignados mediante un régimen del estado, así mismo te identificabas tú como persona y sujeto.

La individualidad y el momento de estar constantemente en una actualización de lo que soy constantemente es, fomento de una personalidad completamente separada de la cultura perteneciente, y la involucración, y reiteración, a lo que Lipovetsky menciona como; el hiperconsumo. Se crean grupos, en este caso, es un grupo el cual consume este contenido, especialmente, el contenido del género femenino. Esta plataforma es relativamente nueva, fomenta el contenido sobre videojuegos, pero, esta también puede tener conversatorios o como lo mencionan en los videos, charlas. En estas charlas, puedes mandar mensajes mediante un chat interno en la transmisión. Donde se involucran varios usuarios. Sin embargo, hay actos de poder que se ven reflejados por el control monetario, que le puedes hacer a esa persona. Las modalidades van creciendo, bailes, saludos, dinámicas, etc. Reforzando con esto mi individualidad como consumidor, al atribuir a caracteres de dominación hacia una persona donde en todo momento se ve involucrada mi personalidad.

Lo importante para estas personas de igual manera es el que sean observados o leídos, se visibilizan, y atribuyen que son parte de la cotidianidad de la creadora de contenido, porque, ella misma narra sus historias de vida que le ocurren minuto a minuto. Su vida en automático forma parte del consumo, es increíble cómo las

personas hacen comentarios, tratan en momentos de darle apoyo emocional si ella lo requiere y lo dice, o ser su pareja y darle afecto. El imaginario que llegan a enfrentar las *streamers* mediante la creación de un personaje totalmente jerárquico y familiar de los consumidores, envolviéndola en el papel que ellos quieren que cubran o repliquen una conducta. Donde se perciben modos de apropiación como si fueran un objeto, las *streamers*.

Derivado de un pensamiento sociológico y una interacción basada en la interpretación de las cosas, sociólogos como lo son; Robert Park, George Herbert Mead, Y Herbert Blumer entre otros académicos procedentes de Norteamérica, incluyen esta categoría del *interaccionismo simbólico*. Esta postura tiene tres premisas principales en su esquema para la observación de los agentes sociales que cotidianamente están en un proceso de comunicación.

- “El ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función de lo que estas significan para él” (Blumer, 1982).
- “El significado de estas cosas se derivan de, o surge como una consecuencia de la interacción social que cada cual mantiene con el prójimo” (Blumer, 1982).
- “Los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona al enfrentarse con las cosas que van hallando a su paso” (Blumer, 1982).

Mediante el desarrollo de esta categoría se resalta la importancia que la *interpretación* tiene en la construcción del sentido por el sujeto, en este caso respecto al objeto. Recordemos que según Blumer los objetos pueden ser

determinados como “objetos físicos: como árboles o sillas: otras personas como una madre o un independiente de un comercio” (Blumer, 1982).

Estas interacciones sociales son vistas como *imágenes radicales*, estas imágenes pertenecen según Blumer a aspectos sociales, grupos humanos, interacción social, el ser humano como agente, actos humanos, y la interconexión de las líneas de acción. También las divisiones de este rubro se hacen presente, va a plasmar la forma en la que se dividen estas *imágenes radicales*.

- “Naturaleza de la vida en las sociedades y grupos humanos” (Blumer, 1982).
- “Naturaleza de la interacción social” (Blumer, 1982).
- “Naturaleza de los objetos” (Blumer, 1982).

En primer rubro sobre la naturaleza, Blumer explica que “La importancia de esta sencilla y redundante descripción reside en que los grupos o sociedades humanas existen fundamentalmente en acción y tal contexto han de ser considerados”. Por consiguiente, se considera que no existe una forma de teorizar estas prácticas sin relacionarlas con el análisis de sus interpretaciones mediante un método empírico.

En un segundo rubro sobre la naturaleza al aspecto individual del sujeto, por lo que hace, menciona que: “Las actividades de cada miembro se producen primordialmente en respuesta o en relación con los demás” (Blumer, 1982).

El tercer rubro impacta y determina que toda relación es una actividad u objeto con un valor significativo para la persona que lo interioriza, lo produce, reproduce y ve: “El significado determina el modo en que una persona ve el objeto,

la manera en que está dispuesta a actuar con respecto al mismo y la forma en la cual se dispone a hablar de él” (Blumer, 1982).

Formar parte de este tipo de naturalezas e involucra el proceso de interacción social, el cual va cambiando constantemente. El entorno en el que estamos es de suma importancia para determinar los objetos que vamos relacionando en y con nuestro *mundo* o, cómo propone, *en torno a esté*. También es importante recalcar que “La vida y los actos de los individuos van modificándose forzosamente a tenor de los cambios que acaecen en su mundo los objetos” (Blumer, 1982).

La interpretación sobre los tres rubros que propone George Helbert Mead sobre la interacción social son; “conversación de gestos”, y “empleo de símbolos significativos”. A lo que Blumer los llamara de diferente forma, “interacción no simbólica”, e “interacción simbólica”.

Retomando a Mead sobre la interacción social, menciona la forma en la cual existe un determinado factor que llama *gestos*, el cual se asocia con el individuo. La reacción y el análisis sobre la postura que está recibiendo es analizable para crear una propia simbología, y describe que hay tres aspectos naturales de los cuales determina un proceso de emisión y recepción para la configuración del mismo acto social. El ejemplo que a continuación se configura de forma como lo veía George Helbert Mead.

Así, por ejemplo, la orden de levantar las manos que un ladrón le da a su víctima es (a) una indicación de lo que esta ha de hacer, (b) una indicación de lo que el ladrón se propone hacer, es decir, despojar a su víctima: y (c) una indicación de la acción conjunta que se está formando: en este caso un atraco. Si existe confusión

o malentendido en cualquiera de estas tres líneas de significado, la comunicación no se produce, la interacción se dificulta, ya la formación de la acción conjunta se ve bloqueada (Blumer, 1982).

La importancia y la naturaleza que se atribuye a los objetos, parte de la interacción simbólica. Mead propone que este patrón natural es identificable por parte de un *sí mismo*, una apropiación del objeto es un factor determinante para el individuo. Por lo tanto, el patrón que vamos construyendo parte del reconocimiento que se configura por factores de nuestro entorno, considerados externos; las interacciones con otros actores sociales nos permiten replicar las actitudes que consigo llevan diferentes personas o comunidades, “El hecho de que un individuo forma un objeto de sí mismo basándose en las distintas maneras de definirlo que tienen los demás, está sobradamente admitido en la literatura actual” (Blumer, 1982).

“De esta suerte obtenemos una descripción del ser humano como un organismo que entabla una interacción consigo mismo a través de un proceso social de auto formulación de indicaciones” (Blumer, 1982).

El interaccionismo simbólico se entrelaza en el aspecto social, toda procedencia de identidad es obtenida a través de los factores que involucran a un conjunto de sujetos, “El interaccionismo ve al individuo como un organismo que debe de reaccionar ante lo que percibe” (Blumer, 1982).

En este sentido, la persona que ha entablado una interacción consigo misma no solo es un organismo que responde, sino un organismo que actúa, que ha de modelar su línea de acción basándose en aquello que toma en consideración en lugar de limitarse a emitir una respuesta ante la interacción de un determinado factor en su organización (Blumer, 1982).

Cuerpo

La propia sociedad, junto con toda la industria existente en esta, es partícipe de la producción; algo que forma parte de esta construcción de significado, fundamental para esta investigación, es el cuerpo, que se conforma desde una interpretación a través del consumo, que día con día vamos absorbiendo para una satisfacción invisible, adaptable por la sociedad. Aunque se puede visualizar la existencia del libre albedrío en relación con el sistema, el cuerpo y la construcción de su sentido, también se ata a las múltiples acciones a las que es sometido, incluyendo las cirugías que aturden el pensar de los demás. El posicionamiento de una jerarquización sobre los cuerpos; en este caso desde el placer efímero, hace relevante la sintonía de este tema en particular, la formación de nuevos espectros a partir de la alteración del mismo, genera divisiones, pero a la vez; unificaciones de lo que es el cuerpo, y más aún, respecto al cuerpo de la mujer en la era de la hipermodernidad.

La crisis de sentido y de valores que socava la modernidad, la búsqueda incesante y sinuosa de nuevas legitimidades que no cesan de escapárseles, la permanencia de lo provisional convertida en modo de vida son factores que han contribuido lógicamente a enfatizar la raigambre física de la condición de cada actor. El cuerpo, lugar privilegiado de contacto con el mundo, ha devenido el centro de atención. (Le breton, 2007).

Voyerismo virtual

Las nuevas interacciones que se producen en este tiempo presentan la fijación de modelos que hacen que la búsqueda del placer sea una constante; lo que puede verse en el reflejo del cuerpo que se hace por medio de la computadora. El consumo que es lo fundamental aquí, por la tónica de la investigación, y del carácter que éste puede tener, se da por vía electrónica, en donde siempre se presupone un espectador, adhesivo a una pantalla, anónimo, o reducido a ser auditorio en un show.

Esta relación entre la visualidad y la visibilidad en el plano del secreto exigiría, a su vez, repensar la articulación contemporánea entre las esferas de lo público y lo privado, siendo que la publicidad de lo privado es un valor social en auge y asimismo la privatización de lo público (Mehl, 1997; Verón, 1997, Dagatti, 2012).

La hipermodernidad, construye este campo semántico; para derivar roles, y que el placer sea más accesible, e inherente a las acciones que emprendemos, y que en ocasiones no sabemos distinguir. Estos casos emergentes, traducidos a la cultura digital voyerista, establecen al placer como motivo. Dada las circunstancias, y colocando la revolución de la hipermodernidad, ceñida a que “el voyerista disfruta contemplando actitudes íntimas o eróticas de otra persona” (Dagatti, 2012).

Identidad, y Cultura

identidad el conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos...) a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan simbólicamente

sus fronteras y se distinguen de los demás actores en una situación determinada, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados. (Giménez, 2001).

La forma en que se va alterando, o más bien, cambiando la identidad a una constante que es la necesidad de pertenecer a un grupo, o en este caso; el grupo forma parte de una identidad de consumo, las y los involucrados, juegan un rol, en donde lo principal, es crear un deseo, y una fijación por la forma identitaria en los papeles de ambos aspectos, es una constante. Así que, también la cultura es un exponente fundamental en el área de consumo para la edad que se marca como un vacío completamente profundo a que solamente me identifico como consumidor.

Esta manera de concebir la cultura implica no disociarla nunca de los sujetos sociales que la producen, la emplean o la consumen. No existe cultura sin sujeto ni sujeto sin cultura. O, dicho de otro modo: todas las manifestaciones culturales tendrían que referirse siempre a un “espacio de identidad”. La debilidad de muchos de los análisis consagrados a la globalización de la cultura radica precisamente en la tendencia a privilegiar sus formas objetivadas – productos, imágenes, artefactos, informaciones, etc. -, tratándolas en forma aislada y meramente taxonómica, sin la más mínima referencia a sus usuarios y consumidores en un determinado contexto de recepción. (Giménez, 2001).

Poder

Ciertamente, Nietzsche fue el primero que formuló con insistencia la compleja conexión entre poder y generación de sentido. Ya en un nivel muy elemental, es más, incluso en un nivel somático, asocia el sentido con el poder. El sentido es poder. «Comunicarse es —dice

Nietzsche—, originalmente, ampliar su poder al otro».28 De este modo, el signo es «la impronta (a menudo dolorosa) de una voluntad sobre otra voluntad». El primer lenguaje sería el lenguaje corporal de la vulneración, que anuncia inmediatamente el «pretender apropiarse» (Chul-han,2005).

La condición, y las formas de comunicación, imponen una cierta afectación a lo que es el poder; en este caso, las necesidades de los dos objetos de estudio, demuestran que el poder interactúa de una forma muy notoria, que es intrínseca a la seducción y placer. Aunque, lo primordial es el desmenuzar, poco a poco; el cómo funciona, por que entran en este entorno, específicamente derivado del contexto hipermoderno; el cómo se maneja vía internet, específicamente a lo que es la plataforma *Twitch*. Es un ciclo en donde lo que podemos asimilar como algo armonioso e indefenso, puede dictaminar un proceso posesivo entre ellos. En forma establecida, la relación de poder, a través de la sexualidad.

Es posible que el poder forme parte del juego. También que esté dotado de elementos lúdicos. Pero no se basa en el juego. Incluso se puede hacer intervenir el juego como contrafigura del poder (Chul-han,2005).

9. Metodología

Análisis de Contenido.

El análisis de contenido; es una técnica de investigación cualitativa, o cuantitativa, en esta investigación se utiliza el análisis de contenido de corte cualitativo; con el que se examinan y comprenden mensajes en diversos medios de comunicación, como textos, videos, audios, y redes sociales. Su propósito es identificar patrones, significados, tendencias, y estructuras dentro de la información analizada. Este método permite descomponer el contenido en categorías o unidades de análisis, como palabras clave, temas recurrentes, frecuencia de aparición de términos y relaciones entre conceptos. Para ello, se pueden emplear enfoques manuales o herramientas digitales que facilitan la recopilación y clasificación de datos.

El análisis de contenido se aplica en múltiples disciplinas, como comunicación, sociología, psicología y marketing. En estudios de medios, por ejemplo, se utiliza para examinar discursos políticos, representación de género, y narrativas en la publicidad. En marketing, ayuda a entender la percepción de una marca a través de comentarios en redes sociales; ante lo antes mencionado, básicamente es:

La identificación y explicación de las representaciones cognoscitivas que otorgan el sentido a todo relato comunicativo. Bajo esta orientación, las citadas técnicas pueden ser aplicadas más allá de los ámbitos a los que habitualmente se han visto

reducidas: el análisis de los textos, generalmente escritos, producidos por los mass media. (Bardin, 1996, pp. 1).

Función un análisis de contenido

1. Definición del objetivo y unidad de análisis

El primer paso es establecer el propósito del análisis, como estudiar la representación de género en anuncios o la percepción de una marca en redes sociales. Luego, se define la unidad de análisis, que puede ser una palabra, frase, imagen o segmento de video.

2. Selección de la muestra

Se elige el contenido que será analizado, asegurando que sea representativo del fenómeno estudiado. Esto puede incluir publicaciones en redes sociales, artículos de noticias, discursos políticos o comentarios de usuarios.

3. Categorización y codificación

Se crean categorías o etiquetas para clasificar la información. Esto puede hacerse de manera manual o con herramientas digitales. Por ejemplo, en un análisis de contenido de discursos políticos, las categorías podrían ser “economía”, “seguridad” y “educación”.

4. Análisis cualitativo o cuantitativo

- Cualitativo: Se enfoca en la interpretación del significado, el contexto y la intención del mensaje.
- Cuantitativo: Mide la frecuencia de aparición de palabras o temas para identificar tendencias numéricas.

5. Interpretación y conclusiones

Los resultados se analizan para extraer conclusiones sobre los patrones encontrados. Esto permite tomar decisiones, validar hipótesis o comprender mejor la forma en que se comunica un mensaje.

El análisis de contenido es ampliamente utilizado en comunicación, marketing, psicología y sociología para examinar discursos, percepciones y tendencias en diferentes medios.

Juventud

Selección de la muestra para llevar a cabo el proceso, junto con las relaciones de las categorías necesarias presentes en esta investigación.

Daniela Asuaje	31 años
----------------	---------

Diana Cebedo	23 años
Michelle Cepeda	25 años
Daniela Camacho	29 años
Agueda Correa	25 años
Molly Crystal	30 años
Nao Esparragoza	21 años
Alana Flores	24 años
Natalia García	24 años
Abril Garza	26 años
Amairani Garza	30 años
Lua	25 años
Nekakil	27 años
Victoria Palini	30 años
Connie Rueda	30 años
Sandra Skins	28 años
Bad Mich	25 años
Ana Paula	26 años
Elizabeth Yuki	26 años

Capítulo 1- Consumo, e hipermodernidad. Cómo actúa en la plataforma Twitch

La nuestra es una sociedad de consumidores. Todos sabemos, a grandes rasgos que significa ser “consumidor”; usar las cosas, comerlas, vestirse con ellas, utilizarlas para jugar, y en general, para satisfacer. – a través de ellas – nuestras necesidades, y deseos. Puesto que el dinero (el dinero en la mayoría de los casos y en casi todo el mundo) “media” entre el deseo y su satisfacción, el consumidor también significa – y este es su significado habitual – *apropiarse* de las cosas destinadas al consumo; comprarlas, pagar por ellas, y de este modo convertirlas en algo de nuestra exclusiva propiedad, impidiendo que los otros lo usen sin nuestro consentimiento. (Bauman, 1998, pp. 43).

El consumo es la principal estrategia por medio de la cual, hoy, construimos y exponemos la identidad, esto implica que pasan a segunda instancia las necesidades primarias y se convierte en prioridad el ser visto cómo quiero que me vean, es decir como poseedor o capaz de poseer algo que socialmente se considera valioso.

En este caso la pauta o el detonante fundamental; es particularmente el entretenimiento en internet, que, observándolo más bien, la diversión en este contexto; va más a lo efímero; una forma totalmente transversal que es constante en nuestra cotidianidad. Nos involucra como compradores compulsivos al generar una felicidad prefabricada, en una retrospectiva imaginaria, o inconsciente. Pero el

principio del consumidor es eso; lo inmediato, y tener una pequeña apropiación a lo que le acúñe en la necesidad de ese momento para satisfacerse; en otras palabras;

La satisfacción del consumidor debería ser instantánea en un doble sentido; los bienes del consumidor deberían satisfacerse de forma inmediata, sin imponer demoras, aprendizajes o prolongadas preparaciones; pero esa satisfacción debe terminar en el preciso momento en que concluyera el tiempo necesario para el consumo, tiempo que debería reducirse a su vez a su mínima expresión. (Bauman, 1998, pp. 46).

Existe una amplia gama de páginas de internet que forman parte del entretenimiento de la sociedad hipermoderna en la que vivimos. Sin embargo, la plataforma más famosa que incluye el mundo de los videojuegos, y la forma en como interactúan a través de ella en donde se produce un gran impacto, o un eje que solo lleva a muchas variantes de consumo nació en el año 2011, es; *Twitch*.



La forma, o más bien la presentación de la página *Twitch* tiene dos aspectos, la que tenemos acá arriba con las palabras en blanco y resaltadas en tipo 3D. Los colores principales de esta plataforma son el violeta, negro, y el blanco. Donde por parte del morado transmite; realeza, lujo, espiritualidad, ambición. El negro refleja lo que es el poder, prestigio junto con lo sofisticado, y el blanco; Limpieza, simplicidad, inocencia, honestidad. Pero se preguntarán ¿Qué hay en esta página? Solo son personas de cualquier género, que se dedican a crear videos, o transmisiones; son reconocidos como *streamers*. Así se les denomina, donde estos protagonistas, interactúan con un grupo de espectadores mientras juegan videojuegos, y reciben dinero por parte de sus fans. Ellos evidentemente, son tendencia en este mundo virtual, estas personas tienen una fama. No obstante, la particularidad en cuanto a género va a pasar mediante la erotización de las mujeres al momento de estar en el video, porque el modo de seguimiento de las *streamers* es mediante la sexualidad; el modo de consumo se produce en su mayoría a través de las circunstancias que los consumidores van atribuyendo, para un deseo masculino heterosexual.

La *streamer* forma parte de un sistema de apropiación ante el chat adscrito por programación de la página de internet. Existen saludos, bailes, movimientos que puedes comprar, esto es lo notable en este tipo de videos, porque las formas son totalmente absurdas que caen a la ridiculez al descubrir que estos gestos son adquiridos, obviamente de una forma muy efímera, que solo perdura un par de segundos. Evidentemente 'Se supone que los bienes de consumo serán usados

para desaparecer muy pronto, temporario y transitorio son adjetivos inherentes a todo objeto de consumo' (Bauman, 1998).

Su esencia y su presencia en esta página es la tónica de un malestar que nos envuelve aún más, para que las prácticas de los roles marquen que; el aspecto femenino es el aporte del placer para el hombre, que la subordinada es la mujer, y simplemente contribuye con lo más mínimo para complementar al otro género, evidentemente, esto ya forma parte de una mercantilización, a expensas de una inocencia como la de estar observando la mujer con un videojuego, si no va a ser parte de un voyerismo colectivo para las múltiples intenciones de satisfacción con la figura femenina, dejando de lado lo demás, solamente consumiendo a la *streamer* por eso. A modo que, esto, y de forma determinada de esta investigación, el fenómeno que representa es totalmente constructivo a la hipermodernidad de Gilles Lipovetsky. Este atraviesa más que un contexto de *posmodernidad*, el manejo y la simpleza que lleva de la mano a la hipermodernidad, es totalmente lo que es será en todo momento el consumo radical como lo llama Lipovetsky, (1983, pp. 132). "El hedonismo, como una igualdad con sus apetitos desmesurados, contribuyen de este modo a amplificar una crisis profunda y persistente".

Esto se atribuye a la división de las masas y construir más un aspecto individual, definitivamente partiendo de diferentes atributos al individuo denominado, o fomentado por un narciso que se dirige al placer. Esta práctica en especial, tiene una sustentabilidad a la personalidad del individuo, como consecuencia, la indagación sobre la conexión que se tendrá de estas personas, de

ambos lados, la *streamer*, y los incluso llamados *hiperconsumidores*; son los actores principales, los que incrementa la llamada *era del vacío* por Lipovetsky.

A continuación, explicaré mejor de lo que se trata, en donde la única preocupación es el estar en una línea constante entre la protagonista y el yo, y el acto que perdura en esta como un *hiperconsumismo*, visto cómo;

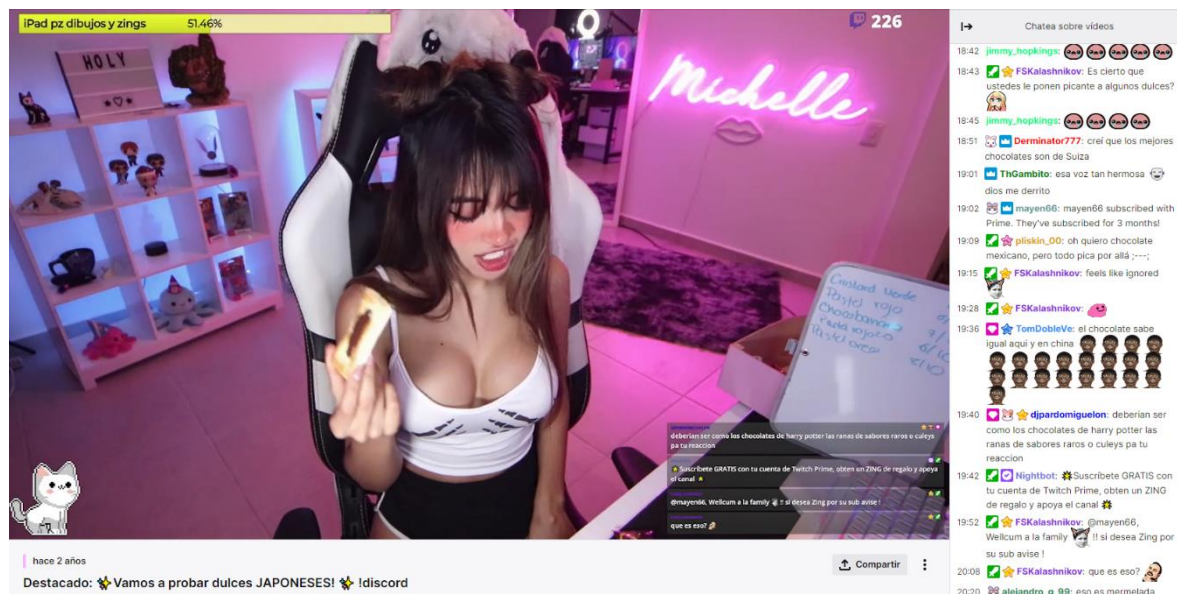
El hiperconsumo es un consumo que absorbe e integra partes crecientes de la vida social, que funciona cada vez menos según el modelo de las confrontaciones simbólicas que gustan a Bordieus y que se organiza más bien en función de fines y criterios individuales, y según una lógica emotiva y hedonista que hace que se consuma más por placer que por rivalizar con otros. (Lipovetsky, 2004, pp. 26).

Prácticamente, el modo de construcción de la plataforma cuando ya estás en presencia es derivada o similar a lo que puede verse en el cine, esta manera de relacionar forma parte del concepto propuesto por (Canclini, 1995, pp. 132) “se construyen salas estables, que comienzan a forjar hábitos de percepción y de asistencia, produciendo nuevas formas de distinción entre lo real y lo imaginario, otro sentido a lo verosímil, de la soledad y de la ritualidad colectiva”. Paralelamente, y en forma idéntica, permite adentrarse a la aventura en estas redes de la página, de forma similar, e incluso sosteniendo el mismo nombre; entras a la sala en donde la emisora va a estar en transmisión.

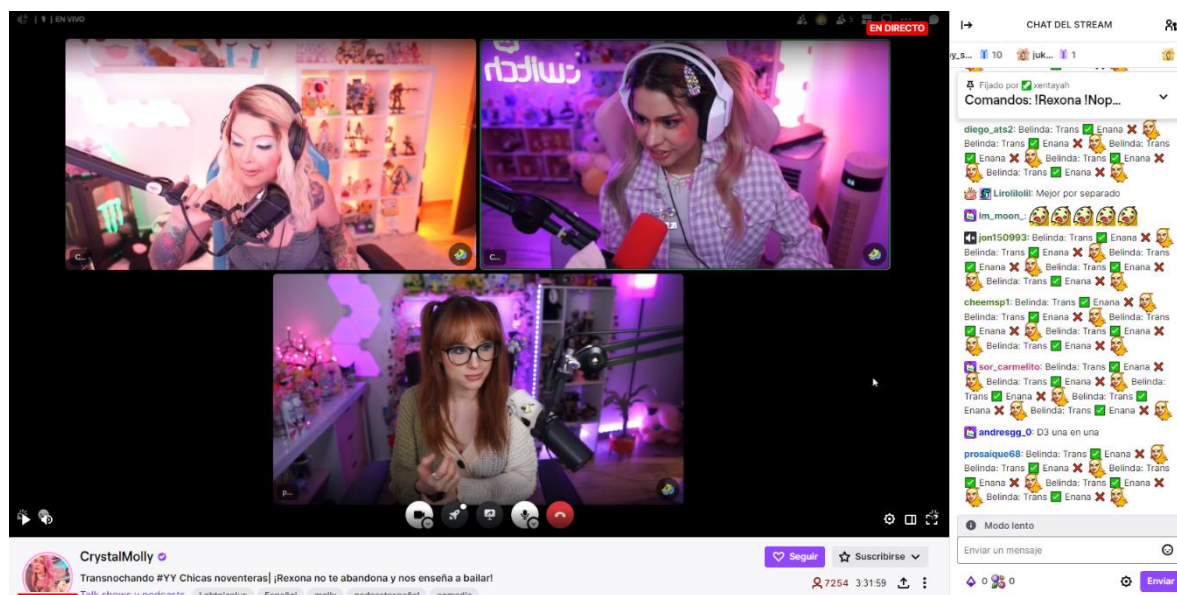
El hábito se va creando, se va a generar una necesidad, un delirio que no se va a saciar, se va a estar recurriendo a este cada vez que inicie la transmisión, para crear una programación en automático; ya se cuándo tengo que estar presente; debido a que mi asistencia va a ser fundamental para poder saciar mi existencia a

través de mi consumo, así va a funcionar. Por lo tanto, la creación de un ritual colectivo propicia la tendencia, que va surgiendo poco a poco, para atrapar a las personas enajenadas por la *streamer*; que se encuentran con una necesidad inherente a la erotización de la mujer producida por las formas que se presentan en esa sala. El mecanismo incluye crearse un imaginario hasta sentir que se trata de algo real, un contacto; tener una causa que va a involucrarse en todo momento al entrar, será su zona de confinamiento. La zona de confinamiento ha evolucionado, de una forma presencial como lo era asistir al cine, ahora cambia a algo virtual, pero las dinámicas son las mismas. Esto es una forma que evolucionó en la *hipermodernidad*. La imagen de abajo es parte de esta construcción de la que forma parte la sala, el video de nuestra *streamer* que se encuentra en su escena, con las herramientas necesarias para llevar a cabo la transmisión en vivo, junto con los elementos que le ayudan para hacerse ver cómoda en retrospectiva; cuando entra a un videojuego.

Del lado derecho de la sala está lo que se propicia desde lo externo: el consumidor, que cuando quiera manifestarse, tendrá la libertad de escribir, en ese recuadro, lo que a él le apetece. Aquí es donde se encuentra realmente el juego, las necesidades confluyen desde las dos partes, la obtención de los recursos monetarios de la *streamer*; que será totalmente pagado por el fiel fan consumidor que tiene una obsesión con ella, de manera constante, que se va a reflejar en elementos erotizados. Pero para llegar a ello, primero empecemos con;



Zepeda, Michelle. (2022). ✨Vamos a probar dulces JAPONESES! ✨! discord. Twitch. <https://www.twitch.tv/videos/1425188210>



Molly, Crystal. (2024). Uwu. Twitch. <https://www.twitch.tv/crystallmolly>

¿Qué es la *hipermodernidad*? Es de carácter progresista, es decir; si fijamos el contexto *posmodernidad* con *hipermodernidad*, el consumo existe en ambos casos,

pero en la *hipermodernidad* los procesos son diferentes, las formas, o figuras son totalmente distintas a las anteriores, y van a seguir cambiando, con una constante: el placer. Todo esto también es efímero; el consumo junto en relación con el tema de investigación que son las *streamers*, la *hipermodernidad*, cambiarán en algún momento, pero esto es lo que nos está pasando ahora, y con ello toda esta avalancha de acontecimientos que van a fomentar una concepción de libertad del individuo, en la que se debe de encontrar un dictamen flexible, cambiante, en cuanto a su gobierno de sí mismo, un proceso en el que, vale la pena agregar, el gobierno del estado nación ya no se va a involucrar; no va a dictar y establecer los papeles que uno debe de asumir, no impondrá de forma directa las estrategias de ser partícipe, las identidades y jerarquías sociales dependen más del mercado que del gobierno. No se dictamina, la idea de que se es libre, en cuanto a tu identidad se refiere, será una problemática ajena al gobierno; en la medida en que cambian los contextos sobre en los que estamos como sociedad, porque ahora lo que consumes, será parte de la identidad. Posteriormente, esto se analizará en el siguiente capítulo de *Identidad: cultura, estrategia identitaria, género-masculinidad feminidad*.

Regresemos a lo anterior, veámoslo como un matiz, y por lo que respecta en la explicación de Lipovetsky de la siguiente manera;

Hipermodernidad: a saber, una sociedad liberal, caracterizada por el movimiento, la fluidez, la flexibilidad, más desligada que nunca de los grandes principios estructuradores de la modernidad, que han tenido que adaptarse al ritmo hipermoderno para no desaparecer. E hipernarcisismo, época de un Narciso que se tiene por maduro, responsable, organizado y eficaz, adaptable, y que rompe así con el

Narciso de los años posmodernos, amante del placer y las libertades. «La responsabilidad ha reemplazado a la utopía festiva y la gestión a la protesta: es como si no nos reconociéramos ya más que en la ética y en la competencia, en las reglas sensatas y en el éxito profesional.» (Lipovetsky, 2004, pp. 27).

El *consumo* de la *streamer*, ya es la cotidianidad de personas, que se involucran reiteradamente en el culto a estas y su narciso, desde el propio narcicismo. Ahora hablaremos de esta categoría llamada *narcicismo*; que implica a la voluntad de competencia con los demás, y espacio de nacimiento, como una fuente egocéntrica, que va en aumento. Desde la era *hipermoderna*, pero ¿Cómo podemos ver este Narciso, y cómo se va a manejar en nuestro consumidor? y también de esta forma ¿Cómo nuestra *streamer* interactuará, de forma narcisista en competencia con las otras mujeres de la página?

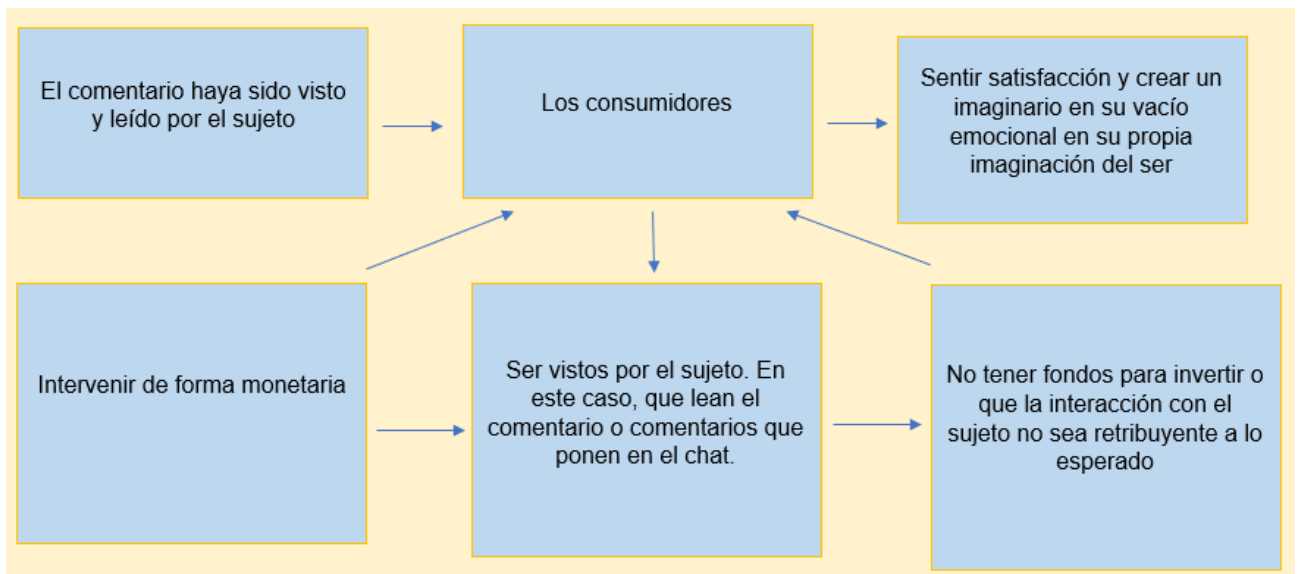
El narciso ha abolido lo trágico y aparece como una forma inédita de apatía hecha de sensibilización epidérmica al mundo a la vez que de profunda indiferencia hacia él; paradoja explica parcialmente por la plétora de informaciones que nos abruman y la rapidez de los mass- media- tizados se suceden, impidiendo cualquier emoción duradera. (Lipovetsky, 1983, pp. 52).

La vertiente del consumo estará situada en el espectador, al que convoca la persona que se encuentra en los videos, relación que va a ser estimulada por el narcisismo; dentro de un sistema de “capitalismo hedonista y permisivo, competitivo a nivel económico” (Lipovetsky, 1983, pp. 50). Al mencionar al capitalismo, se establece el

comercio que permite el proceso por el que va a estar entrando dinero de diferentes personas, lo que hace la *streamer* es jugar una especie de subasta para provocar la competencia entre su auditorio, y ver quién da más por ella, quien la consume más. Las cantidades que se manejan son absurdas, y solamente tienen como punto clave, el alimentar el narciso, fundamentado para que los demás le vean, porque, como lo hemos visto en imágenes anteriores; es un chat en el que se comparten e interactúan muchas personas, y no se deja de fomentar este camino.

Se retroalimenta la experiencia de un vacío en las decisiones individuales; es todo un mecanismo de expresiones efímeras. Que a la par son también egoístas, tratan de solventar necesidades individuales, presumiendo a los demás que poseen el dinero y, a través de este, la eficacia para llamar la atención, pero hay que resaltar que están presentes diferentes tipos de consumidores. Sin duda alguna, existe el reflejo, o la necesidad de supremacía en las personas que, lo que quieren es hacer que su capital se vea reflejado, a estos consumidores de la página *Twitch*, denominaré como; *consumidores monetarios*. Por otra parte, hay otro tipo de personas que estarán involucradas, no solo con su dinero, que tendrán otra función, forman parte también de la era del consumo; al mismo tiempo que va corriendo el video en vivo, van a interactuar de una misma forma; pero sin capital; a estos los llamaremos *consumidor sin fondos*. A que me refiero, las formas en que se van a representar para el placer del sujeto; y como es que se ven involucrados, se explicarán mediante un cuadro actancial, resaltando los diferentes procesos de los consumidores, *el monetario* y el no *monetario*. No obstante, el cuadro es en realidad

un ciclo que se forma mediante un sujeto; en este ejemplo se configuran estos, para su aporte a la era de la hipermodernidad,



- **Consumidor Monetario**

Tiene un gran recurso, o al menos el poder, lleva a una contribución constante, no tiene una limitante, la facilidad en ese momento, lo va estar dando todo en cuanto a dinero se refiere. Permítanme ahora explicarles, el equilibrio que sucede aquí; la armonía que sucinta, el movimiento que se da. Lo voy a manejar como una línea recta, que va a mantenerse rodando en los dos factores, efímero de consumo.

Efímero Consumo

Pero, antes de seguir avanzando con esta forma, o tipo de reloj por la potencia a nivel que o no puede decaer una La forma más usual para que

llame la atención de los dos casos. Los dos casos son evidentemente; las personas que están en la sala, y la mujer *streamer*; ella, va estar en todo momento agradeciéndole por su contribución, que esa es la modalidad principal. Pero no le va a bastar con solo atribuir una sola vez, va ser una constante para que el reflejo sea el ya mencionado por la categoría del Narciso. Le va a ayudar a que ella como los demás aparentemente le noten, voy a resaltar en cada momento, no voy a estar a su nivel, e incluso en su nombre de usuario tienen apodos, o sobrenombres, que sobre imponen a cuestiones de superioridad, que reflejan estar un escalón o un peldaño más arriba que los demás. Como botón de muestra, vea lo siguientes ejemplos;

poderosorobles90

2 seguidores

elhombretuyo

miculitobonitoo

4 seguidores

PepinoSaulol

57 seguidores

taquitogordo

1 seguidor

DeliciososPiesDeCari

5 seguidores

Esto será como una subasta, donde se va a estar dando dinero. Que lo más prudente, sería verlo mejor en el diagrama; ahora mismo lo tenemos que visualizar; que va a tener un movimiento, va a comenzar a girar. Comienza con una cierta velocidad, el nivel de competencia empieza a incrementarse cuando los *consumidores monetarios* se adentran en la sala. Gira como las manecillas del reloj, que tienen una secuencia, y estos dueños del capital, los que van a estar en una constante participación, evidentemente serán totalmente diferentes al *consumidor sin fondos*. Los mejores postores, o todos más bien, con sus recursos estarán atribuyendo a la *streamer*.

Antes de intervenir con el diagrama, la relación de incluir la subasta como un ejemplo es por la siguiente manera; en cuanto a fijar el rumbo para el *consumidor monetario*. Existen símbolos, no tan expresivos que

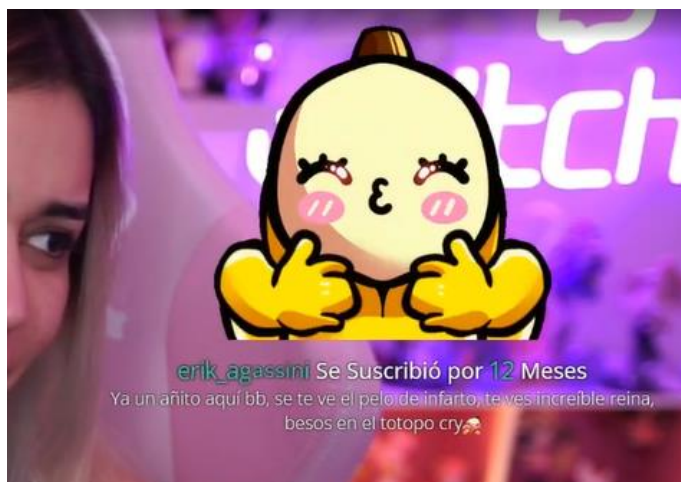
representan el dinero de los consumidores cuando hacen una aportación, que pasarán en el video al por venir que vayan haciendo la donación. Lo que significa, que no es tan explícito la cantidad reflejada del dinero que reciben las *streamers* por este trabajo que realizan. Si tú eres nuevo en *Twitch* te percatarás que la dinámica es de este modo, y esto explica muchas cosas; de que incluso cae mucho en una inocencia en las cualidades que lleva a cabo este ejercicio dominador. Pero sin duda, este funcionamiento entra en “una nueva socialización flexible y económica, una descripción necesaria para el funcionamiento del capitalismo” (Lipovetsky, 1983, p 43), lo que significa que este *consumidor monetario* entra en funcionamiento mediante su dinero. Asimismo, quitando lo monetario, los dos tipos de consumidores se van a unir a lo siguiente; la manera de interacción es, apartándose de los demás, y resaltando su individualidad. Esto es una acción que resalta más a la edad de la *hipermodernidad*. La división de las masas; un rango “de la personalización del individuo dedicado al self service narcisista” (Lipovetsky, 1983, pp. 41). La creación de esta página de *Twitch*, es el fomento a la alimentación de este self service, que me ayude a estar satisfecho, que el consumidor no se sienta como él quiere, hasta que se encuentra frente al video de su complacencia, esa es la satisfacción del *hiperconsumo*, el detalle aquí en cuanto estas categorías es el englobarlas o terminirlas de construir específicamente para lo que será la última; *moda*. Pero esta parte llegara al final.

Solo hay que tener en cuenta, para concluir lo anteriormente mencionado, y llegar al diagrama, que el consumidor, si tiene conocimiento de la cantidad que aporta en los videos. Para que se entienda bien, o mejor; las imágenes de abajo retratan lo anteriormente dicho, las figuras, o símbolos. Por lo general, salen en las partes superiores de las pantallas, y detallan lo que el consumidor compró.



Molly, Crystal. (2024). *Uwu*. Twitch.

<https://www.twitch.tv/crystalmolly/clip/BadBetterBoarPJSugar-bLFcaWoWtTrtPOsr>



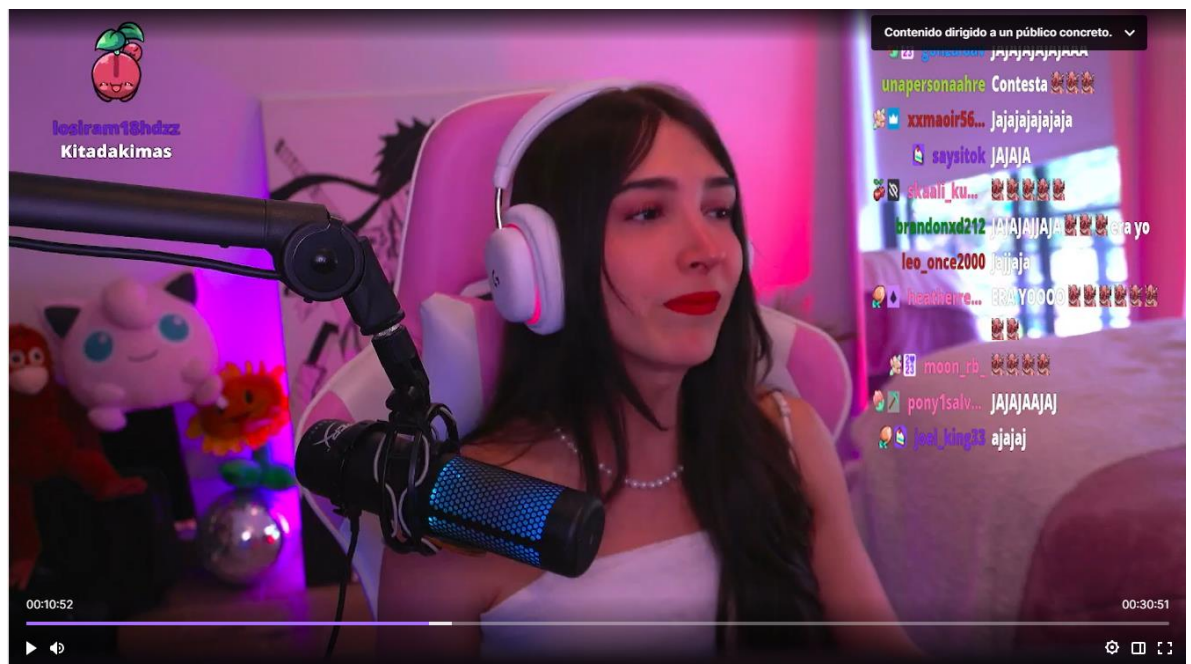
En este caso, la figura es caricaturesca, que pertenece a un plátano, y el consumidor adquirió 12 meses a contenido de la *streamer*.



Esta forma particular que tiene nuestro símbolo, es donde nuestro momento efímero, se va estar consagrando, ya que es la moneda de cambio; pues bien, el x10 significa una cantidad determinada que aumenta a lo que el comprador vaya a donar, con un mensaje abajo para que sea leído y notado. Obviamente, va incluido el nombre del usuario que lo aportó.



La emoción que invade a esta figura es de alto impacto, es equivalente a lo que en efecto se muestra, la cantidad monetaria es mucho mayor. La explosión de felicidad es notoria. No obstante, las figuras no son las mismas, cambian al gusto de la *streamer*.



Lua. (2024). ☢MAMITAS BELLUM DÍA 6☢ DROPS ACTIVADOS ¡! mg ⚠!

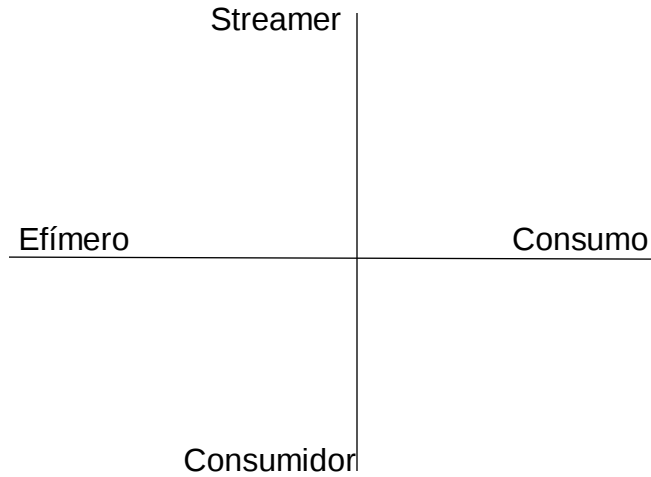
emotes 🐱! spam 💖! kuro ☐. Twitch.

<https://www.twitch.tv/videos/2173009786>



O en este caso, las maneras un poco más censuradas, las cuales solo con el monigote sabes la cantidad que el consumidor está atribuyendo.

Ahora así, a continuación, para describir más este fenómeno y tener con más claridad el tipo de movimiento que hace, añadiremos otros dos factores, en los cuales, nuestros sujetos ya aparecen. Los sujetos en este caso, evidentemente los partícipes de la acción; son la *streamer*, y el consumidor. Van a complementar nuestro diagrama de forma cruzada, igual con una línea recta, en vertical; donde si ya se mencionó que lo efímero va a estar girando con el consumo del otro lado; es totalmente notorio que pasará por nuestros sujetos; de ese modo, va a representar este fenómeno al momento, como gira y por quienes pasa evidentemente, beneficiando a los involucrados y representándose. Esto totalmente cíclico que no va a parar hasta que el video tenga su finalización.



Esto es solo un dictamen, una pequeña introducción; a lo que es todo este fenómeno; de lo que será todo el análisis de esta investigación, para ver los aparatos que están pasando como medio de esta nueva página, y la *hipermodernidad* alrededor, y siendo la pauta fundamental. Evidenciando la forma cíclica de lo que es determinante en el *hiperconsumo*.

Considero que este acto; no es apropiado relacionarlo a un concepto de prostitución. Porque, esa forma es más directa, más en un detalle de contacto, puede ser, un altercado, que desde contextos de modernidad existe; aunque la sociedad, como lo menciona (Lipovetsky, 1983, pp. 29), si hace un tipo de inflación erótica, y de lo porno, en donde el ser humano es rebajado a la categoría de objeto. Lo voyerista que será esta nueva realidad, el anonimato en realidad es lo que me hace capaz de ser el consumidor que yo quiero ser, esa es la diferencia, por eso no entra el modo de prostitución. La mujer no entra en contacto con el consumidor, se desenvuelve en otras formas, marca otra vertiente, si es un placer, pero el catálogo

de la mujer en este caso no es potencializado, al no tener la compañía de un presente, por esto mencionado, se deteriora esta semejanza. Mencionado antes, el objeto de estudio es sobre la erotización, dejando a un lado la confusión en cuestiones pornográficas. Ya que, en este, por así decirlo, el terreno de la página de *Twitch*.

- **Consumidor sin fondos**

Este consumidor es visto como un espectador, su papel puede ser ubicado de un modo sencillo o pasivo, porque su interacción, o modo de apropiación no es de retribución económica. Pero en efecto, el esquema anterior va a tener la misma semántica, el mismo efecto preocupante para lo que demuestra la parte de este consumidor, su plano de sigiles nos va demostrar que solamente su satisfacer es cuando está viendo a la *streamer*. Cuando la procura, véase de esta forma; todo el detalle de la protagonista, que va estar mencionando en el video, cada mínimo detalle, el consumidor va a mostrar una empatía, y lo va estar plasmando en los comentarios.

4:07 **valeska329**: Hola Ari me puedes saludar por favor 🌚🌚

5:44 **tofusitaap**: ari que es lo que tenias en la mano

6:32  **majoromerop5**: OMG se vienen muchas cositas cheveres

8:05   **LeitoOsitoo:** y esta bien abichu, esta bien bonita   

teo_cosmic: donde estas viviendo?

  **Gamuza85:** te acordas cuando hiciste las empanadas para el hogar?

Gabriel__gp: el día que te atropelló el auto venias del café?

   **daavidalexis:** He estado jugando mucho también

ignacio_kinight: FELIZ CUMPLE YUKIIII  

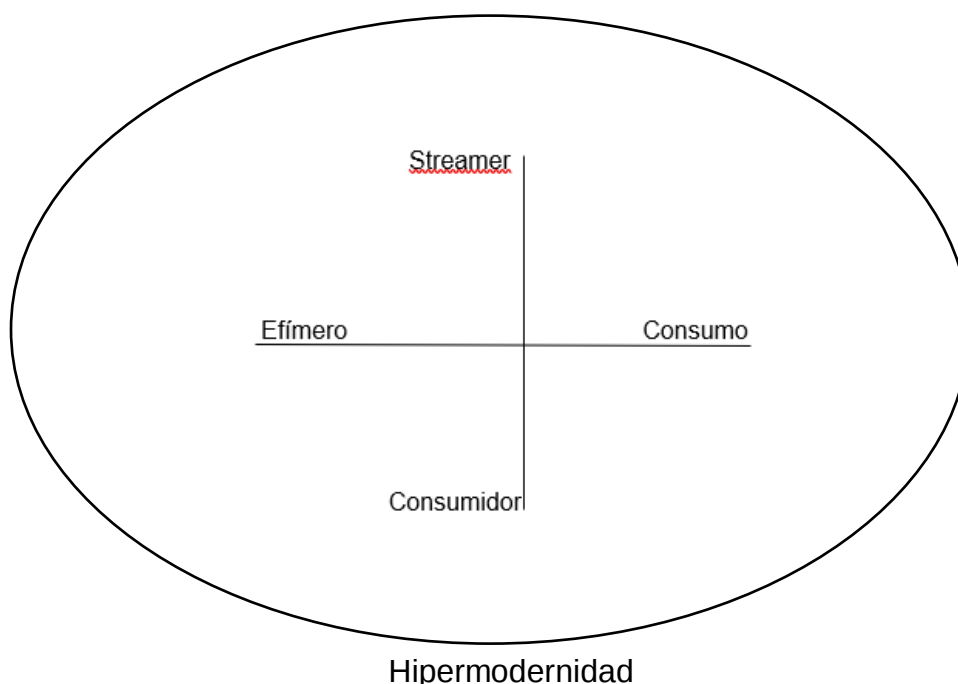
  **jose_elperry:** Hola yuuki me encanta tu cosplay de elsa aras su baile         

Es decir, la *streamer*, va estar comunicando su estar, o su forma de sentir, a lo que va estar en contacto, preocupándose, y al manifestarse de esta forma escrita, lo único que espera es que sea visto; y que llegue el momento en que sea reconocido.

Esa es su forma de consumo, estar en la línea solamente, en donde se va a identificar como un fan con la esperanza de ser leído, espera que, en un momento, ese pequeño comentario sea detectado en la vista de su protagonista; ojo, a pesar de eso, vendrá algo posterior que se convertirá en algo de identidad, que sucintara en el siguiente capítulo, no es similar, más

bien, es el paso a seguir de este consumidor, el rol que toma como cotidianidad; la transformación, y la emancipación a lo destacable en estos asuntos sociales; efímeros en estos momentos.

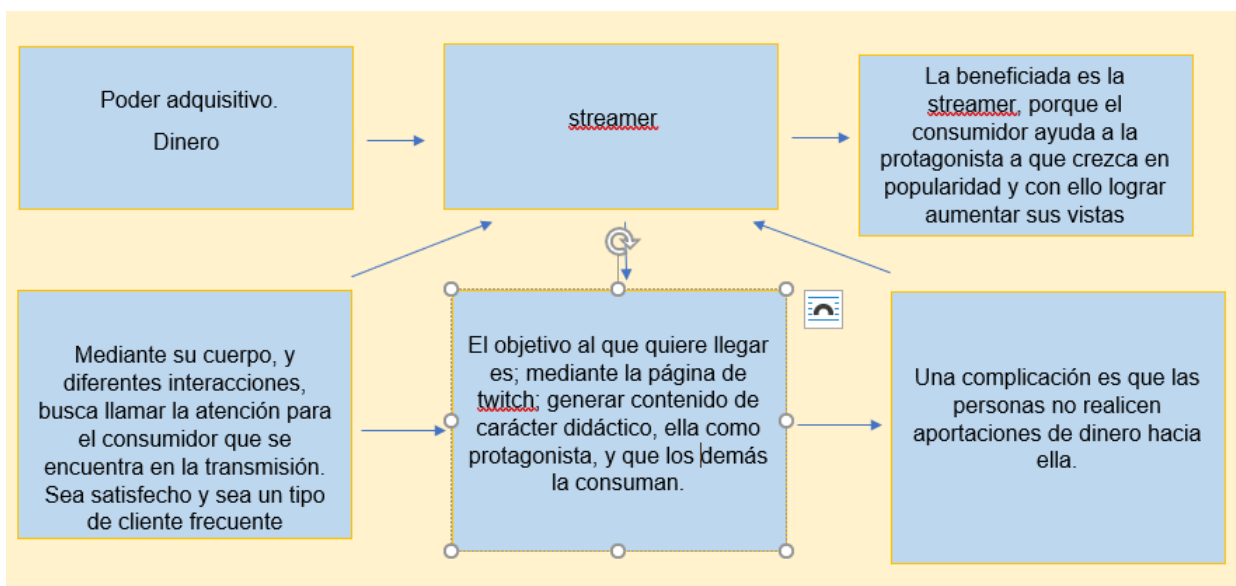
Además, al tener ya los dos consumidores, el diagrama de arriba está terminado, solo falta agregarle la parte de la hipermordenidad; que lo representaría y lo encerraría bien todo en un círculo, ya que como lo menciona (Lipovetsky, 2004, pp. 31) “son sistemas de representación en cuanto consumo se refiere”.



Al mencionar estos sistemas, no solo el espectador es el que entra en este modo activo; sí, también está la *streamer* en este círculo, y la forma en la que su papel va a interponerse en medida con relación a lo anteriormente explicado, pero falta

encontrar la particularidad de nuestra actriz por así llamarla; al cual quieren llegar en realidad; la posición, y el aspecto individual en superior a su sexualidad, que en mayor instancia, es el que imponen más, tal como lo menciona (Lipovetsky, 1983, pp. 30) “explotar el capital libidinal de cada uno”. Esto es lo que van a explotar las *streamers*; el deseo de lo femenino cómo la idea central, en todo lo que va a durar el video, o en su en vivo, como lo llaman ellas.

Utilizaremos el mismo ejemplo del diagrama actancial en el sujeto para la *streamer*. Como se refiere este actor para llevar a cabo su propia empresa, de una forma más detallada y explicada, aquí en el texto obviando en definitivo recuadro por recuadro la capacidad que va obtener para su propio beneficio a expensas de los demás;

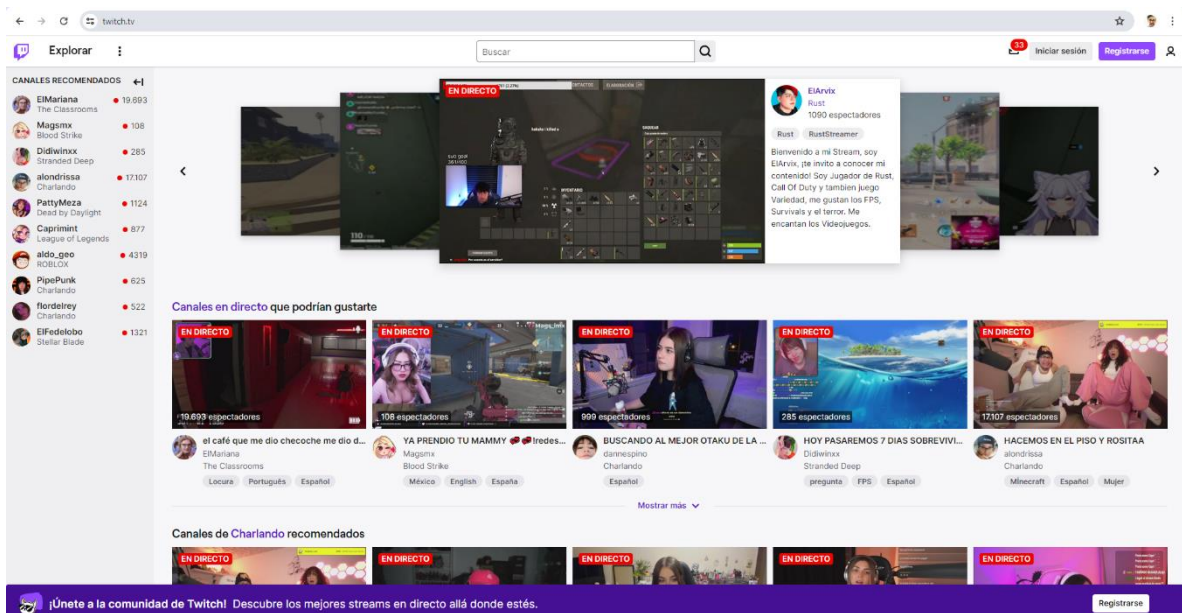


Esto, de una forma globalizada para el esquema; se dictamina a una línea que aparece como un rubro, que permite que en todo momento se va acudir a la mera

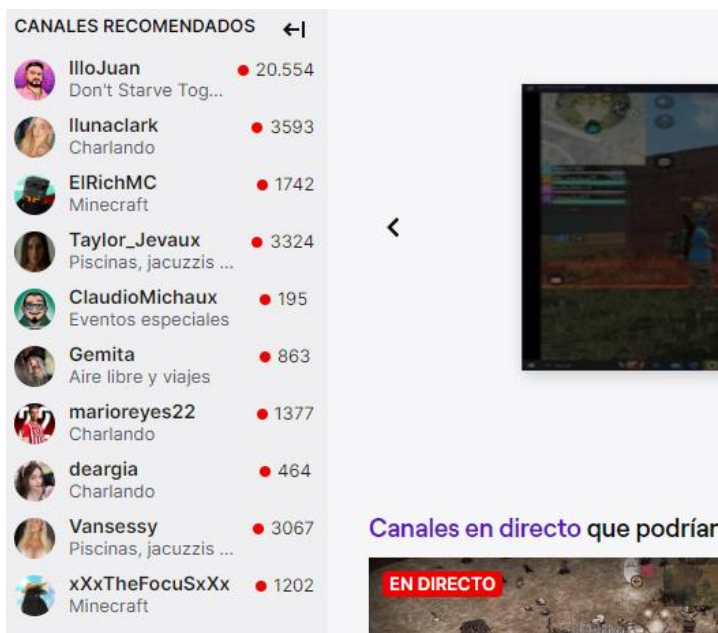
seducción. El espectáculo, obviamente, en cada segundo, de esta trayectoria visual es la *seducción*; ella se va a introducir mediante sus herramientas. El desenlace implica otros factores más expresivos; pero la mujer entiende, que el consumo principal; veámoslo de una forma poética, “La seducción amplia del ser-sujeto dado una dignidad, y una integridad al cuerpo antes ocultado: nudismo, senos desnudos son los síntomas espectaculares de esa mutación” (Lipovetsky, 1983, pp. 30). En otras palabras, la similitud de las flechas con llevan a la misma premisa o al mismo objetivo que la *streamer tiene*; que es, generar capital a través.

Por lo anteriormente mencionado, el cuadro del lado izquierdo inferior es lo que se dictamina más en esto, llamar la atención del consumidor de esta forma tan particular; donde los fundamentos del placer se enmarcan en nuestra mente, con el afán de saciar las falsas necesidades introducidas por el capital y otros factores sociales. Este en particular se facilita más por el medio de comunicación, o herramienta que aun engloba más, como resultado, nos lleva a esta parte del recuadro en donde se menciona la plataforma que se usa; dónde quiere tener una cantidad muy grande de seguidores para que la vayan consumiendo.

Esto es lo que poco a poco prolifera el consumo en la página *Twitch*, abajo se puede mostrar como es el inicio del sitio web, en donde puedes encontrar lo que está sucediendo en ese momento, pero no todo el catálogo aparece por así decirlo, solamente lo que es más consumido en ese momento, lo que tiene más espectadores. Por eso la importancia de la *streamer* para llegar a ser una de las más vistas, para estar en la página principal, y tener más visitantes en sus videos, que sería igual; a tener una posibilidad muy alta de recibir capital.

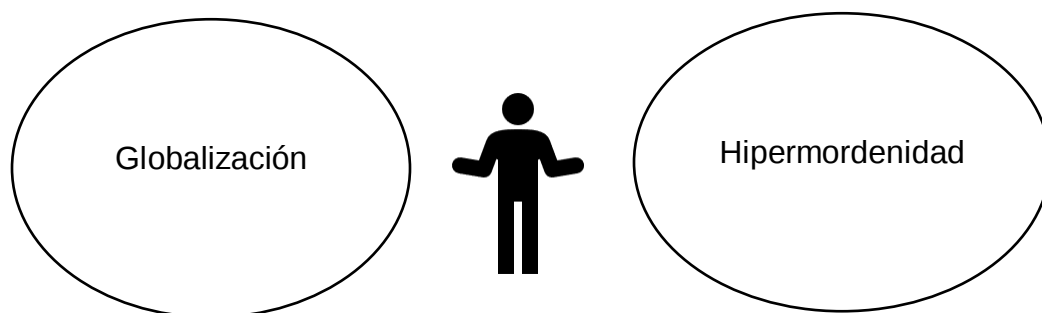


Esta es la página principal de *Twitch*.



Sus manifestantes en los videos, que son totalmente atraídos por una participación que, incluye estar en una red sistemática en donde me voy a ver beneficiada de lo

que atribuyo, y de los múltiples factores que llenan de felicidad al espectador. Que es configurado, y, podemos decir que este tipo de consumo es indiscutiblemente propiciado por la globalización, y de la hipermordenidad que; solo se desarrolla por la misma inercia que el mercado transnacional sigue creando. Es decir, que la hipermordenidad, viene totalmente arraigada con la globalización. No es lo mismo, aclaro; la globalización son las herramientas, en cómo se produce, en nuestro caso, un tipo de comunicación, la expansión del ya mencionado mercado; y la *hipermordenidad*, crea todo esto propiciado al consumo. Al tener estas bases ya establecidas, la inercia del sistema de producción, van a superar a los contextos anteriores; si bien es cierto como lo menciona Bauman; el cambio fundamental es la separación de los instrumentos de producción que se llevaba a cabo antes en una edad moderna. Ahora bien, se habló sobre el consumidor, que en este gesto es más detallado al cuando ya estás en el acontecimiento, pero entonces ¿Qué pasa con el individuo? ¿Cómo es que ya entra en esta dinámica?



El individuo solo se va a dedicar al consumo, al tener una conexión ya consciente con la sociedad, en una edad de hipermordenidad, eso ya está claro, donde solo lo que importa es seguir recabando más cosas para un fin propio. Entonces el

consumo es lo único que importa en cuestiones sociales, las formas van a destacar la particularidad de cada una de ellas, y como son vistas estas prácticas que pueden ser tan deteriorantes, que solo incrementa a modo de preponderancia la felicidad a través de algo que puede perder su valor. Al mencionar que pierde su valor, es por la forma que ocurre esto; la particularidad recaba placer en el momento de una interacción, el espectador quiere de cualquier forma, ser visto por la parte emisora del video.



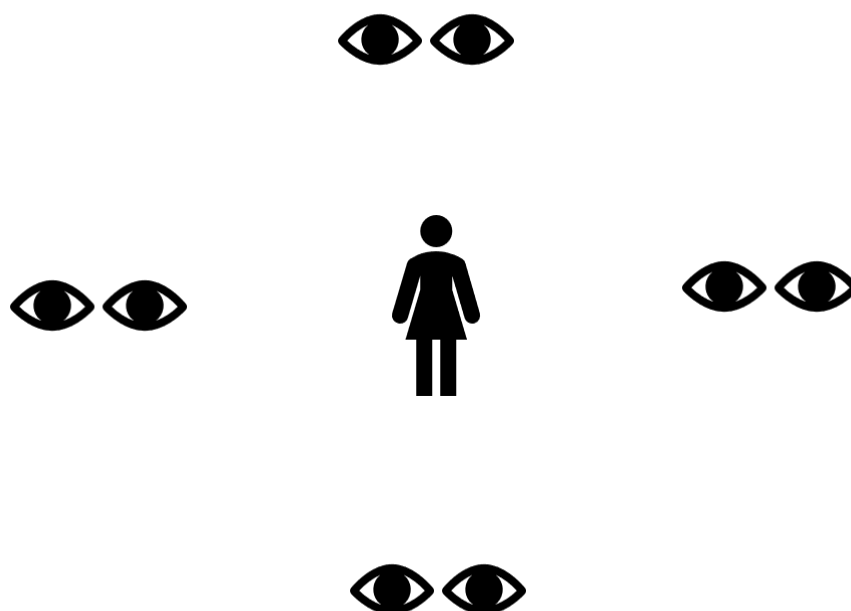
Esto de ser visto, es mediante las palabras; el permanece totalmente en anonimato, es un acto *voyerista*. Este recurso también es una clave en la participación del individuo, no se sabe quién sea, a menos que exista una fotografía en su perfil, pero puede ser engañosa de todas formas; adentrándose a una *intimidad*, en pocas palabras, véase de esta forma;

Cómo un conjunto de datos e informaciones organizados y racionales y de un ojo voyerista que irónicamente espía la privacidad de su objeto de acuerdo a sus modos de organización de contenidos. En esta dirección, la intimidad como objeto dinámico es un conjunto de posibles (sexo, privacidad, soledad, silencio, introspección, amistad, familia), (Dagatti, 2012, pp. 44).

Si bien es cierto que, el voyeurista, al consumir un producto de este tipo; va a involucrar esta *intimidad* a los aspectos, e índices marcados proliferando, todo tipo, que engloban a un consumo a la mujer, pero no en aspectos pornográficos, sino más bien, eróticos. Lo que es lo mismo, usos, rigores, y estructuras, van a estar atadas a la conveniencia de dos factores, en otro orden de ideas; es muy normal que cualquier persona vea y aporte dinero a estos videos. La *streamer*, y el consumidor heterosexual, que solo busca su placer mediante este consenso determinado; que se va a analizar; con el objeto de diversificar, y tener un análisis más profundo sobre los roles que se tienen la plataforma *Twitch*; como es que se va a utilizar, en primer lugar; las identidades de la mujer, la simbolización de algo para las personas que son consumidoras de este material, su modo de encontrar ese respiro que conlleva a un destino placentero. En automático generan un producto que entra perfecto en la hipermodernidad.

En este caso el voyeurismo será un dictamen, que muestra los aspectos intocables que explotan de un nuevo porvenir de nosotros como sujetos, de una interminable interacción comunitaria y social, a través de las redes que consumimos vía internet porque “Un sujeto espectador, es decir, *hacer-mirar*; la segunda, instalar el sujeto espectador como un objeto de su mirada” (Dagatti, 2012, pp. 47) inmediatamente, *Twitch* nos convierte sin duda alguna en personas voyeuristas, en donde las nuevas interacciones sean de este modo, y no visible para los demás. Al tener esta categoría ya desarrollada debido al *hiperconsumo*, la sociedad se convierte en una nueva comunidad, que crea sus relaciones de este tipo. Es totalmente como una adhesión, a lo que es la misma dinámica, pero a proporción

solamente de la vista, en lo que es De Wallen en Países Bajos; en donde te encuentras a través de un espejo observando a la mujer que está del otro lado. Somos una sociedad perteneciente al hipermodernidad; la aspiración del individuo nada más, es el *vacío*. Se encuentran totalmente en el impacto inmediato; es el sentirse visto y retribuido al escuchar su nombre o el ejecutar otra acción para mi satisfacción.



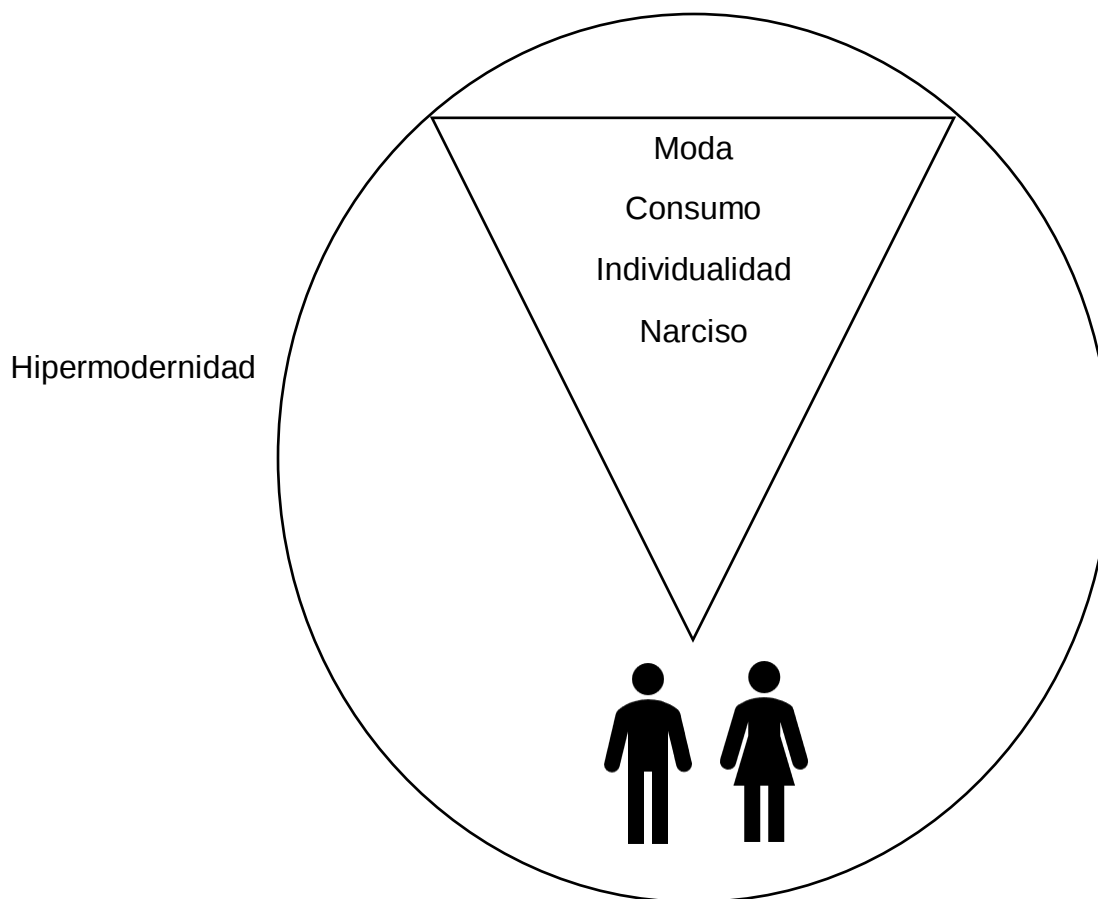
Por último, la persona o personas que desean adentrarse en este sistema abierto, capaz de aceptar al por venir que se va reproduciendo a una aceleración constante, derivado a una tendencia, se denominará como *moda*. Esta categoría es una de las cosas importantes que maneja Lipovetsky; trata de un modo, o un relieve que se va a estar desplazando a los individuos con la finalidad de que la *moda* es “Un efecto de nuevas valoraciones sociales vinculadas a una nueva posición e imagen del

individuo respecto al conjunto colectivo” (Lipovetsky, 2004, pp 18), por ende, una determinante al consumo; *Twitch* es impulsora de esta categoría y mediante las redes sociales que se tejen en ella; será la parte que englobara a todo este fenómeno hipermoderno del que estamos hablando, en donde se potencializa los dos papeles; el que puedas adentrarte como *streamer*, o el ser consumidor. También la *moda* se puede ver de esta manera;

Es en la época de la moda consumada cuando la sociedad burocrática y democrática se somete a los tres componentes esenciales (transitoriedad, seducción, diferenciación marginal) de la forma-moda y se presenta como una sociedad superficial y frívola, que no impone ya la normatividad mediante la disciplina, sino mediante la elección y lo espectacular. (Lipovetsky, 2004, pp. 20).

Totalmente al tener un sentimiento de pertenencia, especial ante los demás; forman parte de un ciclo que se encuentra totalmente en el *vacío*, que su único propósito es la beneficencia de lo que produce el deseo en el momento y se vaya deshaciendo con el impacto del satisfacer como espectador impulsivo; al mismo tiempo; lo que vamos recaudando de información u objetos es la tónica de lo que se puede mostrar en nuestra esencia individual, propensa a hoy en día al consumo hedónico y exagerado de las cosas para el placer de los humanos en retrospectiva materialista, o de otros caracteres. De forma semejante, se pueden agrupar las ideas para tener

mayor claridad en cómo se introducen las categorías desarrolladas en este capítulo, como se muestra a continuación.



De esta manera, recapitula todo el porvenir del consumo, y aspectos de una sistematización, y adhesión voluntaria de los registros que se llevan a cabo. Si la *moda* se modifica, todo el patrón en juego cambia de la misma manera. La *moda* es la potencializadora de todo esto, por consiguiente; la hipermodernidad cambia a lo que quiere poner de necesidades hacia la sociedad; somos una sociedad de *moda*, *consumo*, *individualista*, y *narcisista* que, en una función estructural, solo servirá para estar así de adentrados y no estar preocupados por algo más. Bauman

ejemplifica que hay un desgaste en todo lo que absorbemos para nuestras necesidades abstractas, de lo que consideramos para nuestro beneficio propio, todo lo que compramos está fabricado para que solo nos sirva en un periodo de vida determinado. En el momento en el que ya no me siento con la misma felicidad que obtuve al consumir ese producto, como lo mencionado anteriormente, voy a saciarme de otro tipo para lograr mi felicidad, y placer personal.

Consumir significa también destruir. A medida que las consumimos, las cosas dejan de existir, literal o espiritualmente. A veces, se les 'agota' hasta su aniquilación total (como cuando comemos algo o gastamos ropa); otras, se las despoja de su encanto hasta que dejan de despertar nuestros deseos y pierden la capacidad de satisfacer nuestros apetitos: un juguete con el que hemos jugado muchas veces, o un disco que hemos escuchado demasiado. Esas cosas dejan de ser aptas para el consumo. (Bauman, 1998).

Entonces de igual manera la *moda* se va a destruir, hasta que llegue otra semejante, donde las formas de felicidad de una persona pueden ir cambiando constantemente, es una controversia común implicada por los contextos actuales que se tienen en la sociedad. La ansiedad invade la perspectiva ególatra de una persona cuando está esperando ese resultado, o producto que llamó su atención. Por eso es que hay una ruptura esencial en estos contextos sociohistóricos, *modernidad, posmodernidad, y ahora; hipernmodernidad*.

El individuo *consumidor promedio*, crea una cuenta en la plataforma *twitch* para tener una visibilidad y una sesión en la cual puede estar seguro y adquirir objetos a cobro para la persona que los recibe. La construcción de una identidad es lo principal que se va a notar en estas transmisiones, como participo ante estos foros, que simplemente caen en el imaginario, es importante saber qué;

La aspiración a alcanzar una identidad y el horror que produce la satisfacción de ese deseo, la mezcla de atracción y repulsión que la idea de la identidad evoca, se combinan para producir un compuesto de ambivalencia y confusión que – esto si- resulta extrañamente perdurable. (Bauman, 1998).

Estas emisiones tienen un tiempo de vida, como lo fugaz que es para el consumidor el placer que recibe por parte de sentirse valorado y escuchado a vista de la protagonista, que va a repercutir la forma del trato con los demás consumidores que están en el video. Las cosas caducan en sí, todo va avanzando a un entorno. La apropiación que se hace de estas dinámicas es totalmente vista por todos, estas nuevas formas obsoletas de control son totalmente manejables y vistas de una forma totalmente normal.

Al tener estas variantes, se van a construir múltiples identidades, que es la fundamental del siguiente capítulo, si ya tenemos los factores involucrados al individuo, se observará como el cambio constante de las identidades generan las incertidumbres que van a manejarse al momento de encontrarme con estos videos, y el de saciar mis necesidades, como se establecerá en breve.

Capítulo 2 - Identidad: cultura, estrategia identitaria, género-masculinidad feminidad.

La *streamer* forma parte de un sistema de apropiación ante el chat adscrito por programación de la página de internet. Evidentemente 'Se supone que los bienes de consumo serán usados para desaparecer muy pronto, temporario y transitorio son adjetivos inherentes a todo objeto de consumo' (Bauman, 1998, p 48).

Las formas de comunicación son totalmente diferentes en esta edad de hipermodernidad. Sin embargo, ya es notorio, cómo las herramientas de comunicación crean una convención alrededor del mundo, y lo referente que puede ser la tecnología a través de nuestras decisiones colectivas o individuales. Nuevas formas identitarias toman forma o van adquiriendo estabilidad, a lo que me refiero es que, el *internet* es un proyecto revolucionario establecido desde que nació. Ha cambiado el modo de ver la vida, como se menciona a continuación.

En este medio, es posible hallar una cantidad de sitios en creciente expansión donde, como se sabe, encuentros mutuamente consentidos ocurren, impulsados por la iniciativa individual, derivada de voluntades y esfuerzos equivalentes, por parte de todos los que participan. Todos ellos se encuentran a la misma "distancia" (virtual) del chattingroom donde convergen para "conversar", lo que implica que la inversión del esfuerzo demandado de todas y cada una de las partes es prácticamente idéntica. (Segato, 2003, pp. 151).

Al mismo tiempo está repercutiendo en nuestra identidad; a una identidad totalmente fomentada al consumo, nosotros consumimos para poder tener una identidad ante los demás, quienes somos en ese momento, como puedo seguir sintiéndome igual, y como me ven los demás. Dicho de otro modo, en la hipermodernización en cuanto a la construcción social se refiere, nuestra identidad es totalmente volátil en ambos aspectos u en cualquier aspecto que queramos ver. No está por ningún motivo definida, en todo momento va ser cambiante ante todos para nuestro beneficio, o para la aceptación, y determinación como un actor social y como me defino ante los demás. Veámoslo de esta forma, la página de internet *Twitch* va a permitir a los usuarios que vayan experimentando formas en una estructura de identidades; para reforzarla mediante una atribución económica, para satisfacer ciertas necesidades sociales e individuales también, esto marcará todo el principio de una identidad efímera determinada por el consumo, y los roles de convivencia que tendrán ambos factores involucrados que se desarrollarán a continuación. Pero primero hay que entender que la identidad, para Giménez es lo siguiente;

El conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos...) a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan simbólicamente sus fronteras y se distinguen de los demás actores en una situación determinada, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados, (Giménez, 2000, pp. 1).

Ya se había hablado anteriormente sobre la *posmodernidad*; solo como una iniciación a la hipermodernidad, *al hiperconsumo*. (Giménez, 2007, pp 3), menciona que, “Para la interpretación posmoderna de liquidez y fluidez, la identidad es fragmentaria y plástica”. Entonces, aunque puede medirse que existe prácticas similares en ambos contextos; las formas de consumo ya sobre pasan a la *posmodernidad*. Recordemos que el internet influye en las redes de comunicación de diferentes culturas, mencionemos que;

La cultura es la organización social del sentido, interiorizado de modo relativamente estable por los sujetos en forma de esquemas o de representaciones compartidas y objetivado en formas simbólicas, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados (Giménez, 2007, pp. 3).

Al mismo tiempo, las identidades producidas por una cultura o diferentes culturas, crean una apropiación en la persona, van a estar en un constante movimiento por el consumo que radica anteriormente mencionado con estas prácticas efímeras que se llevan a cabo; en la plataforma *Twitch*. Lo efímero es algo que en estas nuevas identidades hipermodernas constantemente cambian, e incluso hay roles de papeles. En principio la identidad va cambiando a través de las enseñanzas o el contacto de otras personas; pero la tónica fundamental de estos videos que se producen, yo como espectador, es el estar atribuyendo a mi identidad en cada momento, como se mencionó anteriormente; dependiendo de la cuestión monetaria, ella gana dinero, yo soy reconocido como el aportador y benefactor en ese momento. Porque si no atribuyo; los demás que se encuentran en el chat, y la

emisora, no sabrán quien soy. Es decir, no tengo mi identidad, se desvanece o no se reconoce. En otras palabras; la relación de la identidad, con el consumo en la edad de la hipermodernidad, es totalmente efímera con las prácticas que me generen placer. De la misma manera, hay otros porvenires que se pueden observar, otras características particulares que no solamente son destacables ante algún tipo de género. A que me refiero, se asumen características, un papel que promueve diferentes relieves, ya no solo de placer al ver a esta persona; no solamente pago para que me haga notar, sino que existen, mensajes que rebasan estos actos de consumo.

El consumidor, o espectador, crea un imaginario, un inconsciente que intenta definir una identidad de pareja, amistad, o algo de tipo protector; debido a que en todo momento la *streamer*, va compartiendo su cotidianidad, todo por completo. Es evidente el conocimiento que las personas tiene sobre ella, lo ridículo que puede llegar a verse, por la forma que caen en este círculo para que sean notados. En estas ocasiones van llegando los mensajes al chat, solamente se van manifestando en los mensajes que va escribiendo constantemente. Esto va a continuar, no solamente va a quedar ahí; estas personas se construyen derivado de esta plataforma, vamos a ver su cambio constantemente, cómo van en un sentido evolucionando a sus necesidades, van a ir cambiando los modos de convivencia que son a tributarios al placer del consumidor, pero ¿Qué pasa cuando la persona empieza a dar su efectivo, su dinero, ¿cómo se siente o cómo se va convirtiendo?

- 7:15  **krastiytz**: sisis yaya 
- 7:15  **brisexabril**: Abichu me siento mal me duele el cuerpo y el estómago y no me da apetito no se que me pasa estoy cansada a cada rato ya salí a trotar y lo deje para ver si era eso pero no funcionó estaré aquí hasta las 10 ya que me quitarán el celular a esa hora para descansar temprano tqm estás HERMOSAAA como siempre eso no discute así que tqm gracias por estos 2 años de felicidad contigo no sabes la emoción
- 7:15  **micadeari**: que lindaaa
- 7:15  **maiabora**: ya
- 7:15  **anz289**: Se escucha con Ecoo
- 7:15 **kaixex29**:   
- 7:16 **the_xime2609**: 
- 7:16 **rvtuptrnagg**: Holaaaaaa
-
- 13:57 **cesar_25_28**: Hoñaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa
- 14:05  **DonSaosZ**: m!p nuestra afliccion
- 14:05 **r0460n**: no
- 14:05  **Joo0se**: el año pasado tambien lo traías así en estas fechas todo es un ciclo xmoonxPog
- 14:09  **luisochoatv2**: Bellapoarch ??
- 14:09 **cesar_25_28**: Jdvfubdeyhgfffffg
- 14:10 **derick218**: A todo el pdo te ves bien pinche hermosa 

Aunque *Twitch* es el reflejo de estas oportunidades que cambian constantemente, lo que el demandador concierne, las dinámicas favorecen el placer del consumidor, y sus necesidades. Existe un índice en marcar algo en la figura de la identidad de la mujer, todas estas constantes son totalmente imaginarias, la mujer opta por aspectos imaginarios de figuras o caracteres, también pueden ser caricaturescos que se apropian para el espectador; lo imaginario genera aspectos fetichistas, me causa un placer, que como mencionamos es efímero.



Garza, Abril. (2021). *Kawaii* [reel]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CQWz4LZnc9f/>

Este impacto imaginario ha tomado fuerza debido al continente oriental; en donde el crecimiento de los productos y mercancía junto con contenido caricaturesco es abismal; por lo que está repercutiendo en diferentes culturas a nivel global, abarcando el mercado internacional, poniendo en consumo y en moda esta cultura, donde es notorio que hay una estrecha relación en cuanto a la identidad y la comunicación; “La tecnología ha hecho posible la recreación y copia de la cultura y mercantilización que convierte a los productos culturales en mercancías” (Giménez, 2007, pp. 3). Es necesario identificar cómo estos comportamientos infantiles crean todo un imaginario, posturas, sonidos que atraen al espectador en todo momento, debido a lo establecido en esta edad hipermoderna.



Garza, Amairani. (2020). *Día 1829495729 de la cuarentena, ya hago Cosplay*. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CEZz3fUhVoh/>

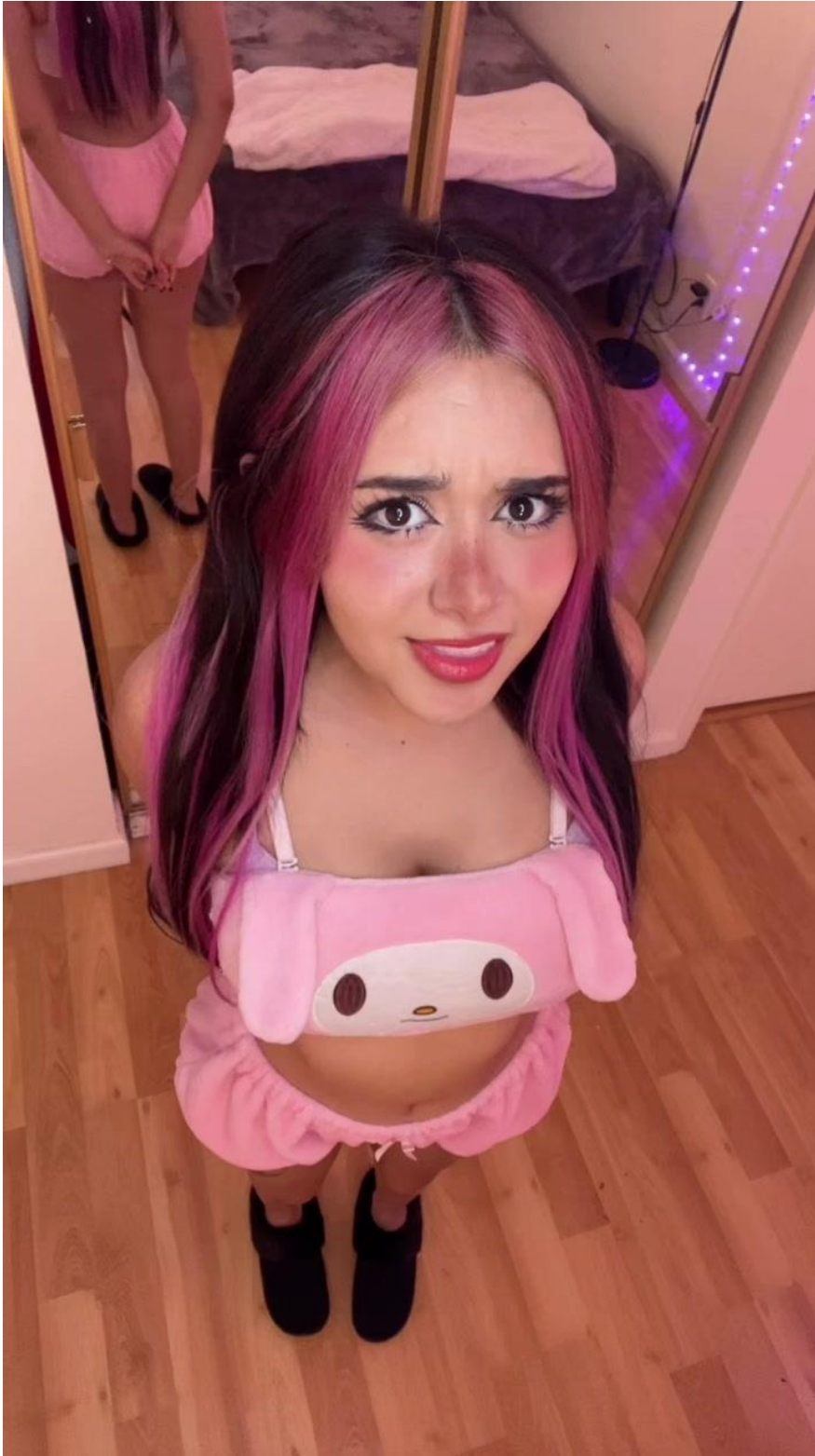
La estrecha comunicación que se realizará entre ambos factores, los videos son transmitidos a ciertas horas del día, son videos que alcanzan o duran más de dos horas; será lo que se va a consumir en esta plataforma. Las identidades estarán relacionadas como lo anteriormente mencionado, pero ya en roles; la inocente; la *streamer* toma este rol, es común que en este papel que usan de la cultura japonesa; sea totalmente sumiso, vulnerable, en muchos casos inocente o bobo, esto genera

una total manipulación y denigración en los personajes de la mujer en las caricaturas que son llevadas por estas mujeres que lo único que quieren es transmitir esto para generar capital. No obstante, mencionar que el cuerpo de la mujer esta super sexualizado y estereotipado. Más adelante nos adentraremos a lo que es el cuerpo. Ahora mismo, es donde entra el papel del héroe que ayuda a esta persona.



Garza, Amairani. (2022). *Sin título*. Instagram.

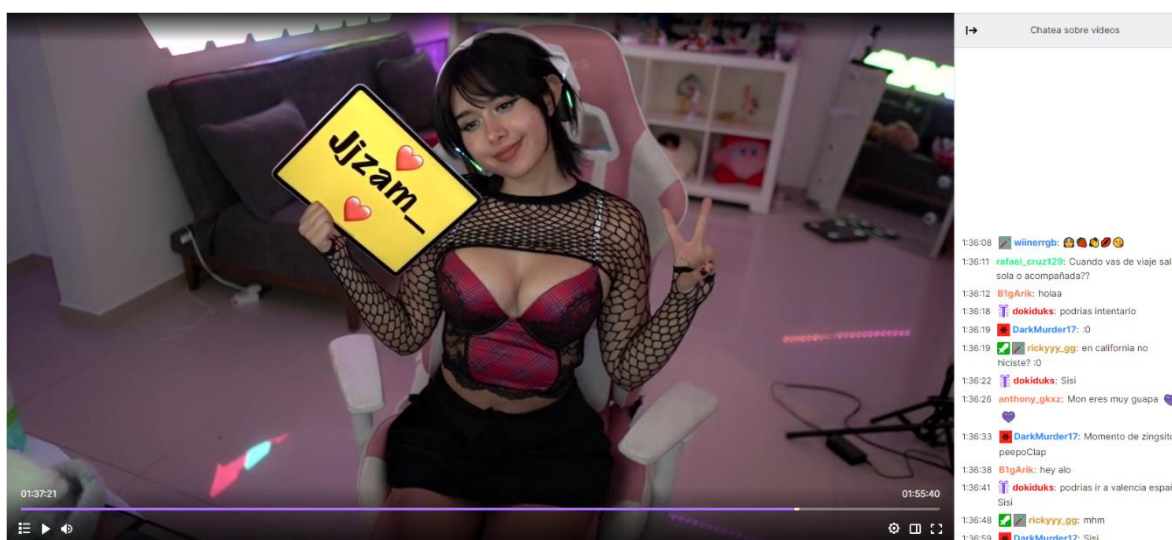
<https://www.instagram.com/p/CiF0x8cutgw/>



Acevedo, Diana. (2023). *LO VIERON?* Instagram.

<https://www.instagram.com/p/C0QcageL7Ok/>

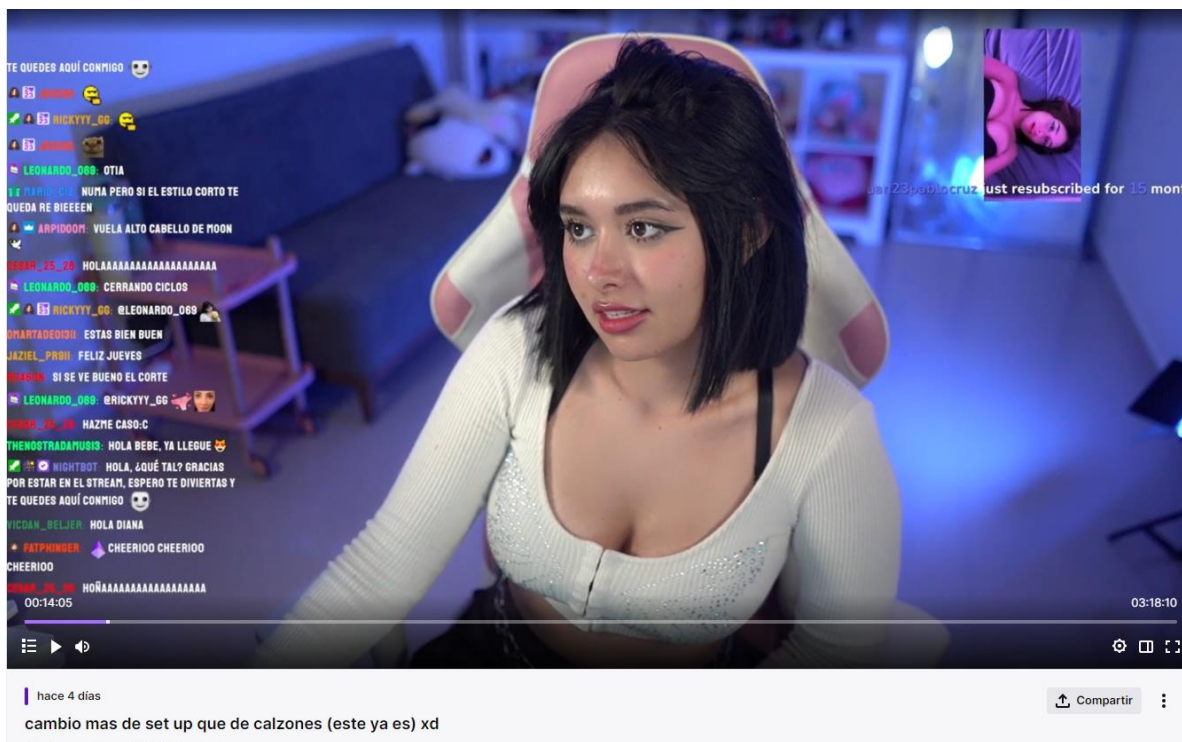
Esta identidad del héroe, una forma de emancipar o controlar todo lo que esta alrededor, porque el hombre es el que lleva la batuta en estas transmisiones y quiere destacar su identidad en cada momento; quiere ser el salvador de la mujer, como lo hemos visto en los cuentos, películas, y en ciertos momentos que pueden ser sumamente engañosos en la historia que más bien; son aspectos machistas, el hombre es el protector de la parte femenina, ya que “Nuestra identidad real resulta de la negociación entre ambas perspectivas, es decir, de la intersección entre identidad autodefinida e identidad reconocida” (Giménez 2011, pp. 133). Es decir, la que hace el contenido se beneficia económicamente mediante su papel de inocente o infante, que se encuentra indefensa, y el hombre todo poderoso bondadoso la ayuda, mediante esa ayuda monetaria, recibe su premio o más bien por lo que pagó, satisfaciendo sus necesidades, solo hay ciertas cosas o movimientos, bailes o saludos por parte de la protagonista.



Acevedo, Diana. (2024). *ya tengo luz* 🌟. Twitch.

<https://www.twitch.tv/videos/2164030663?filter=all&sort=time>

En esta captura se puede observar el mensaje que manda la *streamer* al que compró el saludo.



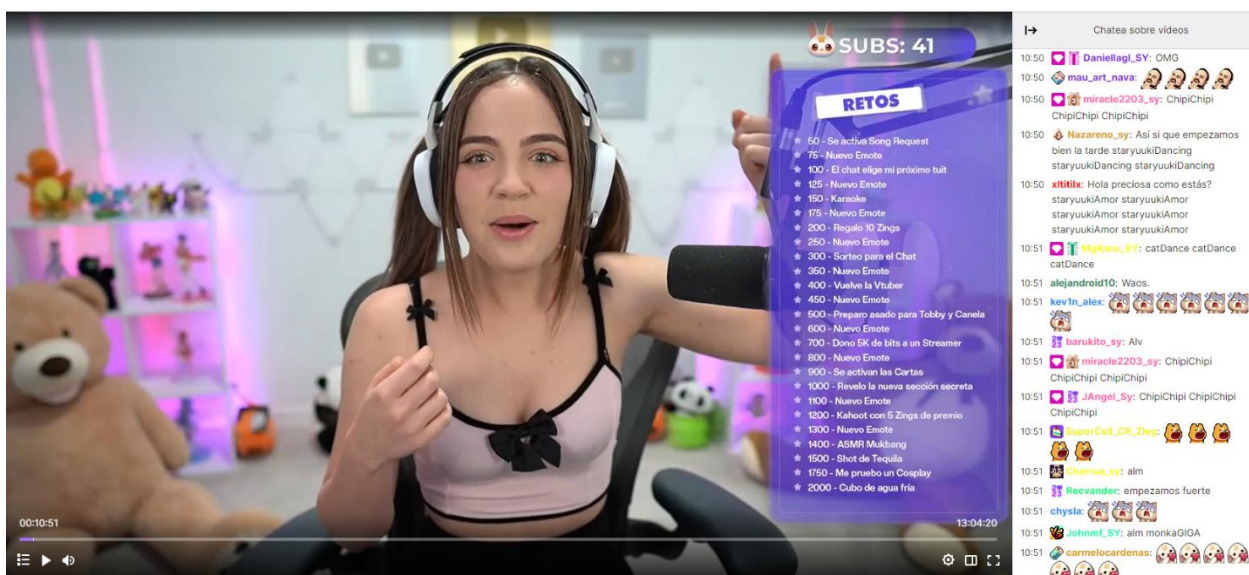
Acevedo, Diana. (2023). *cambio más de set up que de calzones (este ya es) xd*. Twitch. <https://www.twitch.tv/videos/2117520439>

En esta captura podemos observar del lado derecho superior una suscripción de un consumidor, y la imagen que recibe a cambio.

Pero este rol involucra mi identidad como hombre, se llega a tener esta imagen del sexo apuesto como el más débil, y el querer con necesidad ayudarla de forma heroica. Hay factores que la *streamer* va a generar para fortalecer, o alimentar esta masculinidad; la voz la agudiza un poco, tiene accesorios de una peculiaridad para ablandar su identidad; porque coincide la enajenación del hombre hacia la mujer

siempre a través de un papel sistemático patriarcal que se lleva a cabo en la sociedad. De este nos vamos a dar cuenta de las diferentes partes que atribuyen a una estructura; ya más de poder y como lo llama o determina (Segato, 2003, pp. 24). “Vislumbrar el mandato que el género nos impone”. Todo esto se va a imponer a una identidad totalmente masculina, en la cual el objeto de consumo es la mujer, aunque la práctica ha cambiado, la identidad es no generalizada, por las diferentes formas de atribuir.

A pesar de que, en este nuevo contexto, el acto cometido apunta ahora al disciplinamiento de una mujer genérica y ya no concreta, o implica un desafío dirigido a otro hombre también sin identidad definida, ambos componentes resuenan, de algún modo. (Segato, 2003, pp. 26).



Yuuki, Elizabeth. (2024). ☆ STREAM ESPECIAL DE 12 HORAS x RETOS ☆ | No Zings. Twitch. <https://www.twitch.tv/videos/2132085306?filter=all&sort=time>

Es decir, el hombre se puede llegar a reafirmar o no como masculino ante la sociedad, eso es parte de su identidad, ¿Como lo hacen hoy en día? mediante el consumo, y estas páginas lo facilitan, por la cantidad de comunidades que la visitan. La identidad masculina también es una cuestión efímera, ya que solo se verá reflejada cuando el hombre sale ante la sociedad, por lo mismo como un superhéroe, son los roles de identidad. La forma más vulnerable en la cual nadie sabe de mi existencia, es cuando permanezco en el anonimato constante, paso por desapercibido, pero en determinados momentos, me convierto en otra persona, *Twitch* me da el poder que yo como hombre requiero para reforzar mi masculinidad, nadie se imagina su vida siendo la persona cualquiera que esta atrás del traje de superhéroe o máscara, sino cuando ya estás en acción, cuando te identifican y obviamente reconocen la identidad del héroe, no del otro sin identidad denigrado por los demás.

Obviamente tiene un precio, pero esto hace que, de pasar del anonimato, miles de personas me vean y lo mejor aún, la *streamer*, se fije en mí. No cabe duda que aun las estructuras en la sociedad están firmes y de igual manera “la mujer y, más exactamente, el acceso sexual a ella, es un patrimonio, un bien por el cual los hombres compiten entre sí” (Segato, 2003, pp. 26).

Estas *streamers*; que en su mayoría no rebasan los 30 años de edad, su función es producir placer. La dinámica es muy sencilla en cuanto al ejercicio se refiere, la *streamer*, comienza esperando en el video a que se conecten los consumidores, simplemente ubicada en su silla, la identidad que puede optar va a ser consumida en reflejo de lo que quieran los espectadores, a lo que en ese

momento podamos ver, pero siempre son las mismas características, al igual solamente puede haber cambio de colores de por medio, pero sigue siendo el mismo papel. Las identidades culturales entran ya a un mercado totalmente abierto para los que tengan internet. Es necesario recalcar que al menos en este sistema urbanizado, en cualquier lugar puedes tener acceso a esta plataforma, para que en constante tiempo este afirmando mi identidad. Principalmente están los celulares o tablets y otros dispositivos, pero la forma en que ha crecido el acceso, es abismal.

Hoy en día, mencionado por Lipovetsky; vivimos en un concepto de erradicar nuestros sentidos y dejándonos llevar por lo que el mercado nos pone en frente, pero sin dudas uno de los puntos a rescatar es cómo ve que todo o un sentido es derivado a un concepto pornográfico. Fomentan la sexualización, la dominación y lo que para el espectador esté dispuesto a pagar. Es decir, que cualquier acto de erotización de estos actores sociales van a estar involucrados en su seriedad para atraer sexualmente a los consumidores, pero va a estar cambiando constantemente, derivado de lo que el cliente pida o lo que la *streamer* encuentre en una tendencia para generar más vistas, más dinero, y más fans.



Garza, Abril. (2024). *UNOS CALL OF DUTYS O QUE*. Twitch.

<https://www.twitch.tv/videos/2179102503?filter=all&sort=time>

Las identidades van cambiando a como el consumidor las vaya consumiendo, las formas e imágenes que se quieren representar; son modificadas a los aspectos que van teniendo éxito entre los usuarios/consumidores como lo dice Lipovetsky la *moda*. Entonces bien; si los medios de comunicación, y hoy en día el internet son influyentes en lo que vemos, implica que mediante este tipo de interacciones las funciones de cambio de información potencializan nuestra identidad a través de los demás, evidentemente el yo y el mi establecido por el sociólogo Herbert Blumer. Mediante estas 3 posturas determinadas por Blumer; ejemplificaré cómo se llevan a cabo las dos partes de esta nueva actividad hipermoderna, que con lleva al placer, las tres premisas principales son;

- Lo más importante para el consumidor es el aspecto del placer, que ocasionan estos videos o transmisiones. El acto principal es con el lenguaje, mediante un chat que influye para que la protagonista lo lea o sea visto y

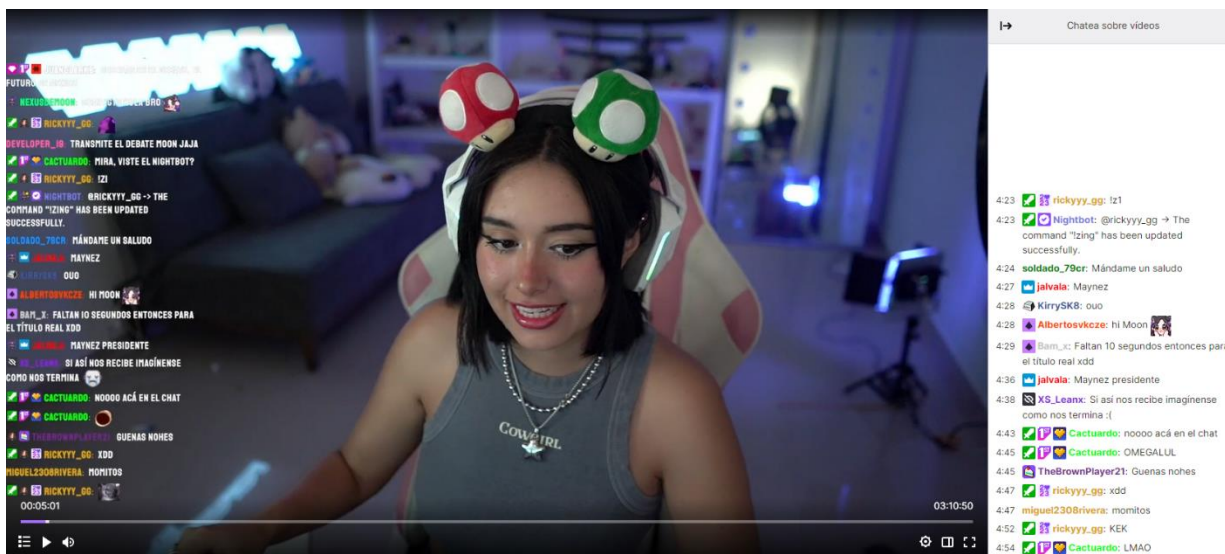
reciba una atención, esto conlleva a una serie de actos a lo largo de la transmisión, que como se mencionaba son de carácter efímero, y lo más importante es remarcar mi masculinidad. La *streamer*, genera espectáculo, ella se identifica mediante una importancia sustentada por la cantidad de personas que la están viendo en la transmisión. La importancia principal es; generar más consumidores y ser el deseo de más personas, ampliar sus seguidores.

- Es la satisfacción que me produce al tener una pequeña interacción con la protagonista, pero, para que esta persona te visualice, tienes que aportar tu moneda de cambio, y podrás recibir este aspecto. No está garantizado, porque, en ocasiones pasan por desapercibido. No obstante, si tu aportación es mayor o pasa de un estándar normal, la persona te leerá. Solamente la protagonista genera el placer, no le interesa el aspecto de interactuar, es prácticamente su trabajo, su empresa. Sin embargo, evidentemente es una consecuencia de la interacción, porque su vida se convierte totalmente pública, ella en las transmisiones comenta o va narrando su cotidianidad y ejercicios que lleva a cabo con las personas más cercanas. Debido a esto, esta comunidad de consumidores, saben perfectamente lo que pasa en la vida de la involucrada y se siente como parte de su vida, alientan en estar en ella, y pueden estar en una constante preocupación si ella está en problemas. Entonces, la interacción se lleva a cabo por parte de ambas partes.
- Los significados que el consumidor interpreta son tributarios a su masculinidad, y su sentido de superioridad al entender y ejercer un poder

sobre la persona creadora de este contenido. Siendo una persona superior e inclusive admirado por los del chat. Que los demás pueden replicar lo mismo, para crear un círculo de estas interacciones y consumo del cuerpo de la mujer en la era hipermoderna derivado a una edad moderna. A su vez, pasa lo mismo con la protagonista, eleva su o potencializa su ego, sabe que el deseo del consumidor va incrementando a medida en que ella se convierte más y más en la necesidad de los demás, por eso recurre a estar en constante cambio para tener más atracción y generar más vistas en su canal.

Se visualizan diferentes masculinidades, para reflejar y marcar mi género sexual ante los demás. Todo es entorno a un círculo, en donde mi sexualidad se refuerza para mí y para los demás. Una identidad tiene una sobre exposición, y es así mismo efímera.

Un ejemplo es cuando la participante crea toda una atmósfera de lo que quiere reflejar, para ser atractiva, un carácter común en este comportamiento es el infantil que puede conectarse a un fetiche de los consumidores, esta imagen femenina inocente se corresponde con una identidad masculina madura, que puede conquistar y proteger. Es decir, la *streamer* representa un personaje que tenga su contra parte en el consumidor: una mujer inocente, que es frágil y está en peligro, para que llegue la masculinidad protectora y con poder. Estamos viendo cómo la identidad del consumidor es definida desde el estereotipo opuesto complementario patriarcal. En esta captura se observa el modo infantil de la *streamer*.



Acevedo, Diana. (2024). *dormingo*. Twitch.

<https://www.twitch.tv/videos/2132449442?filter=all&sort=time>

Esto meritoriamente a través de tu monitor, celular o aparato que utilices para sintonizar estas transmisiones, puedes observar a la *streamer* entrando en personaje, en automático comienza a surgir estas particularidades; la voz, las *streamers* quieren hacer o formar una conexión de cierto modo empática; para que el consumidor logre entrar en un trance debido a sus fetiches que le logren más placer. Con ello, “La comunicación implica también una transacción o negociación de identidades” (Giménez, 2011).

¿Qué es lo que hoy en día se consume más? Obviamente la identidad apartando las diferentes cosas que las personas solicitan, la involucrada determina más lo fantasioso mezclado con otras culturas. El modelo de acción toma manos a la obra y empieza a entrar en *identidad de consumo*, si ya tenemos la parte infantil viene a continuación otro tipo de señales que marcan lo anteriormente dicho. El estilo de cabello es también una forma de llamar la atención, a modo de peinados o

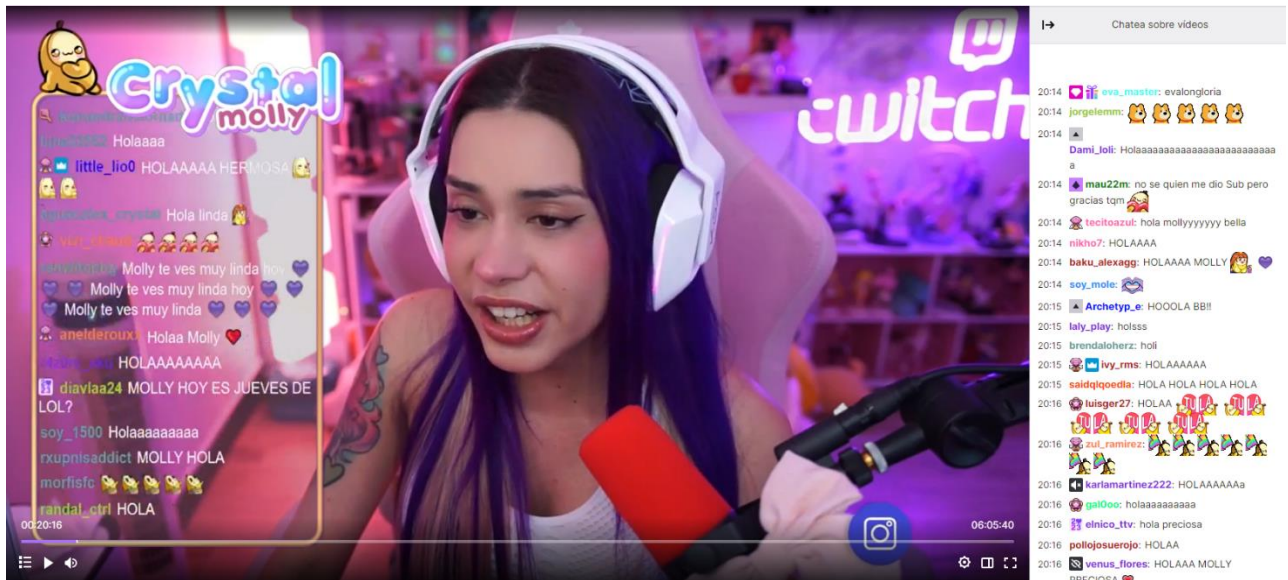
en su mayoría; pelucas de todo tipo, en donde su personaje aumenta o agarra más fuerza. Las necesidades de los consumidores son el principal factor, y el atributo económico para ellas. No obstante, las identidades según Giménez, 2011; pueden ser también colectivas, que todo un aspecto social se puede unificar en una identidad; pero “Nuestra identidad real resulta de la negociación entre ambas perspectivas, es decir, de la intersección entre identidad autodefinida e identidad reconocida” (Gimenez, 2011).



Molly, Crystal. (2024). *TRANSNOCHANDO No es una etapa mamá SOY EMO*.

Twitch. <https://www.twitch.tv/videos/2139310199?filter=all&sort=time>

Lo volátil que es el cambio de la imagen, o en este caso los rudimentos mencionados que hacen las protagonistas con el uso de estos accesorios para que sobresalgan y no siempre tengan lo mismo, el cambio de cabello, o más bien el uso de pelucas es muy usual.



Molly, Crystal. (2024). *Estoy muy loca wuuuu*. Twitch.

<https://www.twitch.tv/videos/2129661913?filter=all&sort=time>

Capítulo 3 - Cuerpo: El estereotipo de género y su construcción social, a través del formato de la plataforma Twitch.

A finales de los años sesenta del siglo XX, comienzan a asentarse racionalmente y de un modo más sistemático ciertos enfoques que consideran, desde diversos ángulos, las modalidades físicas de la relación del actor con el entorno social y cultural que lo rodea. A partir de ese momento, el cuerpo pasa a ocupar el lugar central de las cuestiones de las ciencias sociales. Así, Jean Baudrillard, Michel Foucault, Norbert Elias, Pierre Bourdieu, Erving Goffman, Mary Douglas, Ray Birdwhistell, Bryan Turner y Edward T. Hall, por ejemplo, frecuentemente se cruzan en su camino con puestas en escena virtuales, físicas o en forma de signos de un cuerpo que acapara cada vez más la atención apasionada del campo social. (Le Breton, 1992, pp. 16).

La identidad, en resumidas cuentas, va cambiando a las necesidades, o formas de consumo que se representan en esta época de la *hipermodernidad*. Pero, no solamente es la identidad; en el primer capítulo se menciona un tipo de estereotipo, que la verdad sería una cuestión de *formatos* esclarecidos para el cuerpo de la mujer. El cuerpo es fundamental; no solamente ya demarcado como un aspecto que muestra una peculiaridad; la idea en efecto es sobre como la *streamer*, llega a utilizar sus atributos sexuales, producidos, y modificados a expensas de ser el relieve que marque una ideología en la mentalidad femenina, para fomentar el placer, o al menos, mediante una múltiple extravagancia a lo atrevido como un objeto, y reproducción al complemento del varón patriarcal. Véase de esta forma,

como lo menciona (Esteban, 2013, pp 77). “Los objetivos principales del aprendizaje corporal de las mujeres son la reproducción y la seducción”. Un ejemplo de ello es; las imágenes de las mujeres desde el siglo XIX al XXI en las marcas de ropa, o más bien, en toda la industria de consumo que utilizan en el modelaje; que son estereotipadas, e incluidas a los *formatos* que se presentarán a continuación. Esto del *formato* lo manejaré como una categoría debido a que las prácticas que se realizan son virtuales; ya que, las interacciones sociales que se llevan a cabo en la plataforma *Twitch* son a través de ello, y reforzando lo que demarca un *vacío* en la sociedad del consumo; el cuerpo ya alterado a necesidades para lo digital, y cómo complemento a la red, o virtualidad. Solo hace falta que el cuerpo de la mujer este ahí presente para que los demás gocen del show.

Lo principal del *formato*; es el cómo debe ser el cuerpo de la mujer a su máximo esplendor, sobre las vertientes que existen, las necesidades que van a estar expensas de cada uno de estos ejes que escoja la mujer. Que se muestre de una forma excitante, algo que produzca placer al ver, que incite a las personas, despierte, o motive de esa forma, la esencia masculina de tener ese producto, por producto me refiero específicamente; a conseguir una múltiple atracción, lo que busca despertar el placer a través de la contemplación del cuerpo. En este caso, nuestros *formatos* de la mujer en *Twitch*, buscan la aceptación en lo que son tres vertientes para; la sexualización, lo erótico, sentirse deseada a expensas de perder todo lo que significa el cuerpo en realidad; por las mismas figuras que son impulsadas, o fomentadas; por la masculinidad estructurada radical de la hipermodernidad; que es la encargada de imponer aspectos de belleza en la

sociedad a su necesidades, y que la mujer debe construirse así en forma de; deseo, anhelo, consumir para sentirse identificada, que mediante de eso será bella ante todos; en pocas palabras; y reforzando lo mencionado en el prototipo del consumo en publicidad, e imagen a expensas de cómo funciona alrededor; que comienza con imágenes publicitarias, u otro tipo de actos;

El cuerpo de la publicidad y de la imagen está ligado en muchas ocasiones a la sexualidad, normativiza un determinado tipo de deseo (heterosexual) y presenta una definición de los papeles sexuales y sociales femeninos y masculinos que asocian la pasividad a las mujeres y la actividad a los hombres. (Esteban, 2013, pp. 80).

Ahora bien, las características que hay en las medidas de eficacia para la construcción del *formato*, y prototipo de la mujer. Habrá un tipo de ruptura en donde se crean tres aspectos. El primero es más *quirúrgico*; por lo que “Cuyo extremo estarían los tratamientos médico-estéticos y la cirugía estética en sí misma”. (Le breton, 2007, pp. 85). Por otra parte, la segunda, con base a una forma no tan alterada clínicamente, construida desde una *liquidez en inocencia*, a través de otros métodos; llámese dietas, ejercicios, y aparatos que ayudan a moldear el cuerpo de la mujer. La tercera; es propia de las nuevas esencias que existen en las aplicaciones, en donde la alteración es mediante una digitalización a un folklor, a una tendencia de brillo, de resaltar una acción de un falso reflejo, los *filtros*. Sin embargo, en una figura, son exactamente de una misma vertiente, que fomenta el

placer a los gustos del consumidor. A la hora, el usuario va a consumir lo que más le ayude para saciar sus falsas necesidades. Estos son unos ejemplos del primer *formato*; hay que dejar en claro que; los ejemplos anteriores son las mismas personas, pero, en cuanto a las identidades, como se menciona, son en cuanto a las debilidades que muestran para el manejo de ciertas inocencias, y detalles. Aquí es el factor productivo en el cuerpo, y su construcción, e incluso de una forma más transversal ¿De qué forma la plataforma *Twitch* genera dependencia por los cuerpos alterados de las *streamers* en relación con dinámicas de placer y consumo?

Entonces; el *formato quirúrgico* en mención, en definitiva, es lo que se viene a continuación;

El cuerpo es entonces sometido a un design a veces radical, que no deja nada indemne (body building, marca corporal, cirugía estética, transexualismo). Expuesto como representante de sí mismo, origen identitario manipulable, el cuerpo se convierte en afirmación de sí, puesta en evidencia de una estética de la presencia. No se trata ya de conformarse con el cuerpo que se tiene, sino de modificar sus cimientos para completarlo o transformarlo conforme a la idea que nos hacemos de él (Le Breton, 2007, pp. 25).



Camacho, Daniela. (2024). *Darkette vs Coquette*. Instagram.

https://www.instagram.com/p/C3IRYbOJ-Ud/?img_index=2



Garza, Abril. (2023). Con el cielo nublado ☁️💕. Instagram.

https://www.instagram.com/p/C0KQ26Jurg3/?img_index=1



Correa, Águeda. (2024). @. Instagram.

https://www.instagram.com/p/C8FWQf0xVVu/?img_index=1

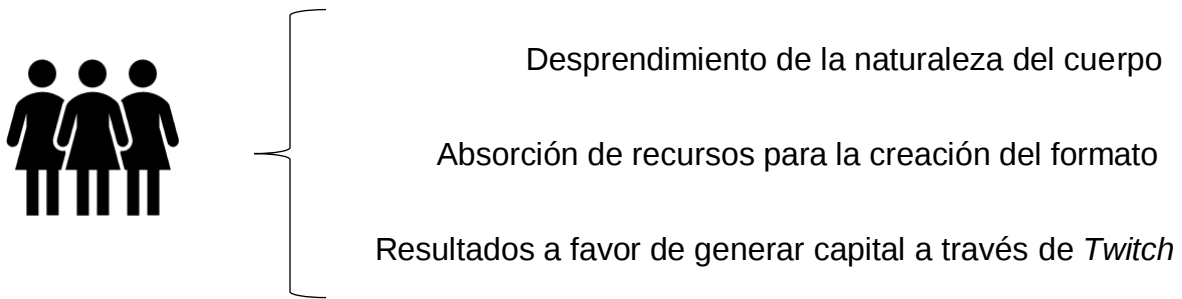


Esparragoza, Nao. (2021). <3. Instagram. https://www.instagram.com/p/CT-VbwWpN1M/?utm_medium=copy_link&img_index=2

Así pues, marcan la notoriedad del aspecto quirúrgico, fomentando una atracción por lo extravagante; lo extravagante puede ir aumentado por el nivel de conducción y capital que la mujer aporta para ella misma. Las *streamers* que van deteriorando la naturalidad de su cuerpo de esta forma, tiene las

mismas características en conjunto, o el *formato* es totalmente visible, e identificable. Véase de esta forma, usan una misma tónica, aspectos que son la forma de modelar, sensitivas, a expensas de las necesidades a un consumidor contribuyente de sus recursos; puesto que el *formato quirúrgico*, en donde es evidente que lo provocativo es totalmente lo sensual en aumento, y el despido de la naturalidad de las personas. Así como, “crear una identidad más favorable” (Le Breton, 2007, pp. 25). Por aumento quiero decir, a que la mujer incrementa partes en donde las atenciones sexuales van más de la mano, el busto, los glúteos, en retrospectiva, en donde será la herramienta fundamental de atracción, para que el halago, el reconocimiento y lo que más le importa a la *streamer* que es el dinero, lleguen. Al mismo tiempo, esto forma parte de una adicción; la adicción en complacencia a la evolución de lo que el *formato* se vaya adentrando en las tendencias sociales; la tendencia social es la forma de peligrar, y el potenciamiento de *modas adecuadas*, por eso el nombre de *formato* en los tres casos, es algo que se va adherir a la sociedad hiperconsumidora.

La hipermodernidad es la encargada, junto al proceso clínico, a que los individuos repercutan en sí, y en otras partes del cuerpo, no necesariamente las anteriormente mencionadas. Así pues, continuemos con estas formas, las que vienen, el *formato quirúrgico* es igual a;



Para ir sumando, y específicamente ver el cambio que se produce; es la forma tan particular de este *formato*; al tener este cuerpo, despiertan en el consumidor, en automático, la forma de apropiación, en como la ven, y la desean. Que hay que destacar que, este recurso satisfactorio hacia el morbo se presenta, o se dará, a través de la *streamer* en cuanto a deseo se refiere, por sus partes femeninas ya en su totalidad producidas al *formato de las cirugías*. En este ejemplo se puede observar el cambio;



Camacho, Daniela. (2017). *Traje de baño*: @officialsyndromestore código de descuento: danyancatsq. Instagram.

<https://www.instagram.com/p/BSwTS5CB6Ro/?hl=es-es>



Camacho, Daniela. (2020). *Amigos perdón que no he posteadado mucho, me daba penita subir fotos con mi vendaje 🙏 pero ya me estoy acostumbrando a él 📷🌸*.

Instagram. <https://www.instagram.com/p/CGLrfQjISab/?hl=es-es>

Formas en que;

El cliente elige, entre la gama de intervenciones, aquélla que llevará su rostro o su cuerpo a la forma que le conviene. Senos inyectados con silicones, modificados por prótesis o contruidos, rostro esculpido de diferentes maneras, labios remodelados por inyecciones, vientre o piernas liposucionadas, esculpidas, cabellos reinyectados, implantes subcutáneos para alcanzar las proporciones físicas deseadas. (Le Breton, 2007, pp. 33).

En efecto, un modelo de cómo las referencias, y repeticiones se tienen que seguir para que la mujer llame más la atención, porque si lo mencionamos de esta manera; es un requerimiento que la plataforma *Twitch*; te ponga una serie de reglas estéticas a lo que menciona para tener acceso, que tengas como limitante tu cuerpo para crear una cuenta en esta página web, y la misma fórmula se va repitiendo en las mujeres. No obstante, a la par, si va a estar transmitiendo este mensaje, el tener esta figura es esencial para las vistas; las construcciones de diferentes tipos, o léase mejor como lo menciona (Muñiz, 2021, pp. 97), de cuerpo *ginoide*, que estas ginoides imponen formas de interacción, modos de relaciones sexuales que no solo materializan a los sujetos de género, sino que objetivasen a la feminidad.

Esto para ser más específicos en cómo es la forma ; difícilmente se puede observar otro tipo de cuerpo en el formato número uno , que los altos mandos, o las más populares, por así decirlo; en esta plataforma en cuanto a mujeres nos referimos; obviamente el cuerpo es totalmente para el beneficio, salvo que alguien de en verdad le interese ver estos videos por la forma en la que juegan videojuegos;

pero sin duda por cómo se va recapitulando la información y las imágenes, eso es totalmente lo contrario, porque es lo mínimo que manifiestan los consumidores. Las *streamers* tienen todo construido para que se fijen en su aspecto, y cuerpo. Un buen ejemplo es lo siguiente, antes de profundizar al formato dos;



Garza, Abril. (2021). *Hay un huracán llegando donde ando y solo puedo pensar en el audio de MIS AHORROOOOOOS MIS AHORROS HAHAAHAHAHA*. Instagram.

<https://www.instagram.com/p/CTH8iWhgi9D/>



Azuaje, Daniela. (2022). *Buenos días por la tarde* □ comenta Daniela letra por letra. Instagram. https://www.instagram.com/p/CjEGkiKgLS8/?img_index=1



Mich, Bad. (2024). No sabía si subirlas Jajajaja pero están bonitas así que

💎💖🎮MX. Instagram. https://www.instagram.com/p/C9lhzAbR_z6/?img_index=2

En suma, estos ejemplos de las imágenes aportan más a lo mencionado por Muñiz (2021, pp. 97). “Estas ginoides imponen formas de interacción, modos de relaciones sexuales que no solo materializan a los sujetos de género, sino que objetivasen a la feminidad”. Ahora esto, la forma en como la ven, la desean, como se van apropiar de ella, que hay que destacar que este aspecto ya no es privado, a lo que me refiero es; la forma de placer que en este recurso es la satisfacción efímera de la visualización en donde hay otros usuarios; es decir, el morbo se presenta, o se dará, al placer de estar en una constante visualización a la mujer, y su forma erótica, y todos los que están en la emisión sabrán el cómo me expreso, y el que siento, a través de la *streamer* en cuanto a deseo se refiere.

Entonces bien, las figuras bien potencializadas concluyen en la manera de su construcción. Por otra parte, tenemos el segundo *formato*, *formato de liquidez de inocencia*. En esta vertiente de consumo, las atracciones que existen, pueden ser el fetiche de mantener lo joven, a través del cuerpo de la mujer de la *streamer*. Si bien al mencionar que estas personas, no buscan la producción como en el anterior formato, quieren mantener la inocencia en un cuerpo estéticamente descriptible de una edad más adolescente, con los materiales que les ayuden a tener este objetivo. Es decir, el estar en una fundamental sobre su juventud, que despierte el deseo fetichista, del no tener un desarrollo tan marcado en los atributos reproductores de la feminidad, y que se ha ampliado en un mercado sumamente importante, añadida a otra vertiente de *moda*. Que más bien, la *moda* también va a permitir el abordaje de este *formato*, e identificable, como una normalidad; al ver totalmente una esencia común en esta forma de consumo en la inocencia de la *streamer*.

Este consumo ha ido en aumento derivado a que, se crea un acobijo del hombre, busca la protección de la mujer, la encuentra tierna, indefensa, y que el pensar de la masculinidad en ese momento; pretende que va requerir de él, hasta que su fetiche se lo permita, y la mujer va estar en una constante, como lo menciona (Le Breton, 2007, pp. 32). “en eterna búsqueda de una encarnación provisional”. El *formato de liquidez de inocencia*, pretende esto. Véase estos ejemplos;



Garza, Amairani. (2021). *Y si la ves caminando por ahí* 🐼 🌸 ♀. Instagram.
<https://www.instagram.com/p/CSX7Hr1rKs/>



Garcia, Natalia. (2024). Pasa la rutina q soy una masa aún. Instagram.

https://www.instagram.com/p/C8abptVu93K/?hl=es&img_index=3



Yuuki, Elizabeth. (2022). 🧡🌟. Instagram.

https://www.instagram.com/p/Ce9uTe4upvP/?hl=es-es&img_index=2



Rouda, Conie. (2022). It's summer somewhere. Instagram.

<https://www.instagram.com/p/CdCWgL7MP6/>

En el (capítulo 2), se reconoce la inocencia de la mujer como un llamado de atención a los protagonistas del video, a que sientan esta forma de atracción para que en sus particularidades desprendan un modo de satisfacción incomprensible. Pero, la identidad puede variar en cualquier tipo de *formato* preestablecido; acá es totalmente el cuerpo, a los mismos beneficios que el anterior. La *liquidez* de este *formato*, con las múltiples identidades, compensará totalmente el porvenir de esta *streamer* en función de la página *Twitch*. Por añadidura, el complemento es la extremada disciplina que conlleva a las herramientas para tener este cuerpo, se mencionaba anteriormente, que lo más adecuado a los modos de creación son totalmente partícipes a las incesantes herramientas que hay para moldear el cuerpo de esta manera;

Tenemos a nuestro alcance miles de productos alimentarios diferentes, no todos dirigidos a adelgazar, y las tecnologías y las dietas han proliferado muchísimo. Por último, en torno al ejercicio físico existe también toda una industria: desde ejercicios, aparatos, técnicas diversas, vídeos de famosas animándonos a hacer tal o cual deporte, hasta ropa para hacer ejercicio y tratamientos acompañantes. (Esteban, 2013, pp. 86).

En efecto, existen tantas formas de obtenerlo, que, en automático, estas prácticas pueden estar al alcance de cualquier persona. Aunque, si hay una limitante como lo es el dinero; pero el cuerpo de la mujer suele en cuanto en el mundo del espectáculo, o en el modelaje, y ahora en *Twitch*; potencializarse de esta manera, y creer que es totalmente influyente para su persona ser de esa forma; es un parámetro de inversión como se menciona de la siguiente manera; “Para las

mujeres, como veremos; una forma de conseguir dinero, protagonismo y poder, de entrar en un mundo de glamour y riqueza, que se traduce en redes de poder e influencia” (Esteban, 2013, pp. 110). Ahora el mundo del glamour es esta página, los otros medios se han quedado atrás, y el contexto cibernético es el pilar en todo el consumo que se lleva a cabo en el cuerpo de la mujer.

El formato se va actualizando constantemente como si fuera una máquina, esto no es eterno, abra más productos que le llamen la atención y seguirá en constante permanencia, hasta que ya será desechable, y si, que necesite una nueva fórmula para ello. En cuanto a actualización también se refiere; el tercer formato; el *formato de filtro* es un desprendimiento, o más bien, el simular algo de aparecía a través de la tecnología, es un relieve muy importante. Estamos acuñados a que en las plataformas se nos facilite este tipo de veres, y aún más; las mujeres cambian así mismas con estos retratos alterados al engaño de la audiencia. A lo que es igual, “En relación con la estética, los maquillajes y el cuidado de la apariencia, se constata que cada vez hay más recursos de todo tipo que llegan a personas muy diversas” (Le breton, 2007, pp 85). No obstante, los otros dos *formatos* anteriores, pueden sumar este formato; para convertirse aún más en el simbólico de lo común hoy en día. Reforzando que las técnicas, van al mejoramiento sin cesar a expensas de lo mencionado; a estar en una constante transformación. Entonces la *streamer*, es una herramienta virtual productora a las inquietudes de la sociedad, es solamente eso, decodificado a las normas y pautas que marque el *consumo* en la *hipermodernidad*, en retrospectiva; vivaz productora a un desecho por lo que la *moda* pueda crear después, la mujer *hipermoderna* es una cambiante que se va desechando a solo

expensas de eso, no tiene otro motivo, que el siguiente; en un reflejo involucrado a un cambio constante, e incluso bipolar; que se puede asimilar en un modo de reciclaje. Los formatos, son reciclados y mejorados entre sí, a pauta de la inconformidad visual del consumidor en la plataforma Twitch. Véase los siguientes ejemplos del último formato;



Rouda, Conie. (2024). Este nuevo look se va a quedar por mucho tiempo □.

Instagram. https://www.instagram.com/p/C7KhVHsx3Ny/?img_index=1



Paula, Ana. (2023). Historias que me gustaron ♡ Instagram.

https://www.instagram.com/p/CoYb1Z3O6t0/?img_index=1



Nekakill. (2024). ❤️🌸. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C6r6lzPLgL2/>



Palami, Vicky. (2024). *camino a comer sushi tú que tal?* 🤔. Instagram.

https://www.instagram.com/p/C6Floz-PHmF/?img_index=1



Mich, Bad. (2023). ¿Ya viste mis historias? 🤔💅. Instagram.

https://www.instagram.com/p/CuxA-kvO_JQ/?img_index=2

Al tener la descripción de los tres *formatos*, hay que hacer notar, o hay que destacar el abismo en el que nos adentramos en estos videos; el fomento a lo erótico es

notorio en todas partes, las imágenes que he usado anteriormente; son las mujeres que tienen más seguidores, más visitas, y las más famosas a través de las redes de *twitch*. Pero ¿Cómo es el fomento a lo erótico de cuerpo? Recapitulando, ya se había dicho sobre lo que vendían las mujeres en la página de *Twitch*, la infinidad de saludos, bailes, y otro tipo de cosas, que al mencionarlas aquí de esta forma podrían causar una confusión. Entonces, lo importante es ver cómo; tienden a ser; en cuanto a unos detalles más explícitos; la imposición de la mujer como un objeto de deseo, que intenta solamente reflejar la erotización de aquella persona, a disposición que la respuesta importante de la mujer *streamer*, no es mediante mensajes de texto en el chat de la página *Twitch*, o algo por el estilo. La mujer *streamer* contesta, o responde al consumidor mediante su cuerpo, y esta forma de deslumbrar a través de esta comunidad. No tiene otra catarsis que solamente el de fijar el movimiento solicitado, la sobajes fomentada para la atracción sexual. Por lo siguiente, iré describiendo cómo participa el cuerpo en estas articulaciones; con la finalidad de que esta exposición no sea una delimitante alguna para el análisis, si bien es cierto como lo menciona Le Breton (2007, pp. 23) “Su relación con el mundo se da a través del cuerpo”. Si la relación de la que se menciona es de esta forma; podremos detallar cómo se lleva a cabo una comunicación sistemática producida por muchas formas; con el fin de poder observar algunos comentarios de carácter, o mediaciones que propician incluso actos violentos, que solo lo que hacen es dañar, o complacer mis necesidades imponentes a un comportamiento atroz.

En este capítulo, es incuestionable que, las formas de construcción que se realizan para determinar las figuras, a las disciplinas que se someten las mujeres

para que logren su línea perfecta, su reconstrucción a lo que el desprendimiento del cuerpo natural se va modificando a perderse en algo que, por una cuestión incluso cultural, ya es totalmente una tendencia. La belleza implica el tener una suma de perfecciones a volúmenes de una creación en cada momento único, el *doble art*. En pocas palabras, de la siguiente manera;

El doble art al extremo esta lógica que convierte abiertamente el cuerpo en material de un individuo que desea reconstruirlo a su antojo, según modas de creación inusitadas. (Le Breton, 2007, pp. 32).

Estas menciones solamente por la inclinación a la repetitiva forma en la que las mujeres solventan todo lo anteriormente mencionado. A continuación, veremos las ataduras que tienen estos videos de la página *twitch*; como manejan su cuerpo las emisoras de este producto para obviar lo que están vendiendo; cada día, que totalmente se beneficia a una masculinidad, regida por una estructura dominante, en lo que es;

En una cultura de género como en la que vivimos, dicotomía, jerarquizada, patriarcal, y androcénica, en la que se mantiene la idea en la que el cuerpo puede ser controlado a través del poder que la mente ejerce sobre la materia, refuerza las relaciones de poder entre sexos. (Muñiz, 2021, p 105).

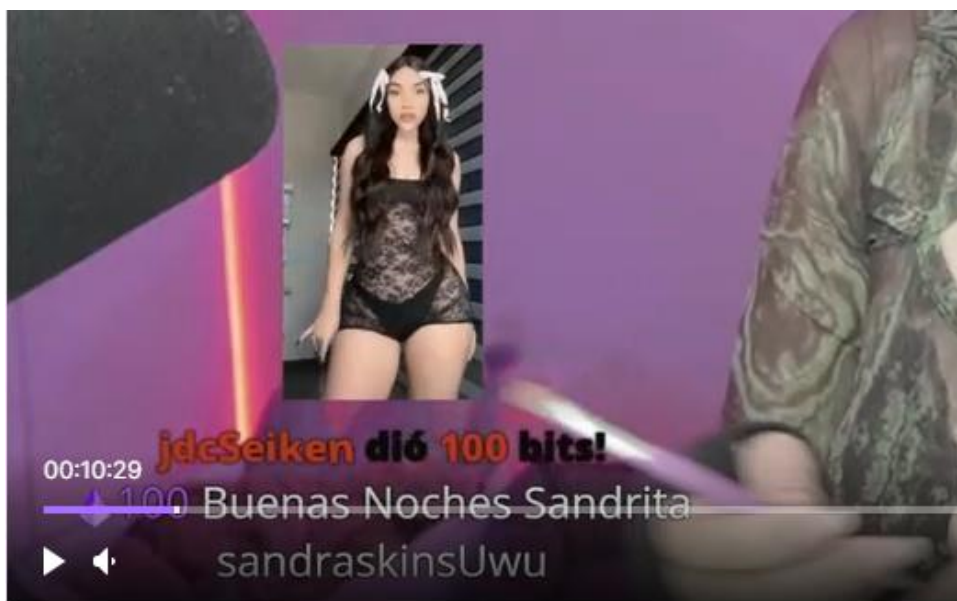
Ahora sí, empecemos con un ejemplo de cómo utilizan la erotización para la vista de los demás; las *suscripciones*. Tienen como objetivo recibir solamente actualizaciones de la página de la *streamer*, contenido exclusivo en el cual solamente pueden participar los que tengan esta contratación; la durabilidad es dependiendo a lo que tu hayas pagado, es decir, puedes pagar los meses que sean necesarios para tu beneficio. Al adquirir este manejo de información, la mujer en *Twitch*; entrega totalmente la inclinación al mensaje; ya sometido antes, el cuerpo como valor a cambio;



Acevedo, Diana. (2023). *cambio más de set up que de calzones (este ya es) xd*. Twitch. <https://www.twitch.tv/videos/2117520439>

La imagen que aparece en el video involucra al cuerpo y una total y plena erotización como lo es en este ejemplo, la toma de la fotografía es una toma en cenit, en los gestos se puede apreciar, la forma en que los ojos tienen una forma provocativa; los labios los muerde en una forma en diagonal; al estar de esa forma acostada, aumenta el volumen de su busto que se puede observar con el tipo de escote que tiene la *streamer*, en donde es un hecho que esto es totalmente fundamentado, para

aumentar el deseo sexual de los consumidores, en donde, esta imagen aparece cuando obtienen su suscripción, o de nuevo una reinscripción.



Skins, Sandra. (2024). LES PRESENTO A MI NOVIO <3 - Hoy jugamos Bonez !bonez. Twitch. <https://www.twitch.tv/videos/2162349685>



Azuaje, Daniela. (2024). HOLA 🐾💖. Twitch. <https://www.twitch.tv/danielaaazuaje>

De igual manera, este tipo de imagen representa un baile en donde, es muy notorio que las formas de retribución son de acuerdo, o proporcionales al recurso que obtuvieron. Sin embargo, estas acciones de las *streamers*, también lo pueden protagonizar ellas para su beneficio, solo estas, son modalidades que también están sujetas a los múltiples procesos para la satisfacción; para la atención, porque esta atracción es la que hace que las personas heterosexuales quieran expresar su masculinidad. Si bien es cierto que, una forma de respuesta son los comentarios, que a continuación se encuentran en los chats; llegan a ser brutalmente agresivos sobre el cuerpo, en cuanto a la figura humana femenina, una total apropiación a lo brusco que marca un hostigamiento incómodo que la *streamer*; puede llegar a pasar por desapercibido, u omitir.

Sin duda alguna, va a ser notorio, que tienen que seguir con su porte, o si lo vemos como un tipo de espectáculo. En estos, habrá personas que te van a estar idolatrando de una manera, alagando, disfrutando y contemplando como si fueras totalmente una deidad postrada en una figura misma mediante su cuerpo expuesto dentro del canon del erotismo, ya mencionado, y que se va ir construyendo de múltiples formas innovadoras que conoceremos a continuación. Por otra parte, en donde los discursos van a cambiar; será el momento en donde los ataques se harán presentes, se resaltarán lo atrevido que son estos comentarios en donde su postura es altamente, o detallada en algo obsceno. Lo morboso que resulta el cómo contemplan las partes femeninas de las mujeres que crean este contenido.

Ahora bien, el cuerpo va hacer totalmente pro capital e individual para el beneficio del placer, y repercute en el mismo sistema y estereotipo impuesto por la

sociedad patriarcal. Como lo vemos, o como lo observamos mediante una cuestión de placer, ya es natural que las mujeres que hacen estos videos sigan los estereotipos clásicos implementados por el sistema capital, forman parte de un mismo ciclo que se va a repetir sin importar las agresiones que puedan recibir sobre su cuerpo.

Existen comentarios que pueden ser determinados como atributos muy agresivos, marcados sobre lo que traen puesto, y como este detona su cuerpo. Insinuaciones al aspecto sexual, de múltiples formas fetichistas que solo muestran una acción totalmente exagerada de lo que quieren hacer con el cuerpo de la *streamer*, y todo esto se puede observar en los videos en *Twitch*. Ante esta sucesión, se van reforzando las estructuras que aun predominan en nuestra sociedad, mal enajenada, mediante un sin fin. Es decir, que la edad de la hipermodernidad solo cambia los modos en los que las cosas innecesarias o el consumo en sí, se van a transmitir a través del capitalismo asociado a una emergente rama de nuevas formas en donde el internet se incluye totalmente. No sin antes mencionar que “Los cuerpos femeninos transmiten por lo general fragilidad y sumisión” (Esteban, 2013, pp. 83). En esto establecido, intervendrán en los siguientes comentarios; la cantidad que se inmutan en estos mensajes es sumamente amplio, en consideración propia, las siguientes imágenes solo son un pequeño detalle, o contexto que surgen a través de los usuarios.

bydark_9: Xddddddddd

itsrapalodc: A como te huela y sepa bebé

  anthonyb88_p:    
 

  mangel_x9: HOLAA SANDRA FELIZ CUMPLE

 jhoseptt: Patas patas

 lorenzo_mach: No las laves. Dámelos así

16:16   mangel_x9: CON MUGRE MAS RICO



16:17   LeoSkins23: @jdcSeiken wenas manito  

16:19 jorvillar87: Sandrita mata pasión

16:19   SuperCell_CR_Zleg: Es el sazón Kappa

16:21 silvaana4:   

16:21   omarplay1401:    


16:22 conejodienton2: Esque luego no lavan sus tenis y se impregna el olor

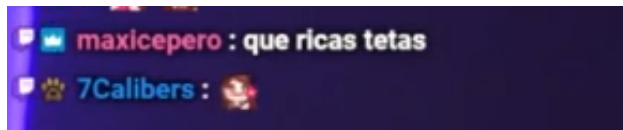
16:22 DestroyerDR:    

16:22  derloholkiu: q fechiteche extraño

16:23 penedobladoog: SANDRITA QUE FUE TE MORDIERON EL LABIO LA PARTE IZQUIERDA? PORQUE ESTA ROJO

10:09  swisbanana: chichis   


12:59 Rafoox: Que grandes



2 LeoFv35: aaa no ya estoy llegando al
extasis MECORRO

Todos estos comentarios corresponden a las siguientes *streamers*, Correa Águeda, Acevedo Diana, y Garza Abril, recuperados de los siguientes videos; <https://www.twitch.tv/videos/2192981949> , https://www.twitch.tv/arigameplays/clip/GoodDifferentTortoiseSquadGoals-mLTcY3yNZ41U_BQG , <https://www.twitch.tv/camilakisara>

En cuanto a esto, la relación del cuerpo en la producción; junto a los momentos incómodos en donde se observa lo antes mencionado, en cómo se rompe el papel totalmente de una idolatría, o una admiración. Al mencionar la admiración la autenticidad del consumidor entra en un proceso de selección a interés en definitiva a un cambio, al cómo me puedo adherir a esto, y como es que la identificación de esto, será una parte importante de cómo se envuelven; por la dinámica que se genera entre el cuerpo de la mujer y el consumo de ella ya plasmado en un individuo.

Ahora, como complemento; la producción de cómo se va creando el cuerpo de la mujer en lo que se refiere, ya detallado a los *formatos* mencionados, para una forma de consumo, en la edad *hipermoderna*. Compuesto por ciertas formas y estilos en los cuales; las representaciones simbólicas muestran parámetros

explícitos de exclusión e inclusión entre los miembros de la comunidad, se trata de diferenciarnos según lo lejos o cerca que estemos del cuerpo en vista del *formato*, es el cuerpo ideal al que todos quieren llegar a diferencia del que tenemos por naturaleza, dada las prácticas socioculturales.

Recogiendo lo más importante, y viéndolo de esta manera; la élite, y la industria ayudan en este caso, es la innovadora, la creadora de las muchas herramientas que van ayudar a nuestras participantes a crearse a sí mismas como impulsoras de su propia empresa para innovarse, adaptarse al mercado; un mercado laboral mediante al que nos podemos referir o tratar; en pocas palabras, van vendiendo su cuerpo. Se puede obviar que la publicidad es una percutora, impulsora, creadora de toda fundamentación que sea atribuida en cuanto a las imágenes constantes de la mujer; claro, derivado a un consumo implementado día con día. Ahora en esta edad, se hace un cambio; las *streamers* son las nuevas modelos; totalmente fomentado por la *moda*, y el cuerpo, es evidente que se debe tomar en cuenta, como la vista de factores normativos que;

Habitualmente se piensa que hay una separación radical en la sociedad en general, y en concreto en la moda, la publicidad y la industria de la imagen, por lo que los hombres ocuparían los espacios de «dominadores», imponiendo y manteniendo unos determinados criterios, y las mujeres de «dominadas». Sin embargo, esto no es así, sino que todos, hombres y mujeres, estén en el nivel que estén, participan activamente en la creación y mantenimiento de unos modelos estéticos y comerciales y unos sistemas de valores bien definidos (Esteban, 2013, pp. 111).

Nuestro cuerpo es una expresión, una fuente, que en todo momento puede ir cambiando, respecto a las prácticas que se llevan a cabo en diferentes culturas, o subculturas a las que pertenece la persona. Esto es un resultado natural del sujeto, nuestro cuerpo forma parte de un espacio, en el cual se va construyendo a través de la identidad de la que formamos parte. Una de las razones por las cuales la importancia de este capítulo es; destacar lo que en verdad se construye con el cuerpo de la *streamer*, retomando lo que menciona (Le Breton. 1990, p 18) “El cuerpo funciona como un límite fronterizo que delimita, ante los otros, la presencia del sujeto. Es factor de individuación”.

Mejor dicho, esta frontera va a servir para crear un ambiente estructurado en función de una estética en una imagen determinada que es; totalmente creciente para las participantes que van a reproducir estas características para llevar a cabo las mismas producciones figurativas. La idea central es; el modo, el factor del cuerpo como actor individualista, va a funcionar en el consumismo principalmente como múltiples acciones fundamentales para que el cuerpo de la mujer que se quiera adentrar a esta industria funcione.

Que pueda entrar en el campo laboral sin importar lo demás, en cuanto a campo laboral; es referente a crear videos en la plataforma *Twitch*. Más bien las imágenes sociales que se han producido a lo largo de la historia, marcan características muy particulares en los cuerpos, pero hay sesgos o pautas en lo que detonan hacia como es estereotipado el cuerpo humano, más el cuerpo de la mujer. Como lo menciona (Esteban, 2013, pp. 50) “Que lo corporal no es nunca natural, sino que siempre es construido social y políticamente”. Entonces las conductas se

van a transformar, la información que recibimos por parte de los símbolos que nos acuñen en nuestra cotidianidad, destinados o reflejados con ciertas características muy determinantes para el consumo del cuerpo, son formas representativas a una sola imagen, a un solo cuerpo, el cual se va a encargar de incentivar al hombre, y a transformar a la mujer en un prototipo perfecto para que se logre mercantilizar y se utilice como un objeto de placer. Así mismo, esto nos da pauta a lo que será el siguiente capítulo de esta investigación; si ya se encontró las formas catalogadas anteriormente establecidas, y que una de las cosas importantes sobre este comportamiento de la mujer es que mediante su cuerpo responde al consumidor; las relaciones de poder, y dominación no se quedan atrás. La *streamer* no es identificada a través de la palabra, la *streamer* es identificada por la forma de respuesta con su cuerpo bien producido a uno de los tres *formatos*, que forma una sumisión que atrapa al consumidor.

El cuerpo se ha vuelto la prótesis de un Yo en eterna búsqueda de una encarnación provisional, que asegure un rastro significativo de sí; innumerables declinaciones de sí mismo en el follaje diferencial del cuerpo; multiplicación de las escenificaciones para sobre significar su presencia en el mundo. Puede repercutir una forma en la que se ven sumamente sexualizada, que lo único es que; refuerzan el estigma de la mujer como un objeto de deseo mediante el cuerpo. A vista de esto, vamos interpretando o recibiendo un cierto tipo de información de cómo construir, o como se construye un individuo mediante aspectos familiares o socioculturales.

La sociedad juega un papel importante como lo mencionaba anteriormente, derivado a una interacción simbólica. La interacción simbólica nos permite ver este efecto, o en este caso, sobre como la imagen del cuerpo de la mujer va repercutir como una forma de consumo a beneficio en cuanto el hombre como consumidor, y la mujer como un estereotipo derivado de la edad hipermoderna. Aunque en el capítulo anterior se había hecho lo mismo sobre como juega un papel importante la identidad y el consumo de ambos factores involucrados, el cuerpo de la *streamer*, es lo fundamental para lo que ella va a vender; eso se va a comunicar entre las mujeres que quieran entrar en esta página y van a replicar el mismo factor. ¿Por qué replicar el mismo factor? Junto con la vestimenta, lo sexual es lo que va a aumentar las ganas de deseo por parte de los espectadores, las limitantes en cuanto que las *streamers*, solo hacen ciertas cosas; hacen que los deseos crezcan más y aporten más dinero para ellas.

Las imágenes plasmadas alrededor de la interacción que tenemos día a día. Es decir, existe una forma o formas únicas del cuerpo que son consumidas que atraen a las personas que son derivadas, y postuladas, en este caso, o los más sobresalientes por formas patriarcales que son atribuidas sexualmente para el placer masculino, y repercutido por la mujer que se expande en la comunidad misma, esto provoca que; exista una complejidad al tener este mismo aspecto para tener una aceptación.

Estas modalidades o faces que ha tenido el cuerpo, son totalmente postulaciones que las marcas o las grandes empresas han generado para producir capital, e influir de forma directa; para sus necesidades e intervenir en la sociedad.

El formato se va actualizando, como también la pauta del poder en la mujer, constantemente como si fuera una máquina. Por eso, estos dos formatos pueden hacerse obsoletos a medida que la *hipermodernidad* vaya cambiando, en cuanto el mensaje sea diferente, los modos se direccionen a otros lados. Ese es en total un factor, los consumos van a cambiar, el placer va ser igual de efímero, pero los placeres impulsados a una constante perversión a la dominación estarán ahí presentes. La *hipermodernidad* no genera conciencia de lo que está pasando, solo pone en plano la *moda* y la va cambiando. El cuerpo será efímero en cuanto a placer, cuando una nueva vertiente esté, eso se consumirá, y reforzará la dominación que hacen los consumidores.

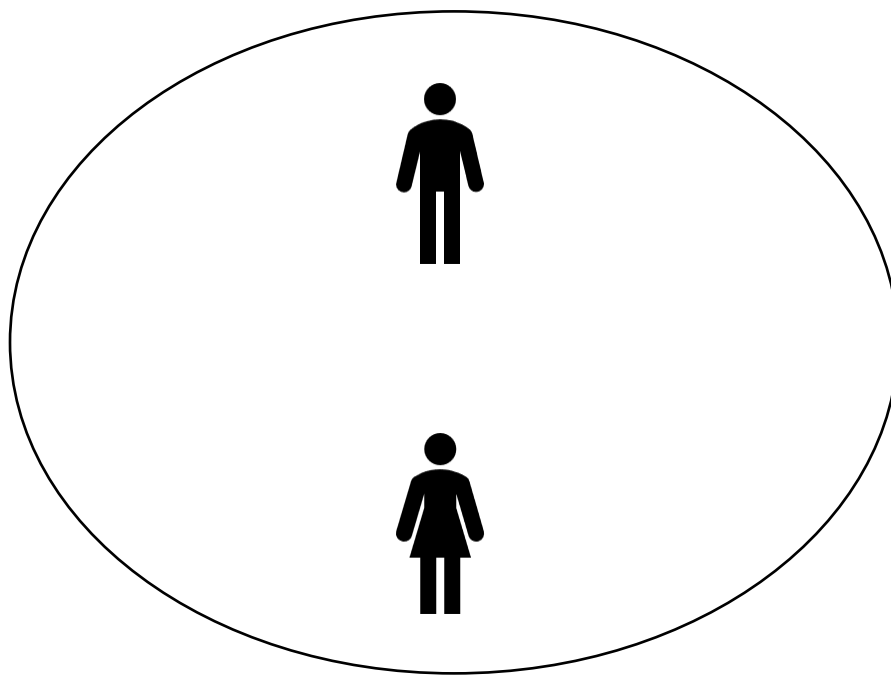
Capítulo 4- Poder, dominación masculina, y formas en cuanto a la comunicación, y la constante, regida a la streamer.

Por «poder» suele entenderse la siguiente relación causal: el poder del yo es la causa que ocasiona en el otro una determinada conducta contra su voluntad. El poder capacita al yo para imponer sus decisiones sin necesidad de tener en consideración al otro. El poder del yo restringe la libertad del otro. El otro sufre la voluntad del yo como algo que le resulta ajeno. Esta noción habitual de poder no hace justicia a su complejidad. (Chul-han, 2005, pp. 7).

Este es el siguiente fenómeno, lo garrafal que se puede observar ante el comportamiento bien implementado a expensas de una orientación en la estructura patriarcal, como anteriormente se mencionó. Este capítulo se acuñe a las formas que se presentan, las formas que nacen, en cuanto al *poder* en su capacidad, y manifestación total se refiere; en la relación de los dos factores, que son sumamente dependientes de sus actos, para que las formas de *poder* se incluyan en figuras de rigor en la plataforma *Twitch*, y sus involucrados. Si bien es cierto que “Cuanto más poderoso sea el poder, con más sigilo opera” (Chul-han, pp. 7). Antes de desglosar todo este fortuito de ejercicio, que tiene solamente como objetivo ante la edad en la que nos encontramos, de involucrarnos a una falsa necesidad, que lo único es que; la reproducción del *poder* incrementa por esta práctica, en una era completamente vacía a términos de Lipovetsky. Es elemental agregar los aspectos, incluso históricos de la relación de los sexos. Porque de este modo emerge la inconciencia

que ha existido como el sexo femenino en modo de represión con el hombre, y como se menciona en el capítulo 2; en cuanto el ver a la mujer con matices de inocencia, que el cuidado de ella, es un movimiento masculino, el cual es partícipe de la sociedad, desde cuánto un análisis a los contextos que han surgido cómo, por ejemplo; *modernidad*, *posmodernidad*, y, ahora bien; *hipermodernidad*. Antes de hacer una desmetilación; a lo que ¿Cómo el poder se involucra a la plataforma *Twitch*? ¿Qué tipo de *poder* figuran en cuanto al consumidor y la *streamer*? Empecemos con la notoriedad; que involucra a contextos anteriores a la edad de la hipermodernidad, en donde la fragilidad de esto como sociedad repercute hasta hoy en día. En esta medida, el modo de seguir trabajando las siguientes definiciones; en cuanto al elemento del control que hay que conjugar a expensas de saber las relaciones, o definiciones de *dominación*, y *poder*, pero inherente a una explicación; sostengo que la palabra, y definición en cuanto a un contexto histórico de; la *dominación*, se cataloga en “mecanismos históricos responsables de la deshistoración y de la eternalización relativas de las estructuras del sexo” (Bourdieu,1998, pp 8). Si, en medida a un hecho establecido que no se ha roto en cuanto a sexos nos referimos. En cambio, el *poder* se construye en un imperativo más a los siglos XIX, XX, XXI; a los comportamientos que son sucintados en donde “hablar de poder es hablar de control” (Van Dijk, 2006, p 10). Sin embargo, los dos pueden causar confusión ante una similitud. Pero, el poder influye en otros modos, y categorías que revelan las formas, y dinámicas que están envueltas, las partes en juego. Ante lo establecido, comenzaré con *dominación*.

En el ejemplo que sigue se puede observar cómo ambos sexos se inscriben en un círculo que representa la estructura simbólica de significación social. En dicha estructura, el hombre aparece asociado a una posición de superioridad determinada por factores históricos y reforzada simbólicamente: *“el movimiento hacia arriba está asociado a lo masculino, por la erección o la posición superior en el acto sexual”* (Bourdieu, 1998, p. 20). A partir de la anatomía de los cuerpos, se producen significaciones diferenciadas: lo femenino se vincula con la pasividad y lo masculino con la actividad. La idea del diagrama es mostrar cómo este ciclo de significaciones se ha reproducido en distintos ámbitos sociales y culturales, influyendo en las prácticas y en la manera en que los individuos se reconocen como sujetos atravesados por la sexualidad.



Ahora bien, en contribución con lo siguiente, y el hecho de que; la hipermodernidad sigue en la implementación de estas formas de dominación, no hay un sesgo en el contexto que no se pueda observar cómo no hay una continuidad. En las medidas, el contexto así lo determina, por eso la división tan ejemplar de esta con el poder. Lo que es una detonante de la dominación puede ser expresado a través de la violencia. Violencia que, cuando se presenta, es fomentada por “La justificación natural de la diferencia socialmente establecida entre los sexos” (Bourdieu, 1998, pp 24). En pauta de estos círculos, por qué; la página de internet *Twitch*; se adhiere a una significación similar a las instituciones, precursoras cómo lo es; la iglesia, la familia, y otro tipo de religiones, o también véase de esta forma; la herramienta, en donde se van remarcando las mismas tradiciones patriarcales sumisas de la mujer. Despierta en el instinto femenino; la *dominación* patriarcal en la *streamer*; la intención social de seguir con estas prácticas, inhabilitando una concordancia por parte de las personas que son las involucradas, para que estos sistemas terminen. En definitiva, la páginas web twitch, revisadas fomentan el patriarcado dominante, que ha sobrevivido todos los años, en el cual, se visibiliza a la mujer para el uso del hombre en una forma sexual, y hoy en día; es erotizada.

La iniciación a la *dominación* es fundamental para que existan este tipo de mercados en internet, y en sí, un producto consumible, que solamente es la misma violencia entre sexos. Es decir; *Twitch* ante la edad de la hipermodernidad, es una plataforma que fomenta, y es meramente solo un disfraz; que solamente refuerza una nueva modalidad, en otras palabras, las instituciones tradicionales se hacen un lado para que la tecnología tome su lugar de fijador en cuanto a *dominación* nos

estamos refiriendo, evidentemente; incluido a la sociedad, esto es lo que tradicionalmente forma parte cómo;

El orden social funciona como una inmensa maquina simbólica que tiende a ratificar la dominación masculina en la que se apoya; es la división sexual del trabajo, distribución muy estricta de las actividades asignadas a cada uno de los dos sexos, de su espacio, su momento, sus instrumentos; es la estructura del espacio, con la oposición entre el lugar de reunión o mercado, reservados a los hombres, y la casa reservada a las mujeres o, en el interior de esta. (Bourdieu,1998, p 22).

Ante lo antes mencionado, el lugar de las mujeres no termina, falta mencionar que sigue siendo el de los espacios sexualizados, por ello las participaciones no cesan. La creación de *Twitch* es un ejemplo de que cómo se mencionó anteriormente, puede haber más allá de las estructuras tradicionales; que solamente son convertidas a lo hipermoderno, en una página selectiva social, donde la mujer es mi deseo. La mujer ya no tiene cabida por así decirlo en el hogar, sino su lugar ya es como *streamer*. Ahora, estas nuevas modalidades de la hipermodernidad colocan en automática la posición, es impulsada la masculinidad a seguir con el deterioro del sexo, y se pregunta; ¿Cómo puedo seguir teniendo a la mujer subordinada? Colocándolas en estas convivencias; pero en el caso del fenómeno del *poder*, se observará que las dos partes, o dos sexos, crean un ambiente en el cual nadie es superior, que me den placer a modo de lugar, que sea solamente lo mismo. Pero

con un detalle, en donde el cambio de lo social, que debería de existir, no quiere ver la realidad por la introspectiva de las redes que pasan en la página *Twitch*.

Teniendo ya la explicación de lo *dominante*; entonces pasemos a lo que será las reglas, o más bien, el proceso que se permutan en la línea que detonará el *poder*. Ante lo ya explicado al principio del capítulo, y la involucración de la mujer ante la violencia que no deja de cesar. La particularidad que se realiza de ambas partes; es una complicidad a lo mutuo como una acción y reacción, que, si el valor de lo monetario está en el contrato en el por medio, el *poder* que interviene en la *streamer*, y en el consumidor es ahora en definición “Se inscribe en un horizonte de comprensión” (Chul-han, 2005, pp. 32). Entonces ¿Cómo es este rol a expensas de lo semántico? ¿Cómo es esta línea de poder que pasa entre la *streamer* y el consumidor?

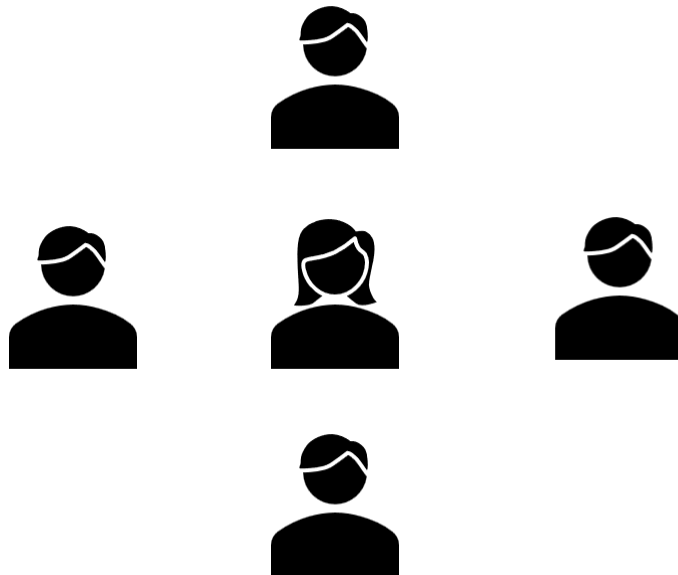
Este significativo, que tienen los dos factores, o personas por así decirlo; se complementa a expensas de la relación creada a las necesidades de cada uno. Al tener esta relación; se impone los parámetros, en donde “El poder es lo único que permite que las cosas participen de un sentido” (Chul-han, 2005, pp. 35). Ante esto, y el ver cómo va sobre una sola dirección; que es una necesidad; hay un entendido, que para que sea más fácil de ver en realidad este tipo de conexión, que lo único que hace es; el postrar las nuevas formas de *poder* que atraviesan a la sociedad con las herramientas impuestas por la era de la hipermodernidad. Este sentido, es el separar poco a poco los hechos que pasan para ver analíticamente este fenómeno, puedo asegurar que, desmembrando parte por parte, será totalmente

para que se refleje la situación que hace la plataforma *Twitch*. Es el último tema por explorar, y que, en el entendido, en la tela de juicio, rompe con pensares y modos totalmente pasivos que no creen que se llevan a cabo, y se refuerzan las posturas de indicación a expensas del *poder*.



Empecemos con la *streamer*. Sin duda alguna, se explicó, de qué forma la mujer encontraba su lugar ante el responder al espectador, o consumidor, de su contenido audiovisual, que era mediante una serie de mensajes no verbales; que manejaba ella solamente con el cuerpo; que obtiene mediante una serie de cosas mencionadas en el capítulo 3. Con ello, vemos estos significados mediante símbolos como lo que es; la primera pauta de lo que viene a continuación; el primer paso, en el *poder* es; “El lenguaje corporal de la vulneración, que anuncia inmediatamente el pretender apropiarse” (Chul-han, 2005, pp. 33). La persona vulnerable que ejerce el primer lazo de *poder* es la *streamer*. No obstante, puede que aquí se pueda confundir el sentido a una postura que envuelve a un placer mediante el físico, a eso no me refiero, a lo que me refiero es; que la mujer *streamer*, hace una serie de acciones, dejando en un lado su cuerpo producido, pero no en todos los casos; que hace propenso el acercamiento por la vulnerabilidad que somete para el espectador, claro que esta vulnerabilidad es potencializada con objetos a través de lo

mencionado en el capítulo dos; que era lo infantil; lo infantil fomenta una protección, pero no es una protección; es la relación de *poder* que se va creando en las dos personas o más bien, en la mujer hacia los otros consumidores.



Como se muestra en las siguientes imágenes;



Flores, Alana. (2024). *mañana sale mi capítulo con la cotorrisa!*. Twitch.
<https://www.twitch.tv/videos/2211703449>

En esta imagen, la *streamer*, fomenta una semblanza de vulnerabilidad, y de forma empática, a través de solo estar mandando besos a los usuarios.



Molly, Crystal. (2024). *¡Cambie de ANGULO!* Twitch.
<https://www.twitch.tv/videos/2211737565>

Los dos ejemplos de las *streamers*, son similares a semblanzas de las oportunidades que brindan a través del lenguaje no verbal, de una función a entrar en esta dinámica, y también la parte destacable, o a sobresalir, es la vestimenta que traen puesta, que como se mencionaba, refuerza la sencillez y la vulnerabilidad de la mujer en ese momento. Con ello, el *poder* va en incremento constante; aterrizando ahora fuerzas en las señales que dan, por el cómo están vestidas, y la sigiles de mostrar al consumidor una necesidad paulatinamente.

Si bien esto dicho, que como es que se mejoran las bases determinantes de esto; hay que mencionar que la era de la hipermodernidad; rompe con cuestiones de represión, en una línea continua de cómo era visto el *poder* más en cuestiones de semblanzas tradicionales, que, aunque aún no desaparecen, la forma de ver la

relación de poder en esta investigación, es como lo menciona (Chul-han, 2005, pp. 35); todo sentido es voluntad de *poder*. Pero no hay que dejar, o pasar por en alto lo siguiente. “Foucault constata que: En esencia, el *poder* es lo que reprime. El poder reprime la naturaleza, los instintos, una clase, a los individuos” (Chul-han, 2005, pp. 37). La *hipermodernidad* es el declive, en el cual el régimen de represión va desgastándose poco a poco; es un segundo apartado en donde para complementar el *poder* en la mujer, o *streamer* en particular, a vertientes de este análisis, que es introducida a estas prácticas de la página *Twitch*, puede hacer, u obtener, un cambio sin ninguna represión alguna de su sexualidad, se potencializa, a un margen ya marcado, en los *formatos* anterior mente mencionados, o no. Recapitulando en la represión que incluye a Foucault; el menciona que;

Desde el siglo XVIII hasta comienzos del siglo XX, se ha creído que la dominación del cuerpo por el poder debía de ser, pesada, maciza, constante, meticulosa. De ahí los regímenes disciplinarios formidables que uno encuentra en las escuelas, los hospitales, los cuarteles, los talleres, los inmuebles, las familias. (Foucault, 2017, pp. 105).

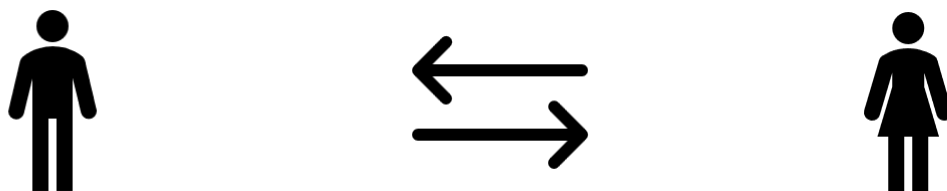
Véase de esta manera; como lo maneja Foucault; en un momento, en otro relieve teórico del poder, acude a que, por definición del concepto, es más de las características que establecen fuerza, y control en la sociedad, que es notorio verlo. A que me refiero, ahora bien, antes de pasar con el consumidor, y como este se complementa con su participación para que la relación tenga la misma tónica a lo mencionado en primera instancia. Hay que volver a destacar que la

hipermodernidad, no forma estados disciplinarios, ni formas represivas. Un ejemplo de que las vertientes de *poder* se rompen, es la familia, Ya que, lo que si puede manejar es el sentido a lo extraordinario en que estas se rompen con una tradición; que la misma familia es la que potencializa esta erotización en escrúpulos a beneficencia incluso propia. Ahora los padres, implementan que sean íntegras de su sexualidad, y manifestadoras del capital, por eso es que esta ruptura, que lo tradicional ya no forma parte de las familias, o puede decirse, pertenece a que solo lo que buscan es que sean beneficiados a través de ello. Ante ello, pasemos ahora sí; a la relación que se da; *consumidor*, y *streamer*.



Se ve reflejado ante este *poder*, que es mas en parte; el contacto a lo determinate de lo sujetado, y que en efecto; solo el consumidor ve. El consumidor permanece a lo mencionado; en anonimato, y desconocemos su lenguaje corporal que puede llegar a tener. Además, debemos de entender que la relación de *poder* que se lleva a cabo es solamente algo más “De algo que es menos poderoso, imprimiéndole por sí mismo el sentido de ser una función” (Chul-han, 2005, pp. 36). Que la idea, es sobre cómo se ejecuta el *poder*, sin que uno tenga más superioridad que el otro en

sí. Pero, imaginemos esta parte como ejemplo; una persona puede tener una mascota, la mascota más conocida es el perro, que como bien se sabe; puede verse que el dueño de esta es el que tiene el control, pero; ambos se necesitan mutuamente, porque la conexión que se va a formar, incluye desde una retrospectiva en común; que no se puede destapar, mas que viendo que las dos personas involucradas, llegan a una especie de balance, en donde las oportunidades y la línea que se va trazando, es meramente proporcional, y no existe una superioridad como tal, o incluso; se puede manejar que; el *poder* se puede formar, a través de una codependencia de la *streamer*, y el consumidor.



Mejor dicho, si no hay *poder*; no existiría este intercambio, o interacción en donde los sujetos, llegan a tener sus roles en la interacción mutua. Si ya se destacó lo que busca cada quien, sea *streamer*, o consumidor, es importante saber que *Twitch*; hace que las dos partes en sí, piensen por si solos, que, en introspectiva, alguien es superior, que solo sigue alimentando ambas partes; pero más bien, es el *poder*, el que realidad nos sensibiliza al ver que los dos, se encuentran atados entre sí.

Otra de las diferencias de *dominación* y *poder*. A lo que se reitera la forma en que el poder se maneja. Sin embargo, a todo lo ya mencionado; posturas diferentes del *poder* se establecen para diagnosticar este síntoma del que somos parte; al ya tener el como funciona; el poder de una forma convencional, cabe destacar que al mencionar los términos de la *streamer*; necesitamos terminar con las funciones de la protagonista ante este hecho; que es el poder. Asimismo, para ir entendiendo esto, y cerrar con la parte de la mujer en función del análisis, como este, por ello; el ultimo capítulo hablo sobre el poder.

Conclusiones

Recapitulando sobre los autores que orientan esta investigación, se puede señalar que su aporte resultó fundamental para el desarrollo y la adopción de las categorías que resultaron pertinentes, para dar claridad al eje transversal que, en un inicio, no estaba del todo definido. Desde esta perspectiva disruptiva, fue posible evidenciar el impacto social de los roles y jerarquías que emergen en la transición entre modernidad y posmodernidad, de manera que funcionan los contextos anteriores como marco para analizar el fenómeno en cuestión. Con ello, es necesario situar también la discusión sobre la hipermodernidad, en donde los símbolos y los deseos de los individuos se transforman, orientándose hacia el consumo o hacia la búsqueda de poder. En este escenario, propio de una sociedad del hiperconsumo, las plataformas digitales actúan como mediadoras que promueven placeres efímeros y experiencias normalizadas, configurando sujetos constantemente expuestos a dinámicas de espectacularización y consumo inmediato.

Al mencionar la jerarquización, es sobre que la *streamer*; forma parte aún de lo mismo; la mujer se sigue viendo como un objeto inmóvil que solo lo que busca es el placer del consumidor, las generaciones, o más bien; el crecimiento del tipo de pensamiento que solo es el construir, una imagen misma para concebir mis necesidades monetarias a expensas de; seguir nutriendo, y creando ahora el nuevo contexto de hipermodernidad a su máximo esplendor, que llega a ser normativo, mas no una causa alarmante como un declive a las acciones que deberían de llevarse a cabo, para que estos sistemas terminen. Ante ya lo mencionado sobre los contextos históricos, la importancia de la investigación; fue el seguir creando el

cómo todo es consumible, y tan cotidiano, que el incluir a estos modelos que se encuentran en esta página *Twitch*, les puede resultar a los demás algo sin importancia, y banal; pero, al contrario, la tecnología, como estos modelos, se van moviendo, y se deben de identificar estos mecanismos, que lo único que buscan es estar involucrados a un círculo que no termina. Sabemos, que mediante el mercado internacional se proporciona esta nueva red asociada a que las confrontaciones de las comunidades cibernéticas, sigan en red, y no solamente eso; crean caracteres normativos en que visualizan a la mujer; como un producto consumible, en un rol de que las mujeres tienen el papel de satisfacer con este nombre de *streamer*, que puede que solo no muestre algo, e incluso, no describe nada en absoluto, pero con lo antes mencionado; la palabra *streamer*; es solo la satisfacción efímera y sexual de los participantes, eso es ser la *streamer*; incrementar el placer.

La hipermodernidad es placer, en el consumo; y en este caso, el cuerpo, la identidad, y el poder, están de la mano. Por eso la importancia de incluir a la hipermodernidad como algo, que ya rompió con la posmodernidad, los modos, inducen a tener y analizar que hemos cambiado de época, que vamos a un declive social, y participativo, aferrados a solamente, placeres y consumo, que puede ser desmedido.

Las repercusiones que generalmente crea toda una ola de consumo enmarcado en este contexto hipermoderno, se ve reflejado principalmente en la identidad de ambos participantes. Es una creación que forma parte de las conexiones que se hacen por el contexto en el que vivimos, vamos cayendo en una transformación totalmente banal, vacía que solo ayuda en la participación, o expresión

momentánea que tiene que ver con una cultura que va cambiando a través de los jóvenes consumidores, o más bien; de los que se encuentran en el círculo momentáneo del consumo que involucra la variabilidad incoherente vista desde una producción totalmente innecesaria; que me ayuda, a integrarme a un contexto totalmente o meramente digital, basado en solo eso, el ser lo que yo quiero ser en ese momento, que puede ser momentáneo, y efímero, que en todo momento voy a cambiar, y seguir cambiando en como lo dictamine el consumo en su forma de alcance que implementa la sociedad consumidora; evidentemente, incluida a entidades giratorias que cambian el rumbo en cada momento. Véase de esta forma; si empezamos con el consumidor, él va programándose constantemente, no descarta nada que no quiera ser, o más bien; intenta ratificar una identidad de consumo que pueda ayudar a su personalidad, que es inducida, y potencializada con los comentarios en forma de un diálogo, no del todo interactivo, sino más bien, una escucha proveniente de la protagonista que crea la identidad del usuario. Si el consumidor pone un comentario para la *streamer*, en donde el consumo se lleva cabo con dinero de por medio, es la particularidad de esta dinámica en la plataforma *Twitch*. Con ello, que pueda revelar su identidad masculina en voz de nuestra participante, ya se nota en el placer efímero que es consecuente a lo que yo voy a pedir constantemente para encontrar una identificación, la identidad va a formar parte de las bases de atribución que solo sirven en un momento dado, en la forma de un hombre indefenso en cierto aspecto, o de una búsqueda para saciar sus necesidades, y encontrar su ser, que de cierto modo quiere generar poder y adquisición en cuanto a su participación en los videos.

Por otro lado, en cuanto a la mujer *streamer* que su papel es el generar un consumo a través de sus videos; en los cuales, lo que busca es integrar a la comunidad de la página *Twitch*, conforme a sus herramientas o lo que alcanza en un periodo de tiempo. Es decir, que existe una pauta, o por así decirlo, el momento en cómo la figura de la mujer este de moda, que en su particularidad y mencionado anteriormente, pactan formas, o estilos de la cultura oriental a través de caricaturas, o personajes ficticios que muestran vulnerabilidad. Solo acuñen diferentes identidades parecidas a las de un imitador que tiene diferentes personalidades, que solamente lo que busca la *streamer* en relación a su variabilidad en una situación particular, ir sacando provecho de esto, la *streamer* a fin al cabo que, a simple vista se nota que solo comparte estas experiencias en el videojuego que está usando, la realidad es que los consumidores se encuentran en un bucle, en ese mismo, solo se consume estos videos por ella. No obstante, puede que ciertas personas si les interese esta parte de los videojuegos, pero como se menciona, ella quiere a través de estas identidades, generar impacto, y que en todo momento sea ella la protagonista en un trance de fijación voyerista que procura que cada día tengas la necesidad de ver sus videos, y más aún, si el consumidor refleja su potencial monetario en la página *Twitch* y es visto, re afirmando su identidad como lo es.

También, la misma masa produce una comunicación masiva en el cual las identidades se van moviendo a través de lo que es una moda o eje, y se construya toda una cultura volátil emergente de cambio, inestabilidad, que no se establece un factor, sino al contrario, solo genera cualidades que se van compartiendo, pero cambia en lo que es el eje del consumo.

Capítulo 3 - Cuerpo: estereotipo de género a través de un formato, como una construcción social.....	89
--	----

Y como consumo también viene la producción inmensa de diferentes productos automatizados que modifican el cuerpo de la mujer, que se acuñe a una variante, una postura, primero mediante el eje que esté de moda, que incluye una vestimenta, o cualquier tipo de accesorio que me ayude a lograr esa caracterización, en beneficio ante la satisfacción de los consumidores. Estos productos incrementan el nivel de imagen, ya el papel que pueda ser la *streamer* a cuanto su comportamiento este atado a esta vestimenta, junto con una amplia gama de filtros que se pueden usar en la plataforma *Twitch*, que también ayudan en cierto modo.

Ahora bien, la producción del cuerpo ayuda a la explotación sexual de la *streamer*, y a la amplia variación de vistas que puede tener el video, recordemos que el modo de interacción produce cierto deseo en los consumidores, y que quieran invertir más capital, si es el caso, o solo en estar en observación de la *streamer*. Pero, se crea un relieve en que va incrementando por las mujeres que quieren ser parte de este material, asimismo, crea una cadena en cuanto a un cuerpo que tiene que ser único para que seas *streamer*. Potencializa el valor de una erotización e influye para que estas variantes sean un contacto con todas las mujeres que se quieran dedicar a esto.

La forma en cómo se consumen estos cuerpos, me refiero a una postura de excitación masculina; hace que se implementen más y más alteraciones, a deseo de un tercero, la figura de la mujer es orientada al relieve producido por diferentes cuestiones. Es evidente que, en este trato, se llega a crear un formato específico,

para crear una forma de prototipo que el consumidor, pueda saciar sus necesidades. Pero, este consumo hace específicamente, o más bien; repercute en una edad joven no arriba de los 30 años, sino como se muestran en los ejemplos, menores a ella. Así vemos cuerpos jóvenes producidos, que afectan a un crecimiento particular e integral de la mujer, esto solo son prototipos que a través de este contexto de hipermodernidad, van cambiando constantemente.

Esto va de la mano en una visibilidad de poder, que se ejercen entre los géneros involucrados, las relaciones no cambian, sino se transforman, lo inherente aquí, es que las mismas conexiones de poder que se han a travesado en diferentes contextos sociales, no desaparecen aquí, sino, se crean foros, o plataformas de internet como esta; *Twitch*, en donde se disfraza la jerarquización de poder y sus elocuentes; es decir, ante esta investigación sale a relucir las nuevas formas en la que operan estos ejercicios de masculinidad y de poder. Que, si es verdad, puede tener cierta inocencia, pero la masa va procreando cada vez más estos relieves. Se puede ver de esta manera; la hipermodernidad, trae con ella, nuevas formas de consumo, posturas, erotización, cuerpo, cultura, que los significados van cambiando, y puede resultar difícil encontrar una definición tan exacta, en donde a través del contexto, no paran de cambiar.

Bibliografía.

Bauman, Zygmunt. (1998). *Trabajo, consumismo, y nuevos pobres*. Editorial Gedisa. Barcelona España. Pp -145.

Blumer, Helbert. (1982). *El Interaccionismo simbólico*. Universidad de California Berkeley. Hora S.A, Barcelona. Pp1-44.

Chul-han. Byung. (2005). *Sobre el poder*. Herder Editorial, S.L. Barcelona, España. Pp – 151.

Dagatti, Mariano. (2012). *Voyerismo virtual. Aportes a un estudio de la intimidad*. Centro de Estudios en diseño y comunicación. Universidad de Buenos Aires. Argentina. Pp – 58.

Esteban, Mari. (2013). *Antropología del cuerpo, género, itinerarios corporales, identidad, y cambio*. Edicions Bellaterra. Barcelona España. Pp – 268.

Foucault, Michel. (2017). *Microfísica del poder*. Editoriales banderas negras. México distrito federal. Pp – 189.

Giménez, Gilberto. (2011). *Comunicación, Cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas*. Universidad Nacional Autónoma de México. Pp -142.

Giménez, Gilberto. (2007). *Estudios sobre las culturas y las identidades sociales*. Conaculta/ITESO. México, DF. Pp – 24.

Giménez, Gilberto. (2001). *Identidades en globalización*. Universidad Nacional Autónoma de México. Pp - 16.

Muñís, Elsa. (2021). *Cuerpos inciertos, potencias discursos, y dislocaciones en las corporalidades contemporáneas*. Universidad Autónoma Metropolitana plantel Xochimilco. Siglo XXI editores, S.A de C.V. Pp- 181.

Lipovetsky, Gilles. (1983). *La era del vacío ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Editorial Anagrama. Barcelona. Pp - 219.

Lipovetsky, Gilles. (2004). *Los tiempos hipermodernos*. Editorial Anagrama. Barcelona. Pp - 130.

Le Breton, David. (2007). *Adiós al cuerpo*. La cifra editorial. Pp- 214.

Le Breton, David. (1990). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Editorial Moro.
Pp – 462.

Le Breton, David. (1992). *La sociología del cuerpo*. Biblioteca ensayo. Pp - 99.

Pierre, Bourdieu. (2000). *La dominación masculina*, Editorial Anagrama S.A.
Barcelona, España. Pp- 90.

Segato, Rita. (2003). *Las estructuras elementales de la violencia*. Universidad
Nacional de Quilmes. Pp – 261.

Van Dijk, Teun. (2006). *Discurso, Poder, y Cognición Social*. Escuela de Ciencia del
Lenguaje y Literaturas. Pp – 92.