

# Tutoriales en video y transmisiones de juegos en vivo: oportunidades para crear estrategias de aprendizaje informal

Ruth S. Contreras Espinosa<sup>3</sup>

Jose Luis Eguia Gomez<sup>4</sup>

## Introducción

El considerable aumento de prácticas realizadas por los jóvenes en relación con la creación de video tutoriales para videojuegos, conocidos como let's plays (LP) y transmisiones de juegos en vivo han despertado el interés de la academia en los últimos años (Gutierrez y Beavis, 2010; Walker, 2014; Taylor, 2016; Consalvo y Phelps, 2019; Scully-Blaker et al., 2017).

Los LP son un híbrido entre videojuego y video en donde se documenta un juego mientras este se completa. Por su parte, el desarrollo de transmisiones en vivo se refiere a un conjunto de transmisiones que contienen comentarios, críticas y sátiras realizadas por un jugador. Hasta ahora, estos habían recibido poca atención en el contexto educativo (Burwell y Miller, 2016) y su estudio se centraba principalmente en el desafío que provocan a la ley de derechos de autor (Robinson, 2018; Hagen, 2018; Taylor, 2015). Los videos generados, ya sean superficiales, informativos o provocativos, ayudan a crear el registro histórico de un medio en más de un sentido y, al proporcionar críticas, cumplen con un propósito similar al de las reseñas de libros (Mejia, 2013). Estos videos son obras que alteran la creación original dando lugar a un nuevo mensaje (Taylor, 2015) y de esta forma los jóvenes juegan con un significado que reinterpretan y reimaginan, dando como resultado la creación de un nuevo medio, influyente para otros adolescentes. Porque son los

---

<sup>3</sup> Docente investigadora, Departamento de Comunicación, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, ruth.contreras@uvic.cat

<sup>4</sup> Docente investigador, Departamento de Ingeniería de Proyectos y de la Construcción, Escuela Técnica Superior de Ingeniería Industrial de Barcelona, eguia@ege.upc.edu

pares, compañeros y amigos que tienen una edad cercana al creador de videos quienes consumen estos nuevos contenidos.

Previamente se han realizado otros estudios que describen los videojuegos como espacios idóneos para el desarrollo de la creatividad, el pensamiento crítico, la resolución de problemas y el fomento de habilidades de colaboración (Gee, 2003; Steinkuehler, 2008; Contreras Espinosa, Eguía y Solano, 2011) y también se ha descrito cómo aprenden a jugar a videojuegos (Scolari y Contreras-Espinosa, 2019).

Sus resultados han demostrado que el videojuego es un medio para el ocio, que además fomenta el aprendizaje y desempeña un papel importante en la producción de contenidos entre los jóvenes. Los adolescentes crean, producen y comparten cada vez mas contenidos mediáticos a través de Internet y las redes sociales (Buckingham, 2008) y participan en comunidades de aprendizaje en torno a los videojuegos (Steinkuehler, 2008). Estas actividades dan como resultado una alfabetización transmedia (Scolari, 2018) como una práctica significativa y que destaca por su capacidad de mezclar de manera significativa el contenido de los medios, como actividad central dentro de las prácticas de los jóvenes, en constante evolución y utilizada fuera de las instituciones formales (Jenkins et al., 2006). Podrían considerarse como sus principales retos la capacidad de experimentar con el entorno para resolver problemas, la capacidad para mezclar el contenido de los medios, la capacidad para evaluar la confiabilidad y credibilidad de diferentes fuentes de información o la capacidad para respetar múltiples perspectivas y comprender o seguir diferentes normas.

El aprendizaje logrado en estas prácticas es intencional pero no estructurado y la adquisición de estas nuevas habilidades en entornos informales esta influenciada por factores contextuales, desde la disponibilidad de recursos apropiados, hasta la disposición y motivación para aprender y la capacidad emocional de asumir nuevas capacidades en medio de lo que podría ser un desafío estresante (Marsick y Watkins, 2001). Así, la investigación sobre el aprendizaje informal se ha expandido para incluir entornos colaborativos digitales y la forma en que los adolescentes utilizan las redes sociales en el aprendizaje (Sefton-Green, 2013). “Los entornos informales de aprendizaje están adquiriendo cada vez más importancia, ya que desempeñan un papel clave en la educación moderna (...) Los jóvenes son independientes, enseñan y forman comunidades culturales a medida que se sumergen en las redes sociales fuera de las aulas” (Black, Castro y Lin, 2015, p. 2).

La creación de LP y transmisiones de juegos en vivo por parte de los jóvenes requiere de competencias técnicas, discursivas y evaluativas, además de una visión crítica de las ideologías y de los valores subyacentes en un producto como el videojuego, así como de la capacidad de entender

la forma en la que se deben transformar los mensajes para crear narrativas contrarias y puntos de vista alternativos (Burwell y Miller, 2016). Stedman (2012) destaca además que en estos casos los jóvenes podrían demostrar ciertas competencias utilizando sus habilidades y herramientas técnicas. Profundizar en las actividades desarrolladas por los jóvenes podría ayudarnos a reconocer las estrategias de aprendizaje informal que destacan en sus prácticas de producción y el aprendizaje informal que puede encontrarse detrás de la producción de LP y transmisiones de juego.

Este capítulo muestra una parte de una investigación centrada en mostrar las estrategias y prácticas de aprendizaje informal que utilizan los jóvenes españoles a través de medios digitales. El análisis forma parte de los resultados del proyecto «Transalfabetismos. Competencias transmedia y estrategias informales de aprendizaje de los adolescentes». Mediante investigación etnográfica fue posible profundizar en dos cuestiones:

- 1) ¿Qué contenidos mediáticos producen los adolescentes y cómo los crean?
- 2) ¿Qué estrategias de aprendizaje informal destacan entre las prácticas de producción?

En este apartado, nos centramos específicamente en describir aquellos contenidos y estrategias de aprendizaje informal que desarrollan los jóvenes en relación con la creación de LP y las transmisiones de juegos en vivo. Es necesario aclarar que la investigación no pretende mostrar una representatividad porque su carácter es eminentemente cualitativo.

### **Métodos utilizados**

El enfoque metodológico utilizado en el proyecto «Transalfabetismos» parte de una perspectiva mixta de métodos cualitativos y cuantitativos. Se utilizó la etnografía a corto plazo, basada en un método que realiza un acercamiento en periodos de tiempo más cortos que en la etnografía tradicional (Pink y Morgan, 2013). De esta forma las actividades podían seguirse en semanas o meses en sus diferentes fases. Se utilizan los datos reunidos en cuestionarios, talleres, entrevistas y diarios mediáticos, creados por adolescentes, que ofrecen diferentes perspectivas. Principalmente se observan datos cualitativos, y la triangulación de estos métodos permite un análisis que refleja de forma más clara las prácticas y muestra las motivaciones de los participantes como centro del análisis. Al recurrir a múltiples fuentes se espera proporcionar relatos vívidos por parte de los

participantes. Las prácticas mediáticas con videojuegos no son mayoritarias en los resultados de la investigación, pero sí son significativas, por ello es pertinente describirlas y profundizar en ellas.

El trabajo de campo se ha realizado durante 2017. Una vez seleccionadas las escuelas, se realizaron un total de 237 cuestionarios a jóvenes con edades entre los 12 y 16 años. La distribución por sexo es de 52,7 % (N = 125) hombres y 46,8 % (N = 111) mujeres. Un 0,4 % no respondió a los cuestionarios. Los estudiantes provenían de escuelas de educación secundaria de cinco comunidades autónomas de España: Cataluña (N = 56), Valencia (N = 44), Galicia (N = 40), Madrid (N = 48) y Andalucía (N = 49). Dos centros de cada comunidad autónoma participaron en el estudio. Los criterios considerados para la selección de los centros fueron: centro público, concertado o privado; rural o urbano, diversidad cultural y étnica o homogeneidad en la composición demográfica. Cada comunidad seleccionó los criterios más relevantes por su contexto. Los participantes se encontraban matriculados en alguno de los cursos que corresponden al primer ciclo de la Educación Secundaria Obligatoria.

Los jóvenes completaron el cuestionario, cuyo principal objetivo era recoger las opiniones de los adolescentes, el tiempo empleado en el uso de medios digitales, así como sus gustos y preferencias en relación con las redes sociales y los videojuegos. Además de los cuestionarios, se realizaron 20 talleres, dos en cada uno de los centros participantes. Los talleres se dividieron en dos grupos temáticos según las preferencias de los adolescentes. Los grupos fueron: videojuegos y cultura participativa. Los talleres permitieron investigar las prácticas realizadas por los adolescentes y sus estrategias de aprendizaje informal a través de su participación en los medios. Mediante los talleres, se detectaron estudiantes interesados en crear y consumir contenidos relacionados con los videojuegos. Posteriormente para las entrevistas se seleccionaron un total de 18 adolescentes interesados en este ámbito: 5 mujeres (27,78 %) y 13 hombres (72,22 %). Se seleccionaron aquellos jóvenes que mostraron ser más activos en los talleres o con mayor potencial para la obtención de datos relativos a la investigación. El objetivo era profundizar en sus prácticas, con especial hincapié en sus habilidades creativas y las estrategias de aprendizaje informal que utilizan.

Los jóvenes recibieron además un diario mediático como actividad opcional que utilizaron durante una semana. Se reunieron un total de 48 diarios procedentes de las comunidades de Andalucía (15), Cataluña (17) y Madrid (16). Para el análisis de los datos, se procedió a transcribir los resultados, codificar la información y analizar las prácticas y competencias informales de los adolescentes. Se utilizó para ello NVivo 11 Pro for teams. A lo largo del estudio, el equipo respetó la privacidad y el anonimato de todos los participantes de acuerdo con las normas europeas de protección de

datos, por ello los nombres fueron modificados. Un comité de ética aprobó los protocolos de seguridad de datos.

### Constantemente conectados

De las respuestas obtenidas en el cuestionario se hace una breve descripción, lo que permite delimitar el siguiente apartado dedicado a describir la producción de los jóvenes. Los cuestionarios confirmaron que los jóvenes son una generación que vive constantemente conectada. El 97,9 % de ellos afirmaron tener un dispositivo móvil; un 99,6 % de ellos, televisión en casa; el 91,6 %, ordenador y el 96,2 %, cuenta con acceso a wifi. Los móviles son los dispositivos más utilizados, con un 95,8 % de usuarios. Sin embargo, también utilizan otros dispositivos como consolas de videojuegos y consolas portátiles.

La gran mayoría de ellos afirma utilizar las redes sociales todos los días. El destacado papel de las redes sociales se confirma a través de respuestas a las preguntas abiertas de los cuestionarios donde se mencionan constantemente las palabras *Internet* o *redes sociales*. Las redes sociales preferidas son WhatsApp (231 usuarios), YouTube (222) e Instagram (193). Menos utilizadas son algunas plataformas como Facebook (88) y Twitter (74).

Teniendo en cuenta variables como el área geográfica o la edad, no se presentan diferencias significativas, salvo en el caso del consumo de videojuegos. El género masculino predomina a la hora de jugar con videojuegos y, en consecuencia, en la creación de contenidos. Esta disparidad se presenta incluso en la industria española de desarrollo de videojuegos, que consiguió en 2018 una plantilla de 6.337 empleados y solo el 16,5 % de estos profesionales son féminas (DEV, 2018). A pesar de que los jóvenes son usuarios habituales, las actividades llevadas a cabo se realizan durante su tiempo libre, fuera del aula. Los participantes señalaron haber utilizado algunas redes sociales con sus profesores para crear contenido específico para la clase. Según estos, la presencia de los medios en el aula se limita a la creación de artículos para blogs o de cuestionarios. Mencionan, además, que en la escuela se habla constantemente de la seguridad en línea a través de charlas destinadas a los cuidados y precauciones que deben tomarse en Internet.

## LP y transmisiones de juego en vivo producidos por los adolescentes

Los adolescentes españoles producen diferentes contenidos mediáticos. En relación con los videojuegos, han creado canales propios en YouTube y Twitch, además de redes sociales para relacionarse, compartir experiencias y difundir su trabajo. Generalmente disponen de grupos en Whatsapp o Telegram para discutir con amigos el trabajo desarrollado.

La producción de videos es la actividad mayoritaria entre los jóvenes interesados en los videojuegos, y se trata en general de crear videos donde de manera espontánea, los adolescentes ejercen de comentaristas. Los jóvenes producen LP y en estos tutoriales lo planifican cuidadosamente todo, empezando por seleccionar un juego y creando un guion antes de realizar las grabaciones que colgarán en YouTube. Posteriormente graban diferentes partidas hasta que consiguen una que cumpla con sus estándares de calidad, utilizando *software* que ofrece la posibilidad de grabar lo que ocurre en la pantalla durante la partida e incluso su cara. En esta grabación se incluye una presentación que resume el juego que se va a mostrar y se ofrece un pequeño avance de lo que va a pasar en el video.

Mientras juegan comparten consejos útiles ya sea mediante la voz o con texto (Imagen 1). Al finalizar la partida realizan una conclusión y resumen lo que harán en el siguiente video. El siguiente paso es editar el video eliminando los errores cometidos durante la grabación. Añaden una portada con efectos y seleccionan música o sonidos cuando es necesario incorporarlos. Cuando llega el momento de renderizar el video pueden tardar horas en este proceso, dependerá del ordenador y *software* de que dispongan. Cuando acaba este proceso publican el video y lo difunden en sus redes sociales.

**Imagen 1.** LP de Ahmed donde muestra cómo jugar a Brawl Stars



Ahmed, por ejemplo, jugador de 14 años de Cataluña, documenta videojuegos de acción y comenta: «El contenido es importante y ayuda a determinar tu éxito». Los youtubers a los que admira se dedican principalmente a crear LP. Explica que normalmente tarda una media de dos horas en editar un video, y cada día se preocupa más por el resultado. Busca que su contenido sea cada vez mas profesional: «Lo que hago con mis videos es hacer una introducción con letras animadas. Tardo unas dos horas en ello. El último puede que un poco más, y para hacerlo especial lo edité muchísimo y creo que quedó muy bien, pero para ello tuve que trabajar dos días».

Este joven además sabe reconocer cómo deben utilizarse los derechos de autor en un video: «La música que uso... debe ser sobre todo... sin *copyright* porque si no te eliminan el video. También puede pasar que YouTube te pone un mensaje que indica que estás usando fragmentos o música con *copyright*. Hay un canal que se llama “Música sin copyright” y ahí hay mucho para usar. Pero debes de ir con cuidado porque, si otra persona ha subido antes que tú un video con esa música y ha dicho que es de él, la plataforma detecta ese fragmento y el propietario es el primero que ha subido el video». En cuanto a la difusión del contenido en redes sociales, Ahmed decidió abrir su canal en YouTube cuando sus amigos valoraron su trabajo y le animaron a hacerlo.

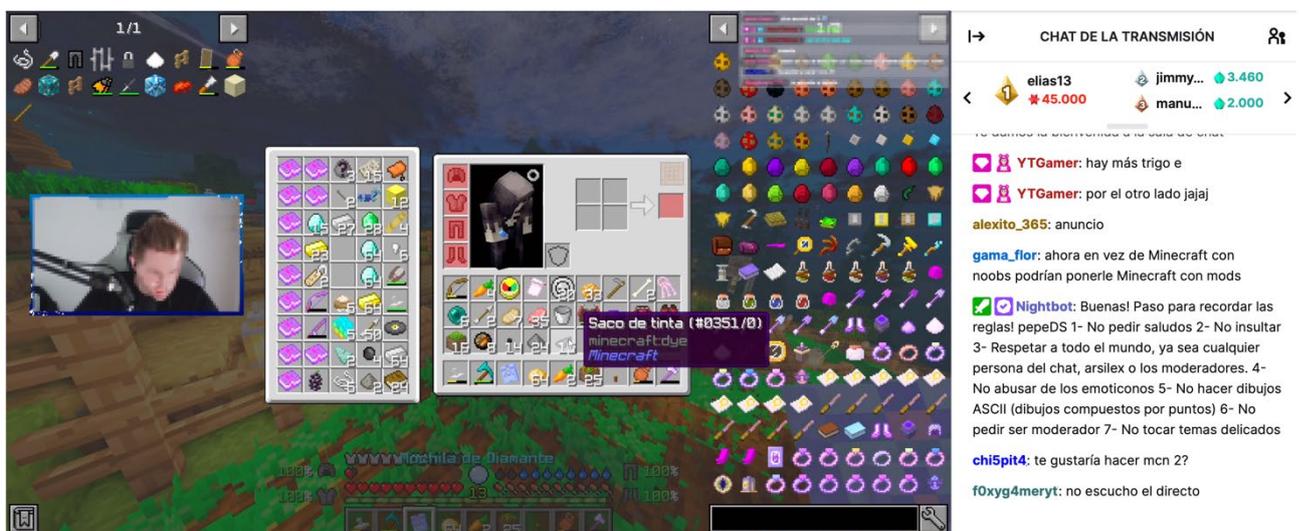
Por su parte Carlos, de 14 años, de Valencia, explica: «Tengo más de 300 seguidores y yo hago videos cuando me apetece. Depende del tiempo que tenga. Los videos suelen ser de cinco minutos, esto es lo recomendable para no perder la atención del público». Carlos presta atención a todos los detalles y comentarios que su público le hace en su canal: «Los comentarios que me suelen hacer son “es un buen video”, “me suscribo”, “sigue así”, “me gusta lo que haces pero...”. Debo atender a todos los comentarios para mantenerlos contentos... e interactúo con ellos». Los entrevistados mantienen una rutina estricta y son conscientes de la necesidad de una estrategia para conseguir fidelizar a sus seguidores. En estos casos, es posible observar que el reconocimiento y la valoración exterior son importantes para motivarles y ayudarles a promover los contenidos que han generado.

Algunos jóvenes suelen llamar a los LP «gameplays», sin embargo, este concepto no está bien utilizado. Los *gameplays* son videos que publica una empresa, a modo de tráiler, meses antes del lanzamiento de un juego para mostrar la jugabilidad del mismo. Pero debido a que es un término que se ha extendido entre los aficionados que producen videos sobre videojuegos, se utiliza como un sinónimo. En ninguno de estos casos se mencionó tener patrocinadores o contar con sistemas de afiliados por sus actividades. Sin embargo, los jóvenes tienen conocimientos sobre cómo

monetizar su contenido en YouTube, y destacan que no es fácil conseguir 1.000 suscriptores y 4.000 horas de reproducción para empezar a ganar dinero.

En cuanto a las transmisiones de juegos en vivo, si bien la transmisión en sitios como Twitch, YouTube<sup>5</sup> o Discord está ganando rápidamente popularidad, las actividades desarrolladas por los jóvenes españoles en este sentido son minoritarias y están centradas en Twitch, pero merecen un examen detenido porque crean oportunidades para comprender las estrategias informales utilizadas. El proceso en este caso se inicia difundiendo la transmisión en redes sociales. Para estas transmisiones, los jóvenes seleccionan un videojuego. No crean un guion específico, pero sí practican previamente el juego y planifican las jugadas antes de empezar a jugar. Con ello se aseguran que los trucos y las jugadas en vivo sean perfectos o cumplan con sus estándares de calidad. Una vez que se inicia la sesión en vivo, realizan una presentación donde resumen el juego que se va a mostrar, ofrecen un avance de lo que harán durante la partida y comentan partidas anteriores. Mientras juegan, responden a los comentarios emitidos por los espectadores en el chat, que giran en torno a eventos específicos del juego, recomiendan juegos o destacan trucos para avanzar en el videojuego (Imagen 2). El jugador agradece los comentarios del público, da la bienvenida a nuevos espectadores y explica la misión que realizará. El objetivo principal es hacer sentir al espectador parte de la partida. Al finalizar la partida, se despiden, realizan una breve conclusión, presentan lo que harán en el siguiente directo y recomiendan el canal de otro jugador que en ese momento inicie partida.

**Imagen 2.** Transmisión en vivo en Twitch de Álex jugando a Minecraft



<sup>5</sup> Youtube Gaming. <https://www.youtube.com/GAMING>

Los entrevistados dicen mantener una rutina, tanto para la publicación en redes sociales como para crear la base de lo que dirán en vivo. Destacan que deben planear una estrategia para diferenciarse de otros *streamers* y conseguir fidelizar a los seguidores: «Respondo a todos los comentarios que me hacen en el chat, pregunten lo que pregunten». Dice Álex, de 14 años: «Miro otros canales en Twitch para tener ideas y aprender de lo que dicen o cómo juegan. Hacer las jugadas en vivo te obliga a prepararte, no solo las jugadas, sino lo que comentas a los seguidores. Incluso he aprendido francés e inglés para soltar frases en el canal». Como en el caso de los LP, el reconocimiento y la valoración exterior son importantes para motivarles y ayudarles a promover contenidos. Los seguidores y las donaciones son la clave de su motivación. Dani, jugador de 14 años de Cataluña, explica: «La mayoría que empieza transmisiones en vivo lo hacen porque admiran a Figuras como Auronplay o Ibai, que tienen millones de seguidores». Y destaca: «He llegado a reunir a más de 200 seguidores y busco donaciones. Donar dinero es una de las actividades más divertidas de Twitch pero hay que ir con cuidado, porque si te equivocas no puedes cancelar transferencias y pedir la devolución a PayPal».

En este grupo se han detectado jóvenes que conocen a fondo la industria de los deportes electrónicos (esports), ya que están en contacto con profesionales que forman parte de la misma. Con 14 años, Rafael, de Madrid, asegura jugar a *Fortnite* y *League of Legends* desde hace un par de años y menciona que llegar a este nivel es complicado porque hay que dedicar muchas horas. Por su parte, Salomón, de 14 años y también de Cataluña, explica que hace transmisiones en vivo gracias a ver a jugadores profesionales como David Belda. Destaca que esta no es una actividad sencilla ya que es necesario ser muy hábil y crítico no solo para hacer partidas: se deben dominar además las estadísticas para mejorar la audiencia y *software* como Streamlabs<sup>6</sup> para gestionar las transmisiones, donaciones, etc.

En ninguno de los casos se mencionó tener patrocinadores o sistemas de afiliados por realizar transmisiones en vivo. Sin embargo, los jóvenes tienen conocimientos sobre las formas en la que pueden monetizar su contenido en Twitch y cómo gestionar los sistemas de suscripciones, anuncios, membresías y donaciones (con Paypal y bitcoins), lo que les permitiría en un futuro obtener ingresos.

---

<sup>6</sup> Software de streaming en tiempo real que permite administrar chat en directos, elementos en pantalla (alertas) y donaciones. <https://streamlabs.com>

## Estrategias de aprendizaje informal que destacan en las practicas de producción

Para responder a nuestra segunda pregunta de investigación, resumimos en la Tabla 1 las prácticas que los jóvenes realizan en la creación de LP y transmisiones de juego en vivo.

**Tabla 1.** Prácticas realizadas por los jóvenes

Prácticas	LP	Transmisiones
Edición de video		
<i>Streaming</i>		
Dominio de videojuegos		
Discusión en línea		
Evaluación de contenidos		
Uso de derechos de autor		
Selección de títulos		
Creación de significados compartidos y personales		
Producción multimodal		
Creación de narrativas		
Gestión de comentarios, mensajes y expresiones		
Dominio de lenguaje público		
Apropiación de contenidos		
Toma de decisiones críticas		
Estadísticas (audiencia)		
Gestión de suscripciones*		
Gestión de anuncios*		
Gestión de membresías*		
Gestión de donativos*		
Uso de Paypal		
Uso de bitcóins		

**Fuente:** elaboración propia. \*Permiten monetizar

Es posible observar que muchas de las prácticas se repiten en ambos contenidos mediáticos y no todos los adolescentes dedican el mismo tiempo a estas prácticas. Estas prácticas incluso se

mezclan de manera significativa. El aprendizaje es en parte invisible y los jóvenes no tienen conciencia de ello. Por otro lado, el conocimiento resultante es considerado parte de las capacidades de cada persona en lugar de algo que se ha aprendido. Puede decirse que es difícil describir aspectos complejos de las prácticas que realizan.

Con base en la información analizada, se presenta en la Tabla 2, una tipología que nos permite clasificar el aprendizaje informal en su contexto. Los ocho descriptores se presentan junto a ejemplos de práctica, transmisión de conocimiento, estrategia de aprendizaje y competencias informales que son obtenidas por los creadores de contenido. La mayoría de estos aspectos se siguen desarrollando con el paso del tiempo, por lo que preferimos describir esta tipología como abierta y en progreso, y visualizar a los creadores en cada uno de los descriptores como si fueran un punto en una trayectoria de aprendizaje permanente.

**Tabla 2.** Tipología para clasificar el aprendizaje informal en la creación de LP y transmisiones

Descriptor	Práctica	Transmisión de conocimiento	Estrategia de aprendizaje informal	Competencias
Conciencia y comprensión	Dominio de videojuegos	Expertos	Jugar	En contextos y situaciones, organización propia, tratando de copiar lo que estaba haciendo.
Desempeño de tareas	<i>Streaming</i>	Internet	Aprender haciendo	Velocidad y fluidez, complejidad de tareas y problemas, variedad de habilidades requeridas.
Rendimiento	Uso de Paypal	A través de pares	Evaluar	Comunicación con otras personas, variedad de habilidades requeridas.
Trabajo colaborativo	Evaluación de contenidos	A través de pares	Trabajar en equipo	Trabajo en equipo, con relaciones sociales, planificación conjunta, capacidad para participar y promover el aprendizaje mutuo.
Investigación	Creación de narrativas	A través de pares	Investigar	Investigación básica. Aprender a usar la teoría en una situación práctica.

Toma de decisiones	Gestión de comentarios, mensajes y expresiones (para mantener a los usuarios)	Internet	Evaluar	Toma de decisiones, análisis de problemas, establecimiento de prioridades.
Resolución de problemas	Gestión de donativos	Internet	Investigar	Solución a problemas estratégicos. Investigación basada en la práctica.
Desarrollo personal	Discusión en línea	Expertos en Internet	Observar	Autoevaluación, autogestión, manejo de tareas. Aprendizaje distribuido.

**Fuente:** elaboración propia.

Las estrategias de aprendizaje informal utilizadas por los jóvenes son:

-Jugar: el jugador adquiere habilidades durante el juego.

-Aprender haciendo: poner en práctica un conjunto de actividades relacionadas con la habilidad que se desea adquirir. Las actividades realizadas involucran procesos de ensayo y error que le ayudan a perfeccionar la habilidad.

-Evaluar: capacidad que se adquiere cuando se desea perfeccionar una habilidad al examinar el trabajo propio o el de otros y cuando se es evaluado.

-Observar: oportunidad de observar a los más experimentados durante periodos prolongados de tiempo.

-Investigar: reunir información concreta y valiosa, y evaluarla antes de usarla.

La descripción de las tres primeras estrategias se basa en la taxonomía de Scolari y Contreras-Espinosa (2019). Posteriormente añadimos las estrategias «observar», «investigar» y «trabajar en equipo» por estar relacionadas directamente con la producción de LP y las transmisiones en vivo.

En el caso de los LP y las transmisiones en vivo. «Jugar», permite además a los jugadores aprender del público cuando reciben consejos mediante el chat. No solo aprenden cuando practican con el videojuego. «Aprender haciendo» les ayuda en el juego (superar retos, avanzar en los niveles, modificar personajes, etc.) pero además aprenden mientras crean contenidos (edición de video, uso de complementos para donaciones, etc.). En este punto añadimos que cualquier actividad de aprendizaje que ayuda a obtener resultados propios sin recibir ninguna instrucción y que se realiza

al ritmo de cada persona forma parte de «aprender haciendo». En el caso de «evaluar», los jóvenes aprenden a gestionar contenidos y comentarios, tanto escribiendo en el chat como de forma oral, de manera coherente e incluso utilizando otros idiomas (francés o inglés). «Observar» da la oportunidad de ver cómo otros realizan actividades, pero además, da oportunidad de consultar al experto por medio del chat. «Investigar» consiste en reunir información como parte importante del conocimiento que encuentran en Internet (el primer lugar donde buscan), aprenden a seleccionar la información más adecuada a sus necesidades. Instruir de manera individualizada ayuda a relacionar las necesidades individuales del aprendizaje con partes específicas de material instructivo.

Con la creación de guiones y narrativas, estos contenidos ayudan a los jóvenes a entender los videojuegos como artefactos culturales y a describir sus ideologías con observaciones relacionadas con la estética o la interpelación de otros jugadores (Apperley y Beavis, 2013). Sirven además como punto focal para investigar las cambiantes relaciones de poder entre usuarios de medios y productores. Los jóvenes utilizan los LP para promocionar juegos y comparar las posiciones de los editores de juegos sobre las actividades de los usuarios, tales como la apropiación, modificación y transmisión en vivo, y consideran las implicaciones de cada uno.

Hoy en día es necesario no solo formarse desde el punto de vista técnico, sino también fomentar un pensamiento crítico para entender un mundo rodeado de medios (Carretero, Vuorikari y Punie, 2017). También son útiles para indagar en la ética de la apropiación y en conceptos relacionados con la propiedad intelectual y los derechos del usuario temas que cada vez son más importantes para las aulas. Incluso se requiere mostrar una visión crítica y audaz de los valores subyacentes en el videojuego comentado, entendiendo la forma en la que se deben crear narrativas. Si se utilizaran en las aulas, este tipo de prácticas dejarían claro a los jóvenes que sus prácticas culturales cotidianas no están desconectadas de los problemas reales (Burwell y Miller, 2016). No olvidemos que aplican el conocimiento crítico que se requiere para producir y circular contenidos apropiados de juegos en las redes en un momento en que las conceptualizaciones de los derechos de autor, el uso justo y la propiedad intelectual en estos medios están en procesos de cambio.

En cuanto a las transmisiones en vivo, los jóvenes obtienen competencias técnicas, discursivas y evaluativas, superiores. Banks (2015, p. 3) menciona que esta “dinámica de abajo hacia arriba y de igual a igual entre aficionados”, requiere “de habilidades artesanales y diversos conocimientos”. Responder en vivo a comentarios emitidos por los espectadores obliga a que los jóvenes

interactúen con su público, y esta comunicación se compara con el discurso que se podría tener con la multitud de un estadio, cuando pierde el poder de conversar (Hamilton, Garretson y Kerne, 2014). Johnson y Woodcock (2017) señalan que la transmisión en vivo empuja a los jugadores a construir una audiencia, a entender que no todos pueden tener éxito con esas prácticas. Sin embargo, los jóvenes continúan creyendo en que el trabajo duro siempre será recompensado, y esta es su principal motivación. A través de combinar comentarios orales con la jugabilidad, los jóvenes revelan formas complejas, multimodales y situadas en que se crea un nuevo significado de los juegos. Inician conversaciones en las que los participantes comparten interpretaciones de juegos y reflexionan sobre la naturaleza de la interpretación en sí activando una mezcla de alfabetizaciones como mencionan Scolari (2018) y Jenkins, et al. (2006). Las prácticas asociadas (discusión en línea, creación de significados compartidos y personales, producción multimodal, apropiación y toma de decisiones críticas, conocimientos para monetizar contenidos) proporcionan modelos útiles que pueden ser utilizados en entornos formales de aprendizaje.

Consalvo y Phelps (2019) mencionan que algunos desarrolladores experimentados en transmisiones en vivo sitúan el promedio de espectadores únicos por transmisión en 10 personas. Dada la baja cantidad de espectadores que se puede alcanzar, así como la cantidad de horas que se deben invertir es de suponer que la mayoría de los jóvenes prefieran realizar LP en comparación con la creación de transmisiones en vivo. Sin embargo, las bajas cifras parecen no desanimar a los jóvenes. Las cifras de espectadores con las que cuentan no son altas y la comunidad que rodea el juego es difícil de medir, pero las transmisiones representan un reto que parece que quieren asumir.

En cuanto a la monetización, en Twitch es mucho más sencillo empezar a ganar dinero que en YouTube. Y los jóvenes lo saben. Sin embargo, se requiere disciplina al subir contenido, lo que lleva a tener una audiencia fiel y a monetizar.

## **Conclusiones**

Los videos LP y las transmisiones en vivo son un medio a través de los cuales los jóvenes comparten intereses y adquieren estrategias informales de aprendizaje. Los LP permiten a los adolescentes aprender diversos procesos de producción de un video junto a cuestiones técnicas y les permiten obtener diversas competencias como describimos en la tipología para clasificar el aprendizaje informal en la creación de LPs y transmisiones. Como limitaciones, la elaboración de un estudio que incluye diversos contextos ha generado problemas colaterales a pesar de contar con una misma metodología para todo el proyecto. A pesar de que estos datos solo se relacionan con

esta muestra y no se pueden extrapolar, ayudan a explicar datos de otros estudios (Scolari y Contreras-Espinosa, 2019). Las etnografías centradas en las prácticas de creación, los análisis sobre el papel que desempeñan los jóvenes productores en la actual industria del videojuego y la investigación sobre el potencial de estos medios como estrategias informales de aprendizaje pueden impulsar a aumentar la investigación relacionada con este tipo de prácticas. Como trabajo futuro, nos planteamos ampliar la descripción de las actividades con la intención de llegar a desarrollar una tipología más amplia que pueda ayudar en la educación. Las actividades nos trazan un camino útil que sin embargo debe ampliarse y probarse con más situaciones y procesos. Este tipo de análisis deberá confrontar, además, otras situaciones para verificar o ampliar el análisis. Finalmente, el trabajo futuro en esta área debería incluir una etnografía digital que permita analizar en profundidad cada uno de los canales creados por los jóvenes.

## Referencias

- Apperley, T. y Beavis, C. (2013). «A model for critical games literacy». *E-Learning and Digital Media*, 10(1), pp. 1-12.
- Banks, J. (2015). *Co-creating Videogames*. Londres: Bloomsbury Academic.
- Black, J., Castro, J. y Lin, C. (2015). Youth practices in digital arts and new media: Learning in Formal and Informal Settings. New York: Palgrave.  
<https://doi.org/10.1057/9781137475176>
- Burwell, C. y Miller, T. (2016). «Let's Play: Exploring Literacy Practices in an Emerging Videogame Paratext». *E-Learning and Digital Media*, Vol. 13(3-4), pp. 109-125.
- Carretero, S., Vuorikari, R. y Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens. With eight proficiency levels and examples of use. Luxemburgo: Publications Office of the European Union. <https://bit.ly/2pGtGII>
- Consalvo, M. y Phelps, A. (2019). «Performing Game Development Live on Twitch». En: Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences. Kona (Hawái), 2017, pp. 2438-2447.
- Contreras Espinosa, R. S., Eguia Gómez, J. L. y Solano, L. (2011). Videojuegos como un entorno de aprendizaje. El caso de «Monturiol el joc». *Icono14*, 9(2), pp. 249-261.  
<https://doi.org/10.7195/ri14.v9i2.35>
- DEV (Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladores de Videojuegos y Software de Entretenimiento). (2018): Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos. Madrid: DEV.
- Gee, J. P. (2003). *What Video Games Have to Teach Us about Learning and Literacy*. Nueva York: Palgrave.
- Gutierrez, A. y Beavis, C. (2010) «Experts on the Field': Redefining literacy boundaries». En: Alvermann, D. (ed.) *Adolescents' Online Literacies: Connecting Classrooms, Digital Media and Popular Culture*. Nueva York: Peter Lang, pp. 145-162.
- Hagen, D. (2018). «Fair Use, Fair Play: Video Game Performances and "Let's Plays" as Transformative Use». *Washington Journal of Law, Technology & Arts*. Vol. 13(3), pp. 246-274.
- Hamilton, W.A., Garretson, O. y Kerne, A. (2014). «Streaming on Twitch». En: *CHI' 14 Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Nueva York: ACM, pp. 1315-1324.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Clinton, K., Weigel, M., y Robinson, A. (2006). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge, MA: Comparative Media Studies Programme at the Massachusetts Institute of Technology. Disponible en: <http://www.projectnml.org/files/working/NMLWhitePaper.pdf>
- Johnson, M. R. y Woodcock, J. (2017). «It's like the gold rush': the lives and careers of professional video game streamers on Twitch.tv». *Information, Communication & Society*, pp. 1–16, oct.

- Marsick, V. J. y Watkins, K. (2001). Informal and Incidental Learning. *New Directions for Adult and Continuing Education*, 89, pp. 25-35. <https://doi.org/10.1002/ace.5>
- Mejia S. (2013). «Fair Play: Copyright Issues and Fair Use in YouTube ‘Let’s Plays’ and Videogame Livestreams. Social Science Research Network.
- Pink, S. y Morgan, J. (2013). Short-term ethnography: Intense routes to knowing. *Symbolic Interaction*, 36(3), pp. 351-361.
- Robinson, N. (2018). From Arcades to Online: Updating Copyright to Accommodate Video Game Streaming. *North Carolina Journal of Law & Technology*, 20(2), pp. 286-329. <http://ncjolt.org/wp-content/uploads/2018/12/RobinsonFinal.pdf>.
- Sefton-Green, J. (2013). Learning at Not-School: A Review of Study, Theory, and Advocacy for Education in Non-Formal Settings. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9351.001.0001>
- Scolari, C. A. (ed.) (2018). Teens, Media and Collaborative cultures. Exploiting ‘Teens’ Transmedia Skills in the Classroom. Barcelona:Ce.Ge.
- Scolari, C. A. y Contreras-Espinosa, R. (2019). How do teens learn to play video games? Informal learning strategies and video game literacy. *Journal of Information Literacy*, 13(1), pp. 45-61.
- Scully-Blaker, R., Begy, J., Consalvo, M. y Ganzon, S. (2017). «Playing along and playing for on Twitch: Livestreaming from tandem play to performance». En: Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences. Kona (Hawái), 2017, pp. 2026-2035.
- Stedman K. (2012). Remix Literacy and Fan Compositions. *Computers and Composition* 29(2): pp. 107-123.
- Steinkuehler, C. (2008). Massively Multiplayer Online Games as an Educational Technology: An Outline for Research. *Educational Technology*, 48(1), pp. 10-21
- Taylor, I. O. (2015). «Video Games, Fair Use and the Internet: The Plight of the Let’s Play». *Journal of Law, Technology & Policy*, vol. 1, pp. 247-271.
- Taylor, N. (2016). Now you’re playing with audience power: The work of watching games. *Critical Studies in Media Communication*, 33(4), pp. 293-307.
- Walker, A. (2014) Watching Us Play: Postures and Platforms of Live Streaming. *Surveillance & Society*. 12(3), pp. 437-442.