

TWITCH Y DISCORD,

NUEVOS MEDIOS ACOMPAÑANTES DE LA JUVENTUD ESPAÑOLA PARA PALIAR SU SOLEDAD



TRABAJO DE FIN DE GRADO

Alicia Muñoz Marín

Tutora: Lorena Rosalía Romero Domínguez

Grado: Periodismo

Sevilla, 30 de junio de 2021

*A mi madre, porque sin su ayuda, nada de esto
hubiera sido posible. Lo hemos conseguido.*



La soledad solo es
bonita cuando es elegida

**ÓSCAR DE LA TORRE,
« AMBKOR »**

1. RESUMEN Y PALABRAS CLAVES	5
2. INTRODUCCIÓN	6
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	9
4. METODOLOGÍA	11
5. FUNDAMENTACIÓN DEL TRABAJO	14
5.1 Hacia una perspectiva histórica de la definición de soledad	14
5.2 Las causas y las consecuencias de la soledad	18
5.3 La incidencia de la soledad en la sociedad actual	20
5.3.1 Las personas mayores, un grupo social vulnerable	23
5.3.2 La juventud, un nuevo colectivo vulnerable	25
5.4 El papel de los medios tradicionales como acompañantes	28
5.4.1 La televisión	29
5.4.2 La radio	31
5.5 Las nuevas herramientas digitales	32
5.5.1 Cambios en los hábitos de consumo en los jóvenes	34
5.5.2 Twitch	40
5.5.3 Discord	47
6. RESULTADOS	52
6.1 Encuesta	52
6.2 Entrevista	57
7. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	78
8. CONCLUSIONES	86
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	89
10. ANEXOS	95
Anexo 1: Encuesta	96
Anexo 2: Fuentes orales	97

1. Resumen y palabras claves

Este Trabajo de Fin de Grado investiga el establecimiento de Twitch y Discord como nuevos medios acompañantes en los jóvenes con una edad comprendida entre los 15 y los 25 años con el objetivo de paliar su soledad. **Método:** revisión bibliográfica de documentos acerca de la soledad en la sociedad actual, el empleo de la radio y la televisión como medios acompañantes, el aumento del uso de las nuevas tecnologías entre los jóvenes y, finalmente, un análisis sobre Twitch y Discord como plataformas de comunicación. Posteriormente, se ha desarrollado una encuesta a jóvenes de esta franja de edad para conocer sus opiniones acerca de estas herramientas. Por último, se ha entrevistado a fuentes especializadas en las cuestiones previamente mencionadas. **Resultados:** la investigación demuestra un aumento de la soledad entre los jóvenes y confirma la función social adquirida tradicionalmente por la radio y la televisión como medios acompañantes de las personas. Asimismo, se ratifica un aumento del empleo de las nuevas tecnologías por parte de la juventud para relacionarse y comunicarse entre sí, en concreto de las plataformas Twitch y Discord. **Conclusión:** Twitch y Discord pueden actuar como medios acompañantes de los jóvenes de entre 15 y 25 años para reducir su soledad, siempre que los usuarios utilicen estas herramientas de manera responsable y como un complemento de sus relaciones sociales. Si estas plataformas se emplean como la única manera de comunicación e integración en una comunidad, el joven puede exponerse a consecuencias perjudiciales para su salud y desarrollo como un aislamiento de su entorno real o una sustitución de sus relaciones sociales presenciales por las establecidas virtualmente.

Palabras claves: Soledad | Medio acompañante | Twitch | Discord | Televisión | Radio

ABSTRACT

This Final Degree Project investigates the establishment of Twitch and Discord as new companion media in young people between the ages of 15 and 25 with the aim of alleviating their loneliness. **Method:** a bibliographic review of documents about loneliness in today's society, the use of radio and television as accompanying media, the increase in the use of new technologies among young people and, finally, a study on Twitch and Discord as communication platforms. Subsequently, a survey of young people of this age group to find out their opinions about these tools. Finally, interviews with specialized sources on these issues. **Results:** the research shows an increase in loneliness among young people and confirms the social function traditionally acquired by radio and television as companions for people. Also, the survey confirms an increase in the use of new technologies by the youth to interact and communicate, particularly of Twitch and Discord. **Conclusion:** Twitch and Discord can act as a companion medium for 15-25 year olds to reduce their loneliness, as long as users use these tools responsibly and as a complement to their social relationships. If these platforms are used as the only way of communication and integration in a community, the young person may be exposed to harmful consequences for their health and development, such as isolation from their real environment or a replacement of their face-to-face social relationships with those established virtually.

Keywords: loneliness | Companion media | Twitch | Discord | Television | Radio

2. Introducción

Chuck McCarthy se dedica a pasear con gente en Los Ángeles por casi siete euros la hora (Sulbarán, 2019). Este actor estadounidense se percató de la gran cantidad de ciudadanos que trabajaban telemáticamente desde casa o que disponían de horarios irregulares, circunstancias que dificultaban la posibilidad de los residentes de relacionarse con otras personas (Sulbarán, 2019). De esta manera, McCarthy trabaja paseando con múltiples clientes, tanto con quienes tiene una vida social establecida, como con aquellos que se encuentran o se sienten solos.

El artículo ‘Paseadores de personas: por qué en Los Ángeles hay gente que paga para que los saquen a caminar’ (2019) subraya cómo el compromiso de quedar con otra persona es una gran motivación para salir de casa, conocer a nuevos individuos y/o sentirse acompañados. Así, uno de los comentarios que más recibe Arabia, una de las paseadoras que trabaja en el negocio de McCarthy, de sus usuarios es que, de no haber reservado una caminata, se hubiesen quedado encerrados en casa (Sulbarán, 2019).

La soledad, cuando no es deseada, es un sentimiento capaz de generar un malestar en la persona, sobre todo en aquellos grupos de edad más vulnerables, como los adolescentes, quienes carecen de una suficiente experiencia en el manejo de las emociones. Sin embargo, aunque este sentimiento suele asociarse con emociones negativas, se debe tener en cuenta que la soledad está vinculada a la existencia del ser humano, en un aspecto tanto positivo, como negativo. Sirva de ejemplo el amplio tratamiento de esta cuestión en múltiples obras literarias, artísticas, composiciones musicales, etc. en distintos periodos históricos.

Corzo y Sarahí (2018) ilustran esta idea utilizando como ejemplo la época de la Antigua Grecia, donde “[...] la mitología y la poesía épica dejaron para la posteridad distintas expresiones de la experiencia de la soledad”. Entre ellas, las autoras señalan el poema épico *Odisea*, compuesto por el poeta Homero. En él se encuentra una descripción de la soledad que padece Penélope, quien espera durante veinte años a su esposo Odiseo, rey de Ítaca:

Penélope se mantiene firme en su espera, que dura veinte años; con todo y ser nombrada “la más prudente de las mujeres”, reitera la misma queja en varios pasajes del poema homérico: “El señor del Olimpo me ha deparado mayores males que a todos los demás mortales que conmigo nacieron y crecieron”. En el día la alivian los suspiros, el llanto y los trabajos; de noche es presa del desvelo. Su padecer es el de una soledad a causa de una pérdida entrañable (Corzo y Sarahí, 2018, línea 84).

A pesar de los profundos antecedentes históricos que tiene la soledad, no sería hasta el segundo tercio del siglo XIX, con la industrialización de la vida humana, cuando este sentimiento se consideraría una problemática social. En la actualidad, la preocupación y la consideración por esta materia ha aumentado debido al exponencial aumento de casos registrados a nivel mundial, llegando algunos investigadores a considerar la soledad como la ‘epidemia del siglo XXI’. En el caso de España, sirva de ejemplo que el 62,6% de los españoles reconocen haberse sentido solos en algún momento de su vida, según los datos recogidos en una encuesta realizada por el Instituto DYM Market Research en 2019 (Ordiz, 2019).

En ese sentido, es necesario señalar que no es la misma situación estar solo y sentirse solo. Cristina Valls Ayuso, licenciada en Psicología y Psicopedagogía, explica que, aunque la soledad se ha considerado como la ausencia de compañía, algunos autores utilizan este término para referirse a cómo las personas perciben la calidad de sus relaciones (citado por Col·legi Oficial de Psicologia de la Comunitat Valenciana, 2016). Es decir, la soledad está relacionada con cómo

cada persona evalúa la comunicación –y en ocasiones, la ausencia de ella– establecida con otros individuos. Respecto a esta evaluación, Ordiz (2019) señala que de los españoles que “han sentido soledad, la mayoría la asocia con sentimientos negativos como depresión o tristeza (60,7%) o falta de compañía (46%)”. De esta manera, según la encuesta desarrollada por el DYM Market Research, el 17,2% de los españoles afirman sentirse solos en cierto grado en el entorno familiar, mientras que el 19,5% declara sentirse de igual manera en el entorno social (Ordiz, 2019).

Por otro lado, es destacable la tendencia en el imaginario colectivo de relacionar la soledad con las personas mayores. En especial, con aquellas que residen solas y que no disponen de posibilidades para relacionarse con otras personas de su entorno de manera frecuente. Sin embargo, en la actualidad, este sentimiento es mayoritario entre los jóvenes con una edad comprendida entre los 16 y los 24 años, según indica un estudio realizado por la cadena de radio BBC Radio 4 (citado por *The Objective*, 2018). Asimismo, *The Objective* (2018) ratifica estos datos con una de las conclusiones de un estudio de la Universidad de Manchester, la Universidad Brunel de Londres y la Universidad de Exeter: el 40% de los jóvenes entre 16 y 24 años admiten sentirse solo a menudo o muy a menudo, frente al 29% de las personas entre 65 y 74 años.

En España, la encuesta del DYM Market Research cifra en un 80% los ciudadanos de entre los 18 y los 25 años que declaran sentirse solos, aunque convivan con otras personas (Zamorano, 2020). Por el contrario, la cifra se reduce hasta un 38,5% en los españoles de más de 65 años (Ordiz, 2019). La incidencia de este sentimiento en los grupos de edad más jóvenes ha aumentado, además, durante el contexto de la pandemia acontecido en 2020. De esta forma, un estudio de la Universidad Complutense y Grupo 5 sobre el impacto psicológico y la resistencia de la población española ante la covid-19 durante las primeras semanas de confinamiento señala a las personas de entre 18 y 39 años como aquellas que presentaban más “ansiedad, depresión y síntomas somáticos, así como un mayor sentimiento de soledad y falta de compañía” (Universidad Complutense de Madrid, 2020). Por el contrario, los mayores de 60 años declaraban sentirse más tranquilos y admitían controlar mejor sus emociones (Universidad Complutense de Madrid, 2020).

No obstante, independientemente del rango de edad, la población española ha empleado, a lo largo de los años, distintos instrumentos para paliar la soledad como, por ejemplo, la radio, la televisión o las redes sociales. Respecto a los dos primeros, la radio y la televisión ofrecen, mediante la emisión de programas, un valor concreto a la audiencia, ya sea de entretenimiento, información o la oportunidad de ganar premios (Delivery Media, 2019). Asimismo, ambos medios sociales de comunicación se constituyen como herramientas de una gran importancia para reducir este sentimiento, en tanto que permiten escuchar nuevos temas de conversación e, incluso, conocer a diferentes personas con quienes hablar acerca de la información conocida. Además, tanto la radio como la televisión proporcionan una sensación de cercanía, lo que crea una percepción de estar acompañados y posibilitan que los oyentes y/o espectadores se sientan identificados con los contenidos consumidos.

En cuanto a las redes sociales, en la actualidad estas “reemplazan cada vez más a las comunidades más tradicionales, y esto es lo que atrae a miles de millones de personas y las convence de dedicar un tiempo significativo en ellas” (Delivery Media, 2019). El tiempo dedicado al empleo de estas herramientas es mayor entre los jóvenes. Prueba de ello es que el 25% de los jóvenes menores de 25 años consultan un dispositivo móvil una vez cada siete minutos, según el estudio ‘¿Estamos hiperconectados?’, realizado por la multinacional Ikea (Zamorano, 2020).

Con el objetivo de crear nuevas comunidades donde sentirse integrados y poder relacionarse, los usuarios utilizan cada vez con más frecuencia las redes sociales, así como las nuevas plataformas digitales como un nuevo medio para paliar la soledad. Respecto al empleo de las primeras, Valls (2016) expone en su estudio sobre la soledad y la importancia de las redes que:

Aquellas personas que experimentan este sentimiento suelen refugiarse en un mundo irreal, dirigido por el uso de Internet y las redes sociales. En este espacio virtual pueden sentirse cómodas, porque es un lugar hecho por personas extravertidas y abiertas a la experiencia (citado por Col·legi Oficial de Psicologia de la Comunitat Valenciana, 2016, línea 23).

Igualmente, la idea de que estas herramientas son utilizadas diariamente por aquellos usuarios que más experimentan la soledad es ratificada por el informe del DYM Market Research. Las conclusiones de este último estudio recalcan, además, cómo acudir a estas plataformas para reducir la soledad provoca que “en vez de intentar remediar este problema buscando la conexión real y física con más personas, acaben encontrando refugio dentro de las pantallas” (Zamorano, 2020). No obstante, es conveniente señalar que, en el caso de ciertos colectivos como los jóvenes, la utilización de redes sociales y/u otras plataformas digitales les aporta algunas ventajas como el mantenimiento de sus vínculos sociales con otros usuarios, sin tener en cuenta las limitaciones físicas o temporales.

En cuanto al público de los medios expuestos con anterioridad, el empleo de la radio y la televisión como acompañantes, aunque no es exclusivo, sí es más frecuente entre las personas pertenecientes a generaciones como la *Baby Boomer* o la *generación X*. Por el contrario, nuevas generaciones como la ‘Z’ (de 15 a 25 años) —objeto de estudio en este trabajo— han sustituido estos medios tradicionales de comunicación por otras herramientas como las redes sociales, aunque manteniendo la misma intención.

Twitter, Spotify, TikTok y Snapchat son algunas de las redes que esta generación utiliza con mayor asiduidad (IAB España, 2021). Sin embargo, dos nuevas plataformas se han consolidado en los últimos años en el panorama de la comunicación y se han convertido en instrumentos básicos para sentirse acompañados: Discord, el servicio de mensajería instantánea, y Twitch, la plataforma de *streaming*. Acerca de estas dos herramientas, el *Estudio de Redes Sociales 2021* —realizado por la asociación Internet Architecture Board Spain (IAB), con la colaboración de la agencia de marketing Elogia—, indica que estas aún no se encuentran presentes de manera espontánea en la mente del usuario, como pueden estarlo, por ejemplo, Instagram o Facebook.

No obstante, ambas plataformas han crecido exponencialmente durante los últimos cinco años, en especial durante la implantación del aislamiento obligatorio, decretado por el Estado de Alarma del 13 de marzo de 2020. Así, ante la pregunta “¿Cuál(es) de las Redes Sociales que te mostramos a continuación conoces?”, inquirida durante la investigación del *Estudio de Redes Sociales 2021* (2021), un 37% de los encuestados reconocen a Twitch —lo que supone un crecimiento de un 21% desde los resultados obtenidos en 2020—, mientras que un 19% señala Discord. Asimismo, la inclusión de estas plataformas en este estudio supone una evidencia del crecimiento obtenido, puesto que únicamente se evalúan las aplicaciones con un mayor empleo por parte de la población española. Debemos destacar, además, que la versión difundida en 2021 es la primera vez donde se incluye Discord, junto a otras nuevas plataformas como Ivoox o Stereo, para su posterior análisis.

El crecimiento de estas dos aplicaciones está íntimamente relacionado con el cambio producido en el papel del consumidor. Sirva de ejemplo cómo en los años 80, por ejemplo, las marcas concebían a los consumidores como masas homogéneas cuya función era consumir, como indica el artículo “El prosumidor: cómo es y cómo se comporta” (2013), publicado en la página web de la Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores (IEBS). En la actualidad, el consumidor ha dejado de ser un sujeto paciente para convertirse en un elemento activo en la toma de decisiones. Este nuevo perfil, impulsado por las nuevas tecnologías, es denominado prosumidor; resultado de unir los términos productor y consumidor (Gilibets, 2013).

Este tipo de consumidor es esencial en plataformas como Twitch, puesto que además de ser crítico con el contenido recibido, genera a su vez contenidos propios. Posteriormente, dichos contenidos, gracias a su carácter accesible, la cercanía existente entre el *streamer* y su público, junto con otros elementos, favorecen la creación de una comunidad, así como el establecimiento de un vínculo entre el consumidor con otros usuarios y/o el propio *streamer*.

Asimismo, este aumento se ha visto favorecido por la implantación del aislamiento obligatorio, decretado por el Estado de Alarma del 13 de marzo de 2020. Durante este periodo, las herramientas tecnológicas se han convertido en un instrumento de primer orden para reducir la distancia social y paliar así la soledad producida por estar confinado en el hogar. De esta manera, durante la pandemia, ha habido un aumento del uso de Discord y Twitch con objetivos diferentes a los planteados en el origen de dichas plataformas, como establecer y/o fortalecer una comunidad donde poder compartir opiniones, comentar vídeos, organizar eventos...

Finalmente, el mayor empleo de estas aplicaciones es una consecuencia de los nuevos hábitos de consumo. En la actualidad, el panorama social está mediatizado por dispositivos tecnológicos, lo que ha ocasionado una pérdida de la interacción social en los jóvenes. Ello, unido al contexto establecido por la pandemia, ha impulsado la búsqueda por parte de los jóvenes de diferentes medios de comunicación para paliar su soledad. No obstante, la generación Z ha sustituido los medios tradicionales empleados con esta finalidad, como la radio y la televisión, por nuevas aplicaciones como Twitch o Discord.

Ante el incremento de los casos de soledad acontecidos durante los últimos cinco años en la sociedad española y los diferentes usos por parte de la juventud de los nuevos medios de comunicación, la intención de este Trabajo de Fin de Grado será analizar la posibilidad de que plataformas como Discord y Twitch actúen como medios acompañantes para paliar la soledad en los jóvenes con una edad comprendida entre 15 y 25 años.

3. Planteamiento del problema y objetivos de la investigación

Por ello, con la intención de abordar desde una amplia perspectiva la temática propuesta para este trabajo, se han establecido una serie de objetivos a cumplir:

1. Analizar la evolución histórica de la soledad y su mantenimiento en la actualidad.

- a) Definir qué se entiende por soledad.
- b) Investigar cómo ha evolucionado el concepto de soledad y cómo se entiende en la sociedad de hoy en día.
- c) Describir a los colectivos mayoritariamente afectados por la soledad.
- d) Demostrar que la soledad es una constante en la sociedad española actual.
- e) Analizar el aumento de casos en España durante los últimos 5 años.

- 2. Estudiar el aumento de los casos de soledad en la juventud y definir las principales causas de este crecimiento en el colectivo.**
- 3. Demostrar cómo la pandemia ha afectado a la soledad.**
 - a) Establecer qué colectivos han sido los más afectados por el confinamiento.
- 4. Analizar si la tecnología de la comunicación ha acercado a las personas y reducido su soledad durante los últimos cinco años.**
 - a) Averiguar si los medios de comunicación tradicionales (radio y televisión) pueden paliar la soledad y cómo lo consiguen.
 - b) Cuantificar el uso de las redes sociales para actividades como el entretenimiento y/o el acompañamiento entre los jóvenes.
 - c) Investigar si ha habido un aumento del empleo de plataformas como Discord y Twitch durante los últimos años.
 - d) Analizar si plataformas como Twitch y Discord han favorecido el establecimiento de una comunidad entre los usuarios.
 - e) Estudiar si Twitch y Discord han adquirido funciones propias de la radio y la televisión para actuar como medios acompañantes.

Para cumplir estos objetivos, el presente estudio se basa en la hipótesis principal de que los jóvenes de entre 15 y 25 años utilizan plataformas como Twitch y Discord para reducir su soledad. Asimismo, con la intención de demostrar si esta hipótesis se cumple, se han planteado cinco hipótesis secundarias:

1. Los casos de soledad han aumentado entre los jóvenes debido a la pérdida de vínculos comunitarios en la cultura social, económica y política o la expansión de las relaciones digitales, entre otras causas.
2. La juventud utiliza las redes sociales, así como los nuevos medios de comunicación porque necesitan ser reconocidos, admirados y validados por otros usuarios para sentirse parte de una comunidad.
3. Ha habido una reinterpretación del uso y las funcionalidades de Twitch y Discord ante las nuevas necesidades de los jóvenes.
 - a. A pesar de no haber sido creadas como acompañantes, han acogido este papel debido a la necesidad de los usuarios de formar parte de una comunidad.
4. Este papel adquirido de medios acompañantes se ha visto reforzado debido a la pandemia.
5. La calidad del acercamiento ofrecido por estas plataformas depende en gran medida del modo de empleo de dichas aplicaciones por parte de los usuarios, así como de sus circunstancias contextuales.

4. Metodología

Con la intención de comprobar la veracidad de la hipótesis planteada en el apartado anterior, hemos utilizado tres métodos de investigación: en primer lugar, una revisión bibliográfica acerca de las materias que comprenden este estudio, desde la soledad en los jóvenes hasta las nuevas herramientas digitales que este colectivo emplea. En segundo lugar, hemos utilizado un método cuantitativo mediante la realización de una encuesta dirigida a los jóvenes con una edad entre 15 y 25 años para comprender sus usos y opiniones acerca de Twitch y Discord. Finalmente, hemos empleado un método cualitativo, basado en entrevistas semiestructuradas a profesionales de diversos campos, así como a usuarios de dichas plataformas. A continuación, procedemos a explicar de manera detallada la metodología empleada durante este trabajo:

Revisión bibliográfica

Para conocer el estado de la cuestión, hemos desarrollado una búsqueda, recopilación y organización de diversas fuentes documentales acerca de la materia a investigar. Entre las plataformas utilizadas para obtener información pertinente se encuentran: Google Académico, IdUs, Dialnet y el catálogo FAMA de la Universidad de Sevilla. También hemos desarrollado esta tarea a través de las noticias recopiladas en las secciones especializadas, como tecnología o salud, de distintos medios de comunicación, como *ABC*, *EuropaPress*, *EFE* o *El País*.

Con la finalidad de cumplir con el objetivo planteado de analizar los datos durante los últimos años, hemos acotado la búsqueda a aquellas fuentes documentales publicadas desde 2015 hasta 2021. No obstante, hemos incluido algunos documentos anteriores a esa fecha, debido a que hemos considerado imprescindible la información aportada, pues dichos documentos permitían una ampliación de conocimientos acerca de cuestiones más especializadas como el concepto y el origen de la soledad.

Como hemos comentado en la introducción, el empleo de nuevas plataformas como Twitch y/o Discord, con una intención distinta a la ideada por los creadores de ambas herramientas, no es un hecho aislado, sino que en él han influido múltiples factores como el aumento de casos de soledad en los jóvenes, un cambio en la figura tradicional del consumidor, así como la aparición de nuevas redes sociales, entre otros.

Es decir, la hipótesis a demostrar aborda una cuestión amplia y, por ello, ha sido necesario establecer una clasificación de las fuentes documentales consultadas, para obtener información acerca de los factores que han podido influenciar en el establecimiento de estas plataformas como medios acompañantes. De esta manera, hemos establecido cinco categorías:

- **Documentos acerca de la soledad en España**, con la intención de obtener una perspectiva histórica de este sentimiento, entender cuáles son sus principales causas y consecuencias, así como conocer el número de casos durante los últimos cinco años. Ante el contexto excepcional impuesto por la pandemia acontecida en 2020, hemos incluido también diversos estudios sobre la percepción de soledad en este periodo.
- **Documentos sobre la soledad en los jóvenes**. Además de recopilar las cifras a nivel general, se debe conocer cómo se da este sentimiento entre los jóvenes de entre 15 y 25 años, sus causas y consecuencias, los principales medios utilizados por este colectivo para paliar la soledad, etc.

- **Documentos acerca del empleo de la radio y la televisión como medios para acompañar la soledad.** En la introducción hemos comentado la función social que ostentan ambos medios como acompañantes de las personas. Hemos investigado, por tanto, en qué medida estos medios considerados como tradicionales pueden cumplir esa labor. Asimismo, hemos analizado el uso de la radio y la televisión con ese objetivo por parte de las personas mayores, quien mantienen un empleo más frecuente de estas herramientas.
- **Documentos sobre los nuevos hábitos de consumo de los jóvenes.** La figura del consumidor ha cambiado, pero también los hábitos de consumo. Es necesario, por ello, averiguar cómo y por qué estos han variado entre los jóvenes.
- **Documentos acerca del uso de Twitch y Discord.** Finalmente, siendo estas dos plataformas el tema central de este estudio, hemos buscado información acerca de su origen, además de las características que les pueden permitir reducir la soledad.

De esta manera, hemos recopilado un total de 81 documentos, entre los que se encuentran, principalmente, artículos de revistas, informes, Trabajos de Fin de Grado y referencias en líneas.

Encuesta

Una vez hubimos obtenido suficiente información como para adquirir una amplia visión y entendimiento de la materia, desarrollamos una encuesta a través de la herramienta Google Forms. La intención de esta encuesta era conocer la opinión acerca de Twitch y Discord de los usuarios con una edad comprendida entre los 15 y los 25 años, franja establecida para la investigación de este estudio debido a que es en los jóvenes con esta edad donde se observa un mayor cambio en los hábitos de consumo. Además, los jóvenes con edades comprendidas en esa franja específica utilizan con más asiduidad las redes sociales y las plataformas digitales. Asimismo, la encuesta quería conocer cuál era la frecuencia de uso de estos jóvenes en ambas plataformas, así como los principales empleos que les daban.

Para ello, se formularon once preguntas: cinco enfocadas en Twitch, cinco centradas en Discord y una general. Ante la posibilidad de que algunas personas no conocieran y/o utilizaran ambas plataformas, todas las preguntas eran de respuesta optativa. No obstante, sí eran de respuesta obligatoria aquellas destinadas a averiguar si conocían estas plataformas, así como la última cuestión (“¿Considera que estas herramientas favorecen más la integración o el aislamiento de los usuarios?”), puesto que hemos considerado importante conocer si tanto los usuarios, como posteriormente los profesionales de distintas materias, creen que estas plataformas fomentan más la unión o el retraimiento de sus usuarios.

La encuesta estuvo disponible desde el 12 de abril de 2020 hasta el 26 de abril de 2020 y fue compartida por distintas redes sociales como WhatsApp, sobre todo entre grupo de jóvenes de esta franja de edad; Twitter o Discord, entre otras. En total, se han recibido 86 respuestas. Las preguntas que conformaban la encuesta pueden consultarse en el anexo 1: ‘Encuesta’, cuyos datos se analizarán con posterioridad en el apartado denominado ‘Resultados’.

Entrevistas

Además de conocer la opinión de los propios usuarios y la situación actual de la materia mediante la recopilación de fuentes documentales, hemos considerado necesario contactar con expertos en las materias relacionadas con la hipótesis para adquirir un mayor conocimiento acerca de estas y, con posterioridad, extraer una conclusión. Por ello, hemos desarrollado entrevistas semiestructuradas con preguntas abiertas individualizadas según el entrevistado, realizadas mediante llamada telefónica, vídeollamada o a través de un cuestionario enviado por correo electrónico.

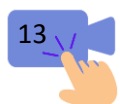
Respecto a esta decisión, después de valorar varias opciones, hemos considerado como la mejor elección llevar a cabo entrevistas semiestructuradas, porque pueden adaptarse a las diversas circunstancias de los entrevistados. De esta forma, hemos elaborado una serie de cuestionarios con preguntas específicas y abiertas. Así, aunque existían unas preguntas determinadas, los encuestados tenían la posibilidad de expandirse en sus respuestas e incluso derivar en otras opiniones relacionadas con la materia principal. Cabe señalar que las preguntas no han sido iguales para todos los participantes, sino que, aunque hemos establecido ciertas preguntas comunes, el cuestionario ha sido modificado para adaptarse a la profesión de cada entrevistado.

Igualmente, ante el contexto establecido por la pandemia acontecida en 2020, hemos optado por realizar las entrevistas vía online, aunque ofreciendo tres distintas alternativas: llamada telefónica, vídeollamada o un cuestionario enviado al correo electrónico. En esta decisión ha influido también el hecho de que algunos de los contactos previstos a entrevistar entrañaban dificultades para realizar una entrevista de manera presencial, debido, por ejemplo, a sus horarios laborales. Por ese mismo motivo, y ante la posibilidad de que no todos los entrevistados dispusieran de los medios requeridos para desarrollar la entrevista mediante vídeollamada, también hemos ofrecido la opción de realizarla mediante llamada.

En aquellos casos donde el contacto con los profesionales presentara más dificultades, como los creadores de contenido, hemos preparado una serie de cuestionarios que podían enviarse vía correo electrónico u otra aplicación donde la persona pudiera escribir o grabar su respuesta. Esta opción ha sido muy útil para contactar con los moderadores de canales de Twitch o servidores de Discord, así como con usuarios de ambas plataformas.

En cuanto a la selección de los entrevistados, con el objetivo de completar y reforzar el contenido recopilado gracias a las fuentes documentales, hemos establecido siete categorías, según la especialización del entrevistado:

- 1. Psicólogos y psiquiatras.** La intención era entrevistar a expertos especializados tanto en personas mayores, como en adolescentes, para abordar la percepción de la soledad en ambos grupos de edad, las causas y las consecuencias.
- 2. Asociaciones u entidades** a nivel nacional que organizaran iniciativas para paliar la soledad, en especial en grupos de edad como las personas mayores, de quienes se presupone, según el imaginario colectivo, más dificultad para realizar actividades que impliquen relacionarse o comunicarse con otras personas frecuentemente.
- 3. Investigadores y grupos de investigación.** Estas fuentes podrían aportar información adicional sobre los nuevos hábitos de consumo, acerca de los cambios acontecidos durante los últimos años en los medios de comunicación, así como del nuevo contexto planteado por el actual panorama digital.



4. **Expertos en los medios de comunicación.** El objetivo de entrevistar a periodistas o profesionales en comunicación audiovisual es comprender la potencialidad de la radio y la televisión como medios acompañantes. Asimismo, para entender cómo y por qué se ha dado una migración de usuarios jóvenes desde estos medios hacia nuevas plataformas digitales, como Twitch o Discord.
5. **Personal de Twitch y Discord,** incluyéndose a los propios moderadores de ambas plataformas, para entender el crecimiento de la plataforma, el cambio de finalidad respecto al que tenía en su origen y las nuevas formas de comunicación que ofrecen a los espectadores.
6. **Usuarios de Twitch y Discord.** Aunque se ha realizado una encuesta para conocer sus opiniones acerca de la plataforma, hemos considerado importante poder preguntarle cuestiones más abiertas acerca de sus propias experiencias (positivas, negativas o neutras) utilizando estas herramientas.
7. **Creadores de contenido.** Finalmente, es necesario conocer la perspectiva de los propios *streamers* para entender cómo aprecian ellos este cambio en la forma de comunicarse con su audiencia. Asimismo, hemos considerado necesario conocer en qué medida consideran que se ha creado una comunidad con su audiencia, y a través de qué instrumentos, entendiendo estos como los recursos que proporcionan ambas plataformas con este objetivo de favorecer la integración del usuario en una comunidad.

Respecto al número de fuentes contactadas, hemos podido entrevistar en total a 18 personas, con un mínimo de un entrevistado por cada una de las categorías presentadas con anterioridad. Las conclusiones extraídas de cada entrevista se encuentran en el apartado del presente estudio denominado 'Resultados'. Por otro lado, en el anexo 2, 'Fuentes orales', se pueden encontrar quiénes fueron las personas entrevistadas para este estudio.

5. Fundamentación teórica. La soledad no deseada: una problemática social actual

5.1. Hacia una perspectiva histórica de la definición de soledad

Carmen Martín Gaité (Martín, 2017), una de las autoras más importantes de las letras hispánicas del siglo XX, aseveraba que la soledad se admira y desea cuando no se sufre, pero la necesidad humana de compartir es evidente. En esencia, los humanos somos seres sociales y, por ello, sentimos una necesidad básica de fomentar nuestras relaciones con otras personas, con el objetivo de integrarnos en un grupo social.

Sin embargo, además de tener esta necesidad de pertenencia a un colectivo, la existencia del ser humano ha estado aparejada a sentimientos como la soledad. Este sentimiento adopta muchas formas, algunas positivas y otras negativas, puesto que mientras que algunas personas se encuentran solas por circunstancias externas —como el fallecimiento de un ser querido—, otras eligen este estilo de vida por voluntad propia. En ese sentido, para un tercio de los ciudadanos que asume momentos de soledad, este sentimiento tiene percepciones positivas como calma (24,2%) o autonomía (21,2%), según la encuesta realizada en 2019 por el Instituto DYM Market Research (citado por Ordiz, 2019).

A pesar de ello, en la actualidad, la soledad no deseada se ha convertido en un problema de salud social, según el propio Ministerio de Salud (citado por Morte, 2019). La gravedad de esta circunstancia ha llevado a algunos investigadores a considerar la soledad como la epidemia del

siglo XXI, puesto que al igual que una enfermedad, puede afectar a gran parte de la población causando un perjuicio grave y progresivo en la salud de las personas. Por tanto, en la era de la comunicación, caracterizada por la proliferación de las redes sociales, la soledad es un asunto de primer orden.

No obstante, para comprender su incidencia en la sociedad actual, es necesario entender el origen de este sentimiento. Perfilar la historia de la soledad, como señala Javier Rico Moreno en su ensayo *Hacia una historia de la soledad* (2014), es una actividad compleja, puesto que sus características y, por ende, su propia definición ha variado a lo largo de la historia. La Real Academia Española define la soledad como la “carencia voluntaria o involuntaria de compañía”, así como el “pesar y melancolía que se siente por la ausencia, muerte o pérdida de alguien o algo”.

Sin embargo, es importante señalar que estar solo y sentirse solo no es lo mismo. Según explica Cristina Valls Ayuso, licenciada en Psicología y Psicopedagogía, en su estudio sobre la soledad y la importancia de las redes sociales (citado por el Col·legi Oficial de Psicologia de la Comunitat Valenciana, 2016), a pesar de que la soledad se ha considerado como la ausencia de compañía, algunos autores utilizan este término para referirse a la experiencia subjetiva de cómo el individuo percibe la calidad de sus relaciones. El estudio *¿Estamos hiperconectados?*, realizado por Ikea en 2018, cifra en un 57% el número de personas que se encuentran aisladas en su hogar sin estar solos en casa (citado por Zamorano, 2020). Es decir, conviven junto a otras personas, pero sin comunicarse con ellas, únicamente se encuentran prestando atención al teléfono móvil.

Esta diferenciación supone una primera dificultad para definir el término soledad. El hispanista alemán Karl Vossler (citado por Rico Moreno, 2014) supone que, aunque este vocablo procede del latín *solitatem*, en realidad es un neologismo originado en la lírica galaico-portuguesa de finales de la Edad Media. Sirva de ejemplo que en los cancioneros lusitanos de los siglos XIII y XIV los términos *soédade*, *sóidade* y *suidade* (soledad, abandono y ausencia), frecuentemente empleados, se refieren a sentimientos de tristeza, queja, afán, abandono, languidez y nostalgia (Rico Moreno, 2014). “Para el siglo XV [...] es mucho más común el sentido nostálgico y relativo al amor que se representa también por vocablos como *desamparo o ausencia*” (citado por Rico Moreno, 2014).

Por el contrario, en la actualidad el concepto de soledad se encuentra diferenciado del término aislamiento social. La soledad está basada, entre otros factores, en una insatisfacción personal motivada por una falta de comunicación o la pérdida de calidad de esta. Es decir, está relacionada con cómo evalúan los individuos esa falta de comunicación. El aislamiento social conlleva una situación impulsada por la escasez de relaciones sociales (López y Díaz, 2018). Mantiene, por tanto, unas características más objetivas que el primer término.

Por este motivo, algunos investigadores y autores de la materia se rigen por la clasificación del psicólogo Robert Weiss (citado por López y Díaz, 2018), quien distinguía entre dos dimensiones de este sentimiento. En primer lugar, la soledad social, causada por la ausencia de un contacto efectivo con otras personas (familiares, amigos...). En segundo lugar, la soledad emocional, motivada por la falta de un verdadero apoyo que reafirme la pertenencia del individuo en esa relación o grupo social (citado por López y Díaz, 2018). De esta manera, este último puede persistir de manera independiente a las relaciones sociales de las que disponga una persona.

Por ello, en el presente estudio se entiende también el aislamiento social como una causa provocada por la ausencia de relaciones, por lo que se utilizará únicamente el término de soledad cuando se haga referencia a la problemática abordada.

Retomando el origen del concepto soledad, lo anteriormente explicado indica cómo este término ha variado a lo largo del tiempo. Así, en la Antigua Grecia la soledad era entendida como un elemento de fortaleza, además de una muestra de desamparo (Rico Moreno, 2014). Por el contrario, observando la tradición judeocristiana, Rico Moreno (2014) distingue dos modalidades de soledad. En primer lugar, aquella que se manifiesta como renuncia al mundo y que, por medio de la abstracción, se propone alcanzar el conocimiento de sí mismo, una comunicación directa con Dios o ambas cosas. Asimismo, se entiende la soledad como un sufrimiento del alma, una referencia muy utilizada durante la pasión de Cristo (Rico Moreno, 2014).

Después de esta breve síntesis de la evolución del concepto de soledad, se observa también que su existencia está aparejada a la de los seres humanos. No obstante, la soledad como problema social aparece en el segundo tercio del siglo XIX, con la industrialización de la vida humana, el sistema social y las familias (Vidal y Halty, 2020, p.93). Este proceso propició la aparición de grandes y complejas metrópolis, con elementos cada vez más complicados que aislaron a las personas entre sí y reforzaron además el individualismo en la sociedad.

Asimismo, este proceso de industrialización causó a su vez un amplio malestar, ante la imposibilidad de encontrar la solidaridad comunitaria presente en épocas anteriores. Se debe tener en cuenta que la sociedad contemporánea, época donde se desarrollan estos cambios, se caracteriza por el narcisismo y la individualidad (García, 2019). Es decir, las personas se enfocan en ellas mismas, en sus personalidades, deseos y resultados, lo que propicia un sentimiento de desapego hacia los individuos del entorno.

Con el paso del tiempo, la sociedad civil ha conseguido restaurar las comunidades vecinales, a la vez que las antiguas instituciones como la familia se han adaptado a los cambios de la nueva época. Igualmente, la llegada de la posmodernidad estableció la solidaridad comunitaria como una obligación moral en el ámbito mundial; gracias en gran parte a la constitución de un nuevo orden mundial a través del sistema de Naciones Unidas o al establecimiento de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (Vidal y Halty, 2020).

Respecto a esta última, destaca el impacto que mantiene este documento en la actualidad para el restablecimiento de la vida en comunidad, pues fomenta el cumplimiento de valores imprescindibles para conseguir esta recuperación, como la solidaridad. Javier Moctezuma (2015, p.2) aboga por la idea de que este valor “representa la vida comunitaria, las necesidades colectivas e intercambios mutuos, la sustitución del interés personal por el interés de la comunidad”. Así, aunque el individualismo continúa presente durante esta época, también se tiene en cuenta la integración de otros valores derivados de los hechos acontecidos durante este periodo histórico.

En lo que respecta al siglo XXI, la soledad vuelve a ser un elemento de preocupación, aunque ahora ostenta unas características propias y diferenciadas a las conocidas hasta ese momento. En este siglo se observa una sociedad donde los ciudadanos se han acostumbrado a convivir en grandes multitudes. Asimismo, estos han interiorizado una movilidad psicológica, para adaptarse a los grandes cambios sociales desde el grupo; una movilidad identitaria, para interactuar e interiorizar la diversidad social; así como una movilidad comunicacional, es decir, pueden mantener conversaciones dentro de esa multiculturalidad, pero sin llegar a perder el sentido de pertenencia (Vidal y Halty, 2020, p.95).

No obstante, a pesar de que las estructuras posmodernas existentes, como la globalización, han permitido un nuevo sentido de comunidad civil, también han intensificado tendencias establecidas en periodos anteriores como el individualismo, que tiende a ignorar “los vínculos heredados y las identidades establecida” (Londoño, 2011, p.5). Esta pérdida está causando una crisis identitaria y de vínculos (con la familia, la sociedad...) en los individuos, lo que conlleva a un alejamiento respecto a sus iguales (Londoño, 2011, p.5).

De esta manera, desde el comienzo del siglo XXI, y cada vez con más frecuencia, el aislamiento social y/o la soledad de las personas han sido cuestiones de gran preocupación, prácticamente a escala mundial. Especial relevancia cobró esta temática social en los países anglosajones, hasta el punto que en Reino Unido se convirtió en materia de Estado. Por ello, en 2018 la entonces ministra británica, Theresa May, anunciaba la creación de un Ministerio de Soledad.

La institución, a cargo de la política Tracey Crouch, tenía como objetivo implantar una estrategia de gobierno para paliar la soledad del país —continuando así la idea iniciada por la difunta diputada Jo Cox, quien había creado con anterioridad una Comisión de la Soledad ante la magnitud del problema. Una problemática que, según publicaba la *BBC News Mundo* en 2018, en su artículo “La soledad, un mal contemporáneo mundial que en Reino Unido ahora es asunto de Estado”, afectaba en ese momento a 9 millones de personas en Reino Unido (el 13,7% de la población total).

En España se ha ido tomando conciencia de esta cuestión social, desde la ciudadanía hasta la propia Administración Pública. De esta forma, en momentos donde es posible un mayor aumento de casos de soledad, distintas instituciones públicas han organizado iniciativas para reducir esta problemática, en especial en el grupo social de las personas mayores. Durante el confinamiento a causa del coronavirus, por ejemplo, la Policía Local de Jerez de la Frontera (Cádiz) organizó una iniciativa solidaria para donar más de 260 aparatos de radio dirigidos a personas mayores en riesgo de exclusión social en la ciudad o que estuvieran establecidas en residencias donde no dispusieran de esos medios (R.D, 2020).

A pesar de que este grupo social suele ser el principal objeto de las medidas adoptadas, en los últimos años también se ha prestado una mayor atención a otros grupos vulnerables como los adolescentes, las mujeres o los desempleados. La acentuación de estas medidas viene dada en gran medida por el creciente número de publicaciones e investigaciones que demuestran la progresiva incidencia de la soledad en dichos colectivos.

Asimismo, ha influido el hecho de que los medios de comunicación trataran esta temática de manera más continuada y desde diferentes perspectivas. Sirva de ejemplo el artículo publicado en 2018 en el periódico digital *The Objective* “¿Por qué la soledad afecta más a los jóvenes de entre 16 y 24 años?”, donde se aportaban diversas cifras y estudios que demostraban una mayor afección de la soledad en la juventud. Con los datos expuestos, se puede extraer la idea de que la soledad no deseada es una problemática con causas profundas, pues está estrechamente relacionada con la integración del ser humano en una comunidad y el significado del papel de los otros en la vida personal y social. Por tanto, la soledad del siglo XXI:

No es una soledad del estar, un mero aislamiento físico, sino una profunda soledad del ser. Es decir, lleva no solo a su aislamiento físico, sino que es un desarraigo espiritual y existencial que conduce a que su participación en las instituciones esté vaciada de sentido (Vidal y Halty, 2020, p.97).

5.2. Las causas y las consecuencias de la soledad

Los factores que pueden causar soledad son muy diversos. Entre ellos, se pueden encontrar elementos relacionados con la configuración y el establecimiento de las ciudades modernas; la actual cultura laboral, muy vinculada tras la pandemia a los servicios telemáticos, o la expansión de las relaciones digitales, debido al auge de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Otra razón se encuentra en la disminución de una corresponsabilidad comunitaria por parte de los ciudadanos a causa de procesos de intercomunicación, como la globalización. A pesar de que la época actual se caracteriza por una conectividad cultural, social, política... máxima entre individuos de diferentes partes del mundo, esta movilidad provoca a su vez un progresivo desarraigo entre las personas y su propia pertenencia. Por tanto, hay dos fuerzas operando en direcciones opuestas. “Por un lado se impulsa [a las personas] hacia comunidades internacionales y diversas, progresivamente intensas, y en el otro se empuja hacia soledades cada vez más aisladas” (Vidal y Halty, 2020, p.96).

Asimismo, la soledad también está estrechamente relacionada con el progresivo vaciamiento del sentido de las instituciones existentes. Durante la contemporaneidad, aunque estas cumplen sus funciones básicas, los individuos no encuentran un sentido existencial en ellas. Existe, por tanto, una crisis del sentido, donde se desconfía tanto del papel, como del correcto funcionamiento de las instituciones y los valores tradicionales, como la Iglesia, el Estado o el Arte (Contreras, 2017).

Ello causa una desconexión entre la sociedad y el individuo, así como una pérdida de vínculos comunitarios en la cultura social, económica y política. Al final, la ruptura con el sentido de las instituciones y el desinterés por implicarse en esos vínculos dificultan al individuo en la tarea de conferirle un sentido propio a la vida (Vidal y Halty, 2020). En ese sentido, Londeño (2011, p. 15) asevera que “la polarización creada por este ascenso del individualismo, el consumismo, la obsolescencia rápida de todo lo nuevo que nos propone la ciencia y la técnica, tiene un efecto ‘bumerang’, ya que está invitando por doquier a una reflexión más profunda sobre la persona, su ser y sus posibilidades como ser individual y social”

El hecho de que la nueva soledad sea existencial explica además por qué este sentimiento se da en mayor medida en colectivos con unos procesos de socialización constantes, como los jóvenes; en entornos laborales y/o educativos, espacios donde las oportunidades de interacción son mayores, así como en unidades familiares con hijos (Vidal y Halty, 2020).

No obstante, es necesario señalar que, aunque la soledad se ha relacionado con el aumento de personas que viven solas, no existen aún suficientes pruebas que consoliden estos datos como una teoría única, puesto que en muchas ocasiones es la propia persona quien opta por esta soledad. Por ejemplo, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2015 los hogares unipersonales representaban un 25% del total. De ellos, el informe *La soledad en España* (Díez y Moreno, 2015) distinguía entre las personas que vivían solas de manera voluntaria (un 59%) y los "obligados" (un 41%).

En el informe del INE en 2019 estos hogares representaron el 25,7%, aunque no se indica el porcentaje de personas que han vivido solas de manera voluntaria. No obstante, es llamativo que, de esta cifra, un 41,9% tenían 65 o más años y, de ella, un 72,3% eran mujeres. Datos que, como se explicará con posterioridad, ratifican a estos grupos sociales como dos de los más afectados por la soledad.

Retomando las causas de la soledad, se señalaba la configuración urbanística como productor de este sentimiento. El diseño y la posterior disposición de las ciudades es un elemento con una gran influencia en el bienestar de sus habitantes, pues se trata de un núcleo central en la vida de estos. Por ello, la distribución urbanística favorecerá o paralizará la conexión social entre los ciudadanos en la medida en que tengan al individuo como protagonista.

La ciudad diseñada a mitad del siglo XX fija este protagonismo en los automóviles, así como en los procesos industriales legados de épocas anteriores. De esta manera, se han reducido notablemente los espacios verdes y comunitarios —utilizados generalmente como zonas de socialización— frente a la privatización de estas zonas para la conformación de urbanizaciones con patios y/o piscinas o el aumento de carriles de circulación para automóviles propios.

En esa línea, se observa la desaparición de otros espacios comunes como las plazas mayores, ubicadas ahora sobre todo en los pueblos, aunque en algunos de ellos este concepto también esté decayendo. En las ciudades, se han sustituido estas zonas por franjas con pequeños arriates, redirigiéndose así el espacio común de socialización hacia algunos de los principales monumentos de cada ciudad o hacia los centros comerciales.

Por otro lado, se mencionaba con anterioridad un aumento del sentimiento de soledad en entornos de interacción como el laboral o el educativo. En ello influyen diversas razones; una de ellas es la creciente carga de tareas hacia el empleado, lo que ocasiona una sobrecarga laboral que le obliga a utilizar el tiempo libre destinado a la interacción a finalizar las tareas pendientes.

Asimismo, también contribuye la introducción de las tecnologías digitales en el entorno laboral, las cuales sustituyen la posibilidad de tener una interacción humana en profundidad con otros compañeros. La expansión de estas nuevas tecnologías, no solo en ámbito laboral, sino a nivel general, es un elemento de preocupación, puesto que un uso excesivo de las redes sociales, por ejemplo, puede influir negativamente en el individuo, aislándolo del mundo que lo rodea, así como de sus emociones.

Melissa Hunt y Jordyn Young (2018), profesoras del Departamento de Psicología de la Universidad de Pensilvania, afirman que el impacto de las redes sociales como Facebook, Snapchat e Instagram influye de manera negativa en el bienestar de los usuarios causando, por ejemplo, soledad. Esta es una de las paradojas de este siglo: en la era de la comunicación y la hiperconectividad —debido a la proliferación del uso de las redes sociales y los nuevos medios de comunicación— la soledad continúa siendo una constante en la sociedad.

Este sentimiento, aunque sea de forma no deseada, puede suponer una actividad beneficiosa para el bienestar de la persona, puesto que facilita que esta se conozca mejor a sí misma. Mónica Torres, doctora en psicología de la Unidad de Intervención Psicosocial de la Universidad Pontificia Comillas, afirmaba en el artículo “La soledad no deseada: una epidemia del S.XXI que se expande sin hacer ruido”, publicado por *La Sexta* en 2019: “vivimos en un momento en el que tenemos cierta alergia a las emociones supuestamente negativas como la soledad, el aburrimiento, la tristeza o la frustración” (citado por Morte, 2019).

En la actualidad, la hiperconexión de la sociedad establece la idea de que los ciudadanos deben estar siempre vinculados a las personas de su entorno, lo que impide aprender a vivir las emociones mencionadas con anterioridad. A pesar de ello, aunque no existen estudios científicos que demuestren que la soledad cause fallecimientos por ella misma, algunas investigaciones señalan que en ciertos casos vivir sin compañía puede suponer un riesgo.

Uno de esos estudios es el realizado recientemente por científicos del Copenhagen University Hospital en Dinamarca (citado por Sanoja, 2019). La investigación concluye, después de realizar un seguimiento durante 32 años a 3.346 hombres con una edad media de 62 años, que la soledad aumenta la mortalidad por cualquier tipo de causa, entre ellas, las enfermedades cardiovasculares (Sanoja, 2019). En esa línea, la Asociación Americana de Psicología advierte de que la soledad no deseada se convertirá en la mayor causa de riesgo sanitario en las sociedades occidentales (citado por Morte, 2019). La soledad se situará, así, por encima de otras cuestiones sanitarias de riesgo como la obesidad (citado por Morte, 2019).

Esta relación entre la soledad y la posibilidad de ostentar un mayor riesgo de problemas de salud físicos y mentales ha sido ratificada por estudios previos, como el realizado por Hawkey y Cacioppo, en 2010 (citado por Zhang, Kim, Silverstein, Song, and Burr, 2020). En él, además de incluir las enfermedades cardíacas, los autores especificaron otros problemas como la presión arterial alta, la obesidad, un sistema inmunológico debilitado, la ansiedad, la depresión o un deterioro cognitivo, cuya gravedad puede incrementarse a causa de la soledad (citado por Zhang et al., 2020). Asimismo, la soledad no deseada favorece la adopción de una vida sedentaria e incrementa la posibilidad de adquirir hábitos alimenticios, de sueño y autocuidado inadecuados. Finalmente, los expertos señalan el tabaquismo o el alcoholismo como posibles consecuencias de este sentimiento (Morte, 2019).

La edad de la persona es también un factor a tener en cuenta en las posibles consecuencias ocasionadas. De esta manera, mientras que en las personas de mayor edad puede elevar el riesgo de demencias o problemas físicos, en la juventud puede favorecer el desarrollo de adicciones tecnológicas. En este último colectivo también se han dado casos de jóvenes que han abandonado su vida social, hasta llegar a algunos extremos como aislarse de manera indefinida en su hogar y/o dormitorios. En el capítulo del *Informe España 2020* denominado “La Soledad del siglo XXI”, Vidal y Halty (2020) recogen cómo más del 21% de la población madrileña encuestada en su estudio ha sufrido un aislamiento social, siendo un 26% aquellas personas que lo padecen de manera leve y un 3% quienes lo sienten de un modo intenso. Por otro lado, un 21,1% carece de un grupo de amigos.

En Japón a este fenómeno de autoexclusión social se le ha denominado ‘hikikomori’, cuyo significado literal es ‘retiro social’. Es un proceso gradual, donde la persona pierde progresivamente la motivación por desempeñar cualquier actividad, abandona sus funciones diarias, como los estudios, o procesos cotidianos como acudir al trabajo o asistir al médico. Así, el afectado reduce sus vínculos sociales hasta encontrarse prácticamente solo. “Sin ningún amigo, duermen por el día o están enganchados a las pantallas. Incluso se llega a la absoluta inactividad” (Kremer y Hammond, 2013).

5.3. La incidencia de la soledad en la sociedad actual

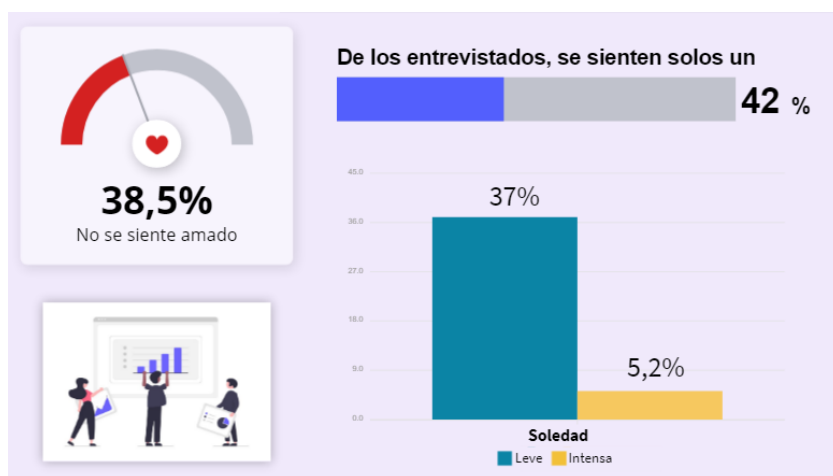
Un tercio de la población se siente sola con frecuencia o con mucha frecuencia. Así lo confirma la encuesta acerca de la soledad realizada en 2018 por la *BBC*. El proyecto, denominado *Experimento sobre la Soledad*, entrevistó a 55.000 usuarios del periódico a nivel mundial, convirtiéndose en la encuesta más extensa desarrollada hasta ahora sobre esta materia.

Como se ha expuesto con anterioridad, la soledad es hoy en día una problemática social de gran preocupación debido, principalmente, a su ascendente incidencia. En esta preocupación también influye que España será en 2040 el país más longevo del mundo, según el estudio *How healthy will we be in 2040?* (2018) elaborado por el Institute for Health Metrics and Evaluation (IHME) (citado por Morte, 2019).

En cuanto a las cifras, la encuesta realizada por Vidal y Halty en 2020 en la Comunidad de Madrid destacaba que el 90,5% de los encuestados considera que la soledad y el aislamiento están aumentando en la sociedad actual. Cuanto mayor edad tiene el encuestado, más convencido se encuentra de este incremento. Del mismo modo, las personas desempleadas también creen en mayor proporción (95%) que el porcentaje de casos de ambas circunstancias ha aumentado. “El 94% de quienes están dedicados a actividades no remuneradas como las labores domésticas también sostienen esa percepción en un porcentaje alto. Los jubilados lo creen en el 93% de los casos”, aseveran los autores en su artículo.



Infografía propia realizada en base a los datos de la encuesta desarrollada por Vidal y Halty (2020) en la Comunidad de Madrid



Infografía propia realizada en base a los datos de la encuesta desarrollada por Vidal y Halty (2020) en la Comunidad de Madrid

La crisis provocada por la pandemia del coronavirus ha supuesto un incremento de los casos de personas que se han sentido solas, especialmente después de la implantación del aislamiento obligatorio, decretado por el Estado de Alarma del 13 de marzo de 2020. El informe *España 2020*, elaborado por la Cátedra José María Martín Patino de la Cultura del Encuentro de la Universidad Pontificia Comillas, señala que un 11% de los españoles han padecido soledad grave durante la pandemia, frente a un 5,2% que afirmaba padecerla previamente. Asimismo, algunos investigadores consideran que la práctica del distanciamiento social para reducir el riesgo de la infección por coronavirus puede haber exacerbado los sentimientos de soledad entre los adultos de más edad (citado por Zhang et al., 2020).

Junto a este sentimiento, el estudio de la Universidad Complutense y Grupo 5 sobre el impacto psicológico y la resistencia de la población española ante la covid-19 durante las primeras semanas de confinamiento (2020) asevera que un 70% de los encuestados ha sentido nerviosismo y angustia, siendo más de la mitad de ellos incapaz de controlar sus inquietudes. Por otro lado, un 60% reconoce haberse sentido decaído, con poco interés en realizar actividades.

En cuanto a los principales afectados, la soledad aflige a todos los colectivos, en mayor o menor medida. Como se ha comentado en los epígrafes anteriores, los individuos pueden sentirse solos en contextos muy diferentes, incluso en lugares donde existe un constante movimiento de personas. De esta manera, la encuesta de Vidal y Halty demuestra que, aunque con un porcentaje menor, el 21% de la gente tiene sentimientos de soledad en su centro de trabajo o estudios, respecto al 78,8% que afirma que nunca se ha sentido solo en estos lugares.

En ese sentido, la convivencia con otra persona, aunque puede ayudar a paliar la soledad, no implica siempre que el afectado se sienta acompañado. La encuesta mencionada subraya que el 32,3% de la población nunca está sola, sin embargo, el porcentaje de personas que padecen este sentimiento han aumentado. Los datos recogen que las personas que más soledad han sentido son aquellas que no residen con sus familiares, sino, por ejemplo, con compañeros de piso (91,7%) (Ordiz, 2019). En cuanto al periodo semanal, el fin de semana es cuando más se incrementa la sociabilidad. No obstante, un 8% pasa solo todo o casi todo el fin de semana.

Por género, las mujeres son las más afectadas. En total, un 13,7% de las mujeres encuestadas (Vidal y Halty, 2020) pasan solas todo o casi todo el día laborable. Asimismo, se ven más afectadas por un aislamiento físico en sus propios hogares por dos razones: la primera, porque la mayoría de las personas viudas en España son mujeres. El segundo motivo se encuentra en que aún persiste un mayor porcentaje de mujeres dedicadas exclusivamente a las labores domésticas. De esta manera, el 45,2% de las mujeres sienten soledad, mientras que en los hombres el porcentaje es de un 38,7%. En cuanto a sentir una soledad intensa, el número de afectados es mayor en el género femenino (6,4%), en comparación con el obtenido en el masculino (4%) (Vidal y Halty, 2020).

Esta incidencia directa en el género femenino puede agravarse si llegan a converger algunos factores externos. "Que la persona sea pobre, que viva en un tercer piso sin ascensor, que sea mujer y mayor de 84 años, que no tenga redes sociales, la ponen en situación de riesgo". Así lo indica Mayte Sancho, presidenta de la ONG Grandes Amigos, dedicada a la compañía y amistad con personas mayores, en el artículo de *El País* 'La soledad, una realidad con la que debemos aprender a convivir' (citado por Sanoja, 2019).

Asimismo, se debe subrayar que, entre estos factores, también influye el nivel de estudios. De esta forma, a mayor nivel académico, más posibilidad de que haya sufrido este sentimiento. Las cifras se incrementan (67,1%) cuando el individuo ha cursado estudios universitarios. Respecto a la edad, Vidal y Halty (2020) comentan que "los estudiantes (7,5%) y jubilados (6,9%) también sufren soledad intensa por encima de la media".

No obstante, la encuesta establece una diferencia entre el tiempo acompañado vivido por ambos grupos sociales. Los jóvenes menores de 30 años pasan menos tiempo acompañados permanentemente. En cambio, los mayores de 60 son los que tienen compañía estable con mayor frecuencia: 3 de cada 5 personas mayores de sesenta años están continuamente acompañadas por alguien. Estos datos son ratificados por el *Estudio del impacto psicológico derivado del Covid-19 en la población española* (2020):

Los más jóvenes, los que tienen entre 18 y 39 años, son los que presentan más ansiedad, depresión y síntomas somáticos, así como un mayor sentimiento de soledad y falta de compañía. Por el contrario, los mayores de 60 se muestran más tranquilos y reconocen controlar mejor sus emociones (Universidad Complutense de Madrid, 2020, línea 15).

Respecto al control de las emociones, el estudio demuestra una ausencia de manejo de estas en la juventud, pues, aunque el 96% ha intentado regularlas debido al nuevo contexto establecido por pandemia, únicamente el 60% lo ha conseguido en la mayoría de las ocasiones. En ese sentido, el coronavirus también ha supuesto una dificultad añadida en este control de las emociones debido al aislamiento familiar y/o social presente en muchos jóvenes.

El reportaje multimedia *La soledad en tiempos de pandemia*, elaborado por un grupo de alumnos del periódico *Mirada 21*, indicaba que parte del 20% de los españoles mayores de 18 años que viven solos se han quedado completamente aislados de sus familiares y amigos durante los meses de confinamiento. De hecho, es en la juventud donde el sentimiento de soledad ha doblado sus cifras. Frente al 14,7% de personas de 60 años que afirman haberse sentido solas se encuentra el 31% de los jóvenes menores de 30 (Universidad Complutense de Madrid, 2020).

5.3.1. Las personas mayores, un grupo social vulnerable

Los datos anteriormente expuestos indican una clara incidencia del sentimiento de soledad en la juventud y las personas mayores. Puesto que en los epígrafes posteriores se tratará la existencia de este sentimiento en los jóvenes (14 a 25 años), es necesario exponer con mayor claridad los datos recogidos acerca de cómo afecta la soledad en el grupo social de mayor edad debido a dos razones. La primera de ellas es que siempre se ha considerado a este grupo social como el más vulnerable a las consecuencias de la soledad, casi en exclusividad. De hecho, cuando se reflexiona sobre este sentimiento, tiende a asociarse con las personas mayores. Por ello, es necesario entender cómo les afecta y en qué medida, según los datos extraídos de la literatura científica investigada.

El segundo motivo se encuentra en que, para paliar esta soledad, es frecuente por parte de este grupo social el empleo de los medios de comunicación tradicionales, como la radio o la televisión. Por este motivo, es necesario conocer cómo sienten la soledad para comprender, con posterioridad, los instrumentos que emplearán para reducirla. Asimismo, estudiar cómo los medios desarrollan este papel de acompañantes con este grupo social, permitirá entender mejor la relación establecida entre la juventud y los nuevos medios de comunicación.

Según la *Encuesta Continua de Hogares de 2018*, publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), cerca de 2 millones de personas de más de 65 años viven solas en España. De ellas, un 71,9% son mujeres. Por otro lado, es necesario señalar que, en 2019, “los hogares unipersonales de personas de 65 años o más disminuyeron un 1,4%, mientras que los formados por menores de 65 años aumentaron un 3,3%”, según la última encuesta del INE (2019).

A pesar de ello, los datos demográficos reflejan que este problema aumenta con el paso del tiempo. Así, los estudios prevén un incremento en los años posteriores de personas que viven solas. Sirva de ejemplo cómo en la actualidad la población española mayor de 64 años (18,6%) supera a la menor de 18 años (17,9%). Asimismo, para 2066 se estima que la cifra de personas mayores aumentará hasta al 34,5% (Sanoja, 2019).

La vulnerabilidad de este sector no viene dada únicamente por la edad, sino también porque están “expuestas a eventos críticos que generan cambios sustanciales en sus relaciones sociales” (citado por López y Díaz, 2018, p.2). alguna de estas circunstancias puede ser la pérdida reciente de un cónyuge, que puede generar un sentimiento de soledad intensa o la separación geográfica de los contactos de la persona.

Por otro lado, las personas mayores se ven también afectadas por factores externos que influyen directamente en su estado de ánimo. El artículo ‘El sentimiento de soledad en la vejez’ (López y Díaz, 2018) señala cómo este grupo social es más proclive a sentir soledad emocional en algunas franjas horarias, como al anochecer. Sobre este periodo destacan el difícil desafío que supone para ellos volver a casa, “sabiendo que nadie les espera dentro y que habrán de permanecer en ella, sin disponer de compañía, hasta la mañana siguiente. Cerrar entonces la puerta de la calle significa enfrentarse directamente con la soledad” (López y Díaz, 2018, p.7). Asimismo, este sentimiento aparece con mayor asiduidad durante la noche, cuando se nota más la ausencia de un ser querido, como un cónyuge, y se rememora con mayor frecuencia los momentos vividos en compañía.

Por otra parte, como se ha comentado previamente, también influye la distribución de las ciudades. En el caso de las personas mayores, la reducción de espacios verdes o zonas donde poder sentarse a descansar dificultan las posibilidades de sociabilizar de estas personas. De esta manera, Carmen García Álvarez, editora jubilada y vecina del barrio de Chamberí (Madrid), comentaba en el artículo periodístico “La soledad, una realidad con la que debemos aprender a convivir” (2019) un problema común en las ciudades actuales como es el hecho de que los bancos de muchos parques se encuentren en zonas donde los niños juegan a la pelota. Esta configuración dificulta que las personas mayores puedan sentarse en estos espacios y se vean obligados a buscar otros, aunque sean menos agradables (Sanoja, 2019).

Influye también el establecimiento de un fuerte individualismo en la sociedad actual, lo que conlleva una pérdida de los valores y lazos comunitarios existentes en épocas anteriores. El grupo social de las personas mayores se encuentra, por tanto, con una pérdida de zonas donde socializaba de manera más frecuente. Ante esta ausencia no encuentran, además, un movimiento social que les permita una mayor integración en la vida comunitaria, un concepto cada vez menos arraigado en la sociedad actual.

A estas circunstancias debe sumársele la dificultad presente aún hoy en día para que las personas reconozcan sentirse solas, sin sentirse culpables por ello, y pidan ayuda a los expertos correspondientes. José Ángel Palacios, portavoz de la ONG Grandes Amigos, indicaba en el artículo anteriormente mencionado y publicado en *El País* (2019) que una de las principales dificultades para prevenir la soledad no deseada es la estigmatización de la vejez. “En el imaginario colectivo circula un estereotipo negativo de las personas mayores vinculando vejez con tristeza e incapacidad” (Sanoja, 2019).

En esa línea, Sanoja (2019) afirma en su artículo la importancia que adquiere sobre el grupo social el “peso del edadismo”, término acuñado por el psiquiatra Robert N. Butler para referenciar la discriminación existente hacia las personas mayores. La consideración sobre la vejez ha variado a lo largo de los años. Así, mientras que en las “sociedades primitivas” esta se consideraba un símbolo de conocimiento y experiencia, hoy en día es asociada a adjetivos como ‘vulnerable’ o con una pérdida de las capacidades, tanto físicas como mentales, de la persona.

En consecuencia, el imaginario social ha vinculado de manera general una serie de prejuicios negativos a las personas mayores. Esta asociación ha causado a su vez cierta exclusión del grupo social en la sociedad actual, provocando situaciones de inequidad, falta de ilusión o de ánimo, además de aumentar las posibilidades de sentir soledad. Es por ello que, ante la falta de comunicación, las personas mayores han buscado diferentes medios para paliar este sentimiento, entre ellos utilizar medios de comunicación tradicionales como la radio o la televisión. Las características de ambos medios que permiten este uso, así como el empleo dado por parte de este grupo social son cuestiones tratadas con posterioridad en el presente trabajo.

5.3.2. La juventud, un nuevo colectivo vulnerable

En el colectivo imaginario es habitual, por tanto, relacionar la soledad con personas mayores. Sin embargo, los datos previos demuestran un aumento del padecimiento de este sentimiento entre los jóvenes de entre 16 y 24 años, como confirma el estudio realizado por BBC Radio 4 (citado por *The Objective*, 2018).

Asimismo, según un estudio de la Universidad de Manchester, la Universidad Brunel de Londres y la Universidad de Exeter (citado por *The Objective*, 2018), el 40% de los jóvenes se sienten solos a menudo o muy a menudo, frente a un 29% de personas con una edad comprendida entre los 65 y los 74 años. Por otro lado, Halty y Vidal (2020) aseveran que “la soledad afecta extensamente a los jóvenes y eso conecta el problema estructuralmente con las dimensiones del ser”. Destacaban, además, la iniciativa propia de esta franja de edad para responder a la encuesta online, pues ha facilitado la recogida de datos de este colectivo.

Las cifras reflejan que, en la última semana antes de la encuesta, los jóvenes se habían sentido “insatisfechos con la vida, más aislados y solos, especialmente en el trabajo”. En ese periodo de tiempo, el 31% de los jóvenes menores de 30 años se sintieron solos, en comparación con el 14,7% de las personas mayores de 60 años y el 18% de quienes tenían entre 30 y 60 años.

En cuanto al aislamiento social, los jóvenes padecen un 2% más que la media (3%). Las conclusiones de la encuesta afirman que, cuanto más joven es la persona, menos posibilidad tiene de pedir un favor importante a un vecino, por ejemplo. Asimismo, frente a una media del 70%, únicamente un 54,6% están satisfechos en general con su vida. Respecto a la soledad en el trabajo, los autores señalan que un 8% de los jóvenes afirman sentir una soledad intensa en su entorno laboral, en comparación con el 5,3% de media.

Las causas de la aparición de este sentimiento en la juventud son múltiples, así como pueden serlo sus consecuencias. A lo largo de este marco teórico hemos definido la soledad como una vivencia subjetiva causada por la ausencia y/o disminución de relaciones sociales o de la calidad de estas, entre otros factores. Se ha subrayado, además, que la presencia física de otro sujeto no es una condición excluyente para no sentirse solo. Las personas, como seres sociales, precisan convivir con otras, pero, sobre todo, necesitan conectar con ellas y sentirse integradas dentro de un grupo social.

Por ello, las relaciones sociales son un elemento esencial en el desarrollo de los humanos. El aprendizaje de las destrezas sociales fundamentales para comunicarse con otras personas adquiere una mayor importancia durante la adolescencia, puesto que se trata de una etapa de cambio y crecimiento donde los jóvenes deben enfrentarse a un nuevo contexto y a sus dificultades.

La complejidad de esta transición, junto con la necesidad de adaptarse a los cambios físicos y psicosociales comunes de esta etapa, convierten la adolescencia en un periodo de mayor vulnerabilidad para la aparición de problemas de salud (físicos, mentales y/o emocionales), como el riesgo de sentir soledad. La percepción de este sentimiento aumenta cuando, además de las dificultades propias del cambio, el adolescente se ve expuesto a acontecimientos de gran carga emocional, como la ausencia de comunicación con los padres o las dificultades para alcanzar ambiciones propias o las expectativas familiares (Carvajal y Caro-Castillo, 2009).

El autor Morrison (citado por Carvajal y Caro-Castillo, 2009) afirma que “la salud mental de los adolescentes está influenciada por los sentimientos de bienestar que incluyen la capacidad de interactuar socialmente, afrontar el estrés en los periodos difíciles, e implicarse en relaciones y actividades con los demás”. De esta manera, influye la falta de habilidades sociales para enfrentarse al nuevo ambiente social y relacionarse con otras personas del entorno; sea esta falta tanto real como subjetiva, es decir, percibida así por el adolescente, aunque no exista realmente dicha ausencia. Asimismo, la no consecución de estas aptitudes de interacción puede dificultar la integración del adolescente con sus iguales.

Igualmente, durante la adolescencia los jóvenes ostentan una mayor libertad y reducen sus relaciones con sus vínculos primarios, enfocándose más en otras relaciones sociales como, por ejemplo, las establecidas con sus amigos. Desarrollan, a su vez, expectativas concretas respecto a estas nuevas relaciones, esperando “lealtad, apoyo e intimidad”, según indican Carvajal y Caro-Castillo en su estudio *Soledad en la adolescencia: análisis del concepto* (2009, p.5).

En este sentido, si el adolescente mantiene unas esperanzas utópicas en cuanto a su propio comportamiento y los valores que experimentará en este nuevo contexto, puede llegar a padecer soledad al sentir que no ha conseguido establecer un verdadero vínculo de amistad y/o al sentirse incomprendido por su entorno. Esta incompreensión también puede darse porque sienta que sus decisiones individuales, sobre su personalidad, sus gustos, su estética, etc., no son validadas por sus iguales.

Asimismo, un factor asociado con frecuencia a la soledad son los cambios en la estructura familiar. Como se comentaba previamente, durante este periodo suele disminuir, generalmente, el control parental sobre ciertas cuestiones, lo que provoca un distanciamiento respecto a los padres y una mayor consideración por las relaciones establecidas con personas de la misma edad. Cabe mencionar que esta disminución de contacto directo también puede darse con los propios compañeros debido a un empleo masivo de los medios tecnológicos.

No obstante, la familia es un elemento imprescindible porque puede favorecer o perjudicar la integración del joven y evitar la aparición, así como reducir, el sentimiento de soledad. Un resentimiento de la comunicación entre los jóvenes con sus padres o los cambios en la unidad familiar, dificultan en cierta manera que los adolescentes puedan obtener apoyo e información acerca de las “necesidades interpersonales básicas. Aspectos como la desintegración familiar, familias reconstituidas, entre otros, disminuyen las relaciones familiares y aumentan comportamientos como abuso de drogas, problemas emocionales y de la conducta, y bajo desempeño escolar” (Carvajal y Caro-Castillo, 2009, p.5).

De esta manera, las relaciones familiares fuertes, donde exista una buena comunicación entre los padres y los hijos, pueden ayudar a los adolescentes a enfrentar este sentimiento, al ofrecerles un entorno protegido donde poder expresar cómo se sienten, así como aprender a manejar este sentimiento adecuadamente y/o consultar a los expertos en los casos necesarios, como aquellos donde se sufra con una intensidad elevada. En ese sentido, la falta de experiencia

para gestionar las emociones es un factor importante ante el padecimiento de este sentimiento. Por otro lado, es necesario mencionar la asociación entre la soledad y algunos sentimientos negativos como la tristeza o la sensación de pesimismo hacia el futuro propio. Así, las personas jóvenes relacionan la soledad con el “fracaso personal y el hecho de no sentirse integradas en un grupo”, como indicaba Ordiz (2019) en su artículo “Los jóvenes tienden a sentirse más solos que las personas mayores”, basado en los resultados de la encuesta sobre la soledad en España realizada por DYM Market Research (2019).

Finalmente, otros motivos pueden encontrarse en el miedo a una evaluación negativa por parte del nuevo entorno social, así como a la aprensión de compartir opiniones propias con los demás. Los prejuicios y las críticas a los que puede verse sometido un adolescente, repercute negativamente en sus relaciones sociales, dificultando que estas puedan desarrollarse adecuadamente. Asimismo, puede propiciar que el adolescente se aleje de sus relaciones, llegando en casos graves al aislamiento social.

En cuanto a las consecuencias, la revisión de la literatura realizada por Heinrich y Gullone (citado por Carvajal y Caro-Castillo, 2009) evidencia una relación entre la soledad y problemas psicosociales, de salud mental y del bienestar físico. Respecto a los dos primeros, los autores asocian la soledad con sentimientos de “tristeza, ansiedad, depresión, baja autoestima, conducta suicida, abuso de drogas y restricciones dietéticas” (Carvajal y Caro-Castillo, 2009, p.12). En lo que respecta al bienestar físico, la soledad se encuentra vinculada a síntomas como dolor de cabeza o dificultades cardiovasculares. Ello se debe principalmente a que las personas con este sentimiento tienden a adoptar estilos de vida menos saludables, donde se realiza ejercicio con menor frecuencia o no se dispone de unos hábitos alimenticios adecuados.

Por último, los autores indican también un aumento de estrés psicológico en los adolescentes causado por la soledad. Asimismo, ha sido considerada como causa de depresión, comportamientos autodestructivos y suicidio en los adolescentes (Carvajal y Caro-Castillo, 2009). No obstante, es necesario aclarar que la soledad y la depresión son conceptos diferentes, a pesar de mantener algunas características comunes como la sensación de tristeza.

En conclusión, durante la adolescencia las posibilidades de padecer el sentimiento de soledad aumentan exponencialmente. Se incrementan, además, las posibles consecuencias negativas, ocasionadas, principalmente, por una falta de experiencia en la gestión de las propias emociones. Con el objetivo de reducir la incidencia y/o la aparición de este sentimiento, los jóvenes acuden a Internet y a las redes sociales, espacios donde se sienten más seguros y capaces de interactuar con otros individuos. Asimismo, es importante señalar el creciente empleo de estas herramientas por parte de los jóvenes en aquellas épocas donde sienten de manera más profunda la ausencia de compañía como, por ejemplo, durante la pandemia causada por la covid-19.

5.4. El papel de los medios tradicionales como acompañantes

Desde la implantación del aislamiento obligatorio, decretado por el Estado de Alarma del 13 de marzo de 2020, las herramientas tecnológicas como las redes sociales se han convertido en un elemento primordial utilizado por la mayoría de las personas con el objetivo de paliar la soledad. Según la encuesta de Vidal y Halty (2020), para el 23% de los madrileños la participación en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter...) supone cierta compañía. Esta cifra asciende al 34,5% cuando se refiere a los jóvenes encuestados.

No obstante, las redes sociales, así como las nuevas aplicaciones digitales de comunicación, son herramientas relativamente recientes en cuanto al objetivo de reducir la soledad se refiere. La radio y la televisión han sido dos medios esenciales con esta finalidad para la población española, en especial en generaciones como la *Baby Boomer* o la generación *X*, caracterizadas por un amplio uso de dichos medios de comunicación tradicionales (Expansión, 2020).

El frecuente uso de dichos medios se basa en varios motivos, uno de ellos es el aumento de hogares unipersonales que está desarrollándose en España. La posibilidad de escuchar una voz o sentirse integrado en una comunidad de oyentes y/o telespectadores, aporta un claro beneficio en el bienestar del usuario. Esta circunstancia adquiere mayor importancia si se tiene en cuenta que en la actualidad algunos grupos sociales, como las personas mayores, se ven expuestos a otros factores externos como la imposibilidad de salir fuera del hogar o las condiciones precarias en las que viven (Gorospe, 2020). Algunas de ellas no disponen siquiera de una radio o televisión, siendo estos medios aportados en varias ocasiones por residencias, ONG y/o iniciativas solidarias.

Asimismo, también influyen otros factores como los horarios. López y Díaz (2018) subrayan la noche como uno de los momentos donde las posibilidades de enfrentarse a la soledad están más limitadas, pues únicamente se pueden efectuar algunas actividades concretas a esas horas dentro del domicilio. Entre ellas, los autores destacan la realización de ciertas tareas domésticas, “aunque para ello suele recurrirse sobre todo a la radio y a la televisión dado que, estén o no atendiendo a sus contenidos, proporcionan una sensación de compañía bastante apreciada si se vive en solitario” (López y Díaz, 2018, p.10). Por otro lado, el uso de ambos medios mientras los usuarios interactúan con otras personas permite también una oportunidad para expandir de sus redes.

Es una de las conclusiones extraídas por Ugochi y Ebe (2019) en su estudio en Nigeria, después de escuchar los testimonios de los participantes. Estos últimos creían, además, que una gran posibilidad de estos medios era la capacidad que les otorgaban para comunicarse con todos los grupos de edad sin distinción. En esencia, los programas de radio y la televisión, en especial aquellos que los usuarios consideran sus favoritos, “ocupan sus mentes, los hacen reír y sentirse menos solos” (Ugochi y Ebe, 2019, p.41).

Por último, antes de especificar las características propias de cada medio que permiten su empleo con la finalidad de reducir la soledad, se debe comentar una de las conclusiones extraídas del artículo de Ugochi y Ebe (2019). Además de la compañía capaz de ofrecer estos medios, los participantes recalcaron la importancia de mantener relaciones presenciales, así como conversaciones con otras personas. Por ello, la mayoría de los participantes del estudio consideró que la calidad de sus relaciones sociales aumentaba gracias a la comunicación constante con familiares y amigos a través del teléfono, pues le había dado la oportunidad de comprender mejor a sus interlocutores, así como sus problemas diarios. Es por ello que el

teléfono se ha consolidado también como un medio tradicional e importante empleado con la finalidad de estar más acompañados.

5.4.1. La televisión

La televisión mantiene unas características concretas que favorecen su uso constante en distintas circunstancias. Así, es un medio de gran alcance en cuanto a la integración de las personas. En primer lugar, porque dispone de una amplia capacidad para llegar a un extenso espectro de televidentes, sin ser importante sus condiciones sociales, económicas, políticas o culturales. No es necesario, por tanto, un determinado nivel académico o económico para poder acceder a ella. Por el contrario, se trata de un medio de fácil acceso y, en general, de carácter gratuito.

Por otro lado, además de relatar los hechos acontecidos, la televisión incluye sonidos e imágenes, lo que contribuye a que el usuario disponga de recreaciones exactas de lo que está ocurriendo. Ello facilita, además, la posibilidad de establecer un vínculo entre lo expuesto en el medio y el propio espectador. Las personas pueden relacionarse emocionalmente con lo que ven en la pantalla, por ello, es más sencillo sentirse acompañado e identificado, porque pueden conectar con lo que les ocurre a otras personas.

Un artículo publicado en 2008 en el *Journal of Experimental Social Psychology* analizaba cómo los programas de televisión favoritos proporcionaban al espectador un sentimiento de pertenencia (citado por Butler y Pickett, 2009). Este fenómeno, conocido como subrogación social, establece que, a través de las imágenes, voces e historias emitidas, el individuo forma un lazo emocional con personajes televisivos, creando una 'relación ficticia' con ellos. De esta manera, el individuo considera satisfecha su necesidad social de adaptarse a la sociedad y establecer relaciones con otras personas.

Ese mismo estudio comenta también la hipótesis de sustitución social. Según esta, cuando un individuo no puede establecer relaciones sociales con personas reales, se refugia en sus programas televisivos favoritos. Así, la televisión se convierte en un sustituto temporal de pertenencia al grupo, lo que alivia los sentimientos de soledad mientras la persona no cuenta con los vínculos sociales que necesita. Esta hipótesis también puede darse en circunstancias que afectan a una relación personal como, por ejemplo, una discusión entre una pareja. Así, los investigadores aseveran que en aquellas personas "que experimentaron una amenaza en la relación y luego vieron su programa de televisión favorito fueron protegidos contra el golpe a la autoestima, el estado de ánimo negativo y los sentimientos de rechazo" (Butler y Pickett, 2009, línea 43).

Por otro lado, se debe tener en cuenta que la televisión se ha convertido en un medio 'doméstico', donde el usuario puede hacer uso de él desde el hogar. Esta característica le ha permitido integrarse plenamente en la vida de sus consumidores. Sirva de ejemplo la inclusión de cadenas de radio en los canales de televisión o la incorporación de un apartado de música personalizada dentro de algunos televisores, con el objetivo de que los usuarios dejen encendido este medio mientras realizan otras funciones, como las tareas domésticas.

Otro ejemplo puede encontrarse en las reuniones o comidas familiares donde la televisión se encuentra encendida permanentemente, aunque los usuarios estén hablando entre sí o realizando otras actividades, como chatear por el móvil. Finalmente, una característica importante para comprender el empleo de la televisión como medio para paliar la soledad es la información global y personalizada que esta ofrece. Gracias a esta cualidad, los usuarios pueden

romper las barreras del tiempo y del espacio, descubrir diversos acontecimientos y conectar con otras personas. Así, el artículo de investigación ‘Television, radio, and telephone: Tools for reducing loneliness among older adults in Nigeria’ (2019) señalaba cómo los participantes interactuaban con personas ajenas a la red familiar gracias a los temas que conocían a través de los programas emitidos en los distintos medios de comunicación, tanto en la radio como en la televisión. Los entrevistados aseveraban también que “durante esta interacción, tienen la oportunidad de reír y olvidar sus preocupaciones” (Ugochi y Ebe, 2019, p.40).

Es decir, con la televisión, los usuarios son partícipes de flujos de información constantes y a tiempo real, incluso de acontecimientos sucedidos en otras zonas del mundo alejadas de la residencia del telespectador (Ugochi y Ebe, 2019). Este conocimiento permite a los usuarios entablar conversaciones con otros individuos acerca de los eventos actuales. Esta oportunidad es particularmente importante para los participantes del estudio de Ugochi y Ebe (2019), personas mayores, pues les permitía conversar con sus nietos sobre la actualidad, después de haber utilizado alguno de estos medios de comunicación.

Además de obtener una mayor información, la televisión ha aumentado la educación acerca de ciertos temas que pueden ayudar al usuario, como la salud o la alimentación. De esta temática podemos destacar programas como *Salud al día*, emitido en Canal Sur, donde, además de instruirse, los telespectadores pueden sentirse identificados por los testimonios escuchados. A su vez, la televisión favorece el intercambio cultural a través de sus diversas opciones de películas, series, noticieros, programas deportivos, culturales y gastronómicos, favoreciendo la aceptación de otras culturas diferentes (Fernández, 2021). En cuanto a las cifras que reflejen lo expuesto, la encuesta desarrollada por Vidal y Halty (2020) confirma que para un 46,7% de los participantes la televisión les aporta una compañía, frente a un 33,1% que considera que este medio no les acompaña en ningún sentido.

La empresa de servicios de asistencia Gerosol (2020) afirma que entre los grupos sociales más acostumbrados a utilizar la televisión con esta finalidad se encuentran las personas mayores y quienes padecen una enfermedad que les requiera pasar largas temporadas en la cama o en el hogar. Esta afirmación sobre las personas mayores es ratificada por Vidal y Halty (2020): “La televisión acompaña también al 63% de los mayores y el 72,6% de las personas viudas”. Entre los motivos se encuentra que, cuanto más edad tenga la persona, más padece esta la falta de compañía, según los autores. Es decir, las personas mayores sienten más la soledad en el mundo, en parte, porque cuentan con menos familiares solidarios que se preocupen por cubrir sus necesidades en cuanto a la comunicación.

La encuesta confirma que el 19,5% de las personas mayores reconoce no tener familiares que se preocupen por ellos, mientras que la media de la población en esa situación es del 14,2% (Vidal y Halty, 2020). Esta situación propicia la búsqueda de un medio que cubra dichas necesidades, lo que puede conducir a una mayor dependencia hacia la televisión.

Las personas mayores se confirman como una población que padece estructuralmente la soledad, aunque no son el único grupo social (Vidal y Halty, 2020). La televisión aporta una mayor compañía a las personas desempleadas (52,1%), a personas separadas (56,5%) y a los trabajadores no remunerados (61,2%). Respecto al género, “la televisión acompaña más a mujeres (50,5%) que a hombres (42,6%)” (Vidal y Halty, 2020, p. 120). Asimismo, aumenta su papel como medio acompañante en las localidades con mayor población (Vidal y Halty, 2020).

5.4.2. La radio

Por su parte, la radio es también un medio social de gran alcance, en primer lugar, porque facilita el acceso y la participación a todas las clases sociales, indistintamente de sus circunstancias económicas o culturales. En este acceso también influye el hecho de que sus mensajes son sencillos y fáciles de comprender. En ese sentido, puede ayudar también superar ciertas barreras impuestas a personas discapacitadas.

Por otro lado, la radio acompaña a los oyentes prácticamente en cualquier sitio: desde el propio hogar, hasta en los transportes privados y públicos. Los locutores forman parte de la vida del oyente, proporcionándole la información necesaria para conocer qué ocurre a su alrededor; conocimiento que, como se ha comentado previamente, permite a los usuarios entablar conversaciones con otras personas del entorno social, sin que estas tengan que pertenecer necesariamente al núcleo familiar.

Asimismo, la información escuchada impulsa a los oyentes a construir opiniones propias o considerar nuevas temáticas, “conectándonos con nuestro entorno y llevando hasta donde estemos el acontecer de nuestra comunidad”, como se cita en el artículo periodístico “La radio: un medio que cuenta cuando se impone la soledad” (Gerosol Asistencia, 2020).

La radio permite al oyente, además, un mayor grado de participación en el programa. Sirvan de ejemplo los programas musicales o las tertulias de expertos, donde los usuarios pueden intervenir para dedicar una canción o pueden consultar sus preguntas sobre ciertos temas, respectivamente. En este último caso se pueden nombrar programas como *La tarde de Canal Sur Radio con Mariló Maldonado* de Canal Sur Radio, donde los oyentes pueden dar sus opiniones o contar sus propias experiencias acerca de los temas tratados en cada programa.

En esa línea, es importante destacar la participación e implicación de las personas mayores en este medio. Este grupo social dispone de programas concretos donde hacer escuchar su voz a través de las ondas. Sirvan de ejemplo programas como *Juntos paso a paso* (RNE), *El legado de nuestros mayores* (Radio 5), *Palabras mayores* (Radio Internacional) y *Con mayor voz* (OMC Radio), donde se comentan temas como la salud, la soledad, la dependencia... (Gerosol Asistencia, 2020).

Existen también talleres de radio dirigidos especialmente a este grupo social, impartidos tanto para entretenerles, como para otorgarles un modo de expresión. Además de estos talleres, también se desarrollan iniciativas para entregar transmisores de radios a aquellos colectivos vulnerables que no puedan disponer de ellos. Así, en abril de 2020, el periodista de *El País* Pedro Gorospe describía la iniciativa de Psikopompo, una asociación en Vitoria (País Vasco) que utiliza la música para aumentar la calidad de vida de las personas mayores. La asociación había repartido diez receptores de radio en la Residencia de la Tercera Edad de Víllodas, un pueblo a unos doce kilómetros de Vitoria. Asimismo, Psikopompo está en contacto con las residencias, así como asociaciones relacionadas con este grupo social para conocer cuáles sus necesidades: aprender a utilizar la televisión y/o la radio, instalarlas...

Estas acciones se suman a iniciativas privadas, como el programa de radio realizado en julio de 2020 por Canal Sur, Cadena COPE, Radio Jerez y Onda Jerez, en colaboración con la Policía Local de la ciudad jerezana. Durante el programa se abordaron los mayores problemas y delitos sufridos durante estos meses por las personas mayores, aportando con posterioridad pautas y consejos de especialistas.

Finalmente, la radio despierta las emociones de los oyentes gracias a los hechos relatados por el locutor, las voces, la música y los silencios. Ello le permite conectar con más facilidad tanto con las personas descritas en los acontecimientos, como con el propio profesional del medio. Es importante destacar que en esta cercanía también influye el lenguaje sencillo característico de este medio, a la par que cercano, como si el locutor estuviera manteniendo una conversación directamente con el oyente. Este se siente, por tanto, integrado en el programa y puede disminuir su sensación de soledad.

En ese sentido, también destacan las cadenas de radio que han empezado a grabar lo que ocurre en las cabinas, para que el oyente pueda escuchar y ver al mismo tiempo. Sirva de ejemplo la emisora radiofónica Europa FM, que emite su programa *Malas influencias*, presentado por Coco Pretel, en directo a través de la cuenta de Instagram oficial de la cadena. Asimismo, también se incluyen otros elementos visuales como entrevistas realizadas en otros programas propios, como *Yu: no te pierdas nada*. Finalmente, es destacable que algunas emisoras, entre las que también se encuentra Europa FM, han apostado por publicar algunos de sus programas y/o fragmentos de ellos en los nuevos medios de comunicación como Youtube.

5.5. Las nuevas herramientas digitales

A pesar de que la radio y la televisión han sido los medios acompañantes tradicionales, una función que mantienen en la actualidad, aunque en diferente medida, las nuevas tecnologías también pueden facilitar el contacto con otras personas, ampliando o asegurando los círculos sociales de los usuarios o, incluso, favoreciendo la integración del individuo. No obstante, un excesivo y/o mal uso de estas herramientas puede ocasionar consecuencias negativas como propiciar sentimientos de ansiedad o, en casos más extremos, un aislamiento social.

Los medios tradicionales proporcionan un valor al usuario a través de los elementos que constituyen los programas: las voces, los sonidos, la música y, cuando corresponden, los silencios y las imágenes. Por el contrario, las redes sociales reemplazan las comunidades tradicionales, creando nuevas relaciones más directas y cercanas. Asimismo, en la época de la conectividad, se han establecido como canales de información y de afecto (Zamorano, 2020).

En la actualidad, estas herramientas sociales están completamente asentadas a nivel mundial y son utilizadas, además, por todos los colectivos. Así, como indican los investigadores Zhang et al. (2020) en su artículo de investigación 'Social Media Communication and Loneliness Among Older Adults', cada vez con más frecuencia las personas mayores han adoptado Internet y las redes sociales como parte de sus vidas diarias para realizar cuantiosas actividades como, por ejemplo, comunicarse con los demás. En ese sentido, los autores señalan los datos recogidos por el Research Center Pew (Centro de Investigaciones Pew) acerca del empleo de estos medios en diferentes franjas de edad en Estados Unidos durante 2019:

En 2019, aproximadamente dos tercios de los estadounidenses de 65 años o mayores usaban Internet y el 40% de este grupo de edad también utilizaba las redes sociales, aunque las tasas de uso entre los grupos de edad más jóvenes son más altos (69% entre 50 y 64 años; 82% entre 30 y 49 años; 90% entre los 18 y los 29 años) (citado por Zhang et al., 2020, p.2).

El artículo 'Loneliness and Social Internet Use: Pathways to Reconnection in a Digital World?' (2018) evidencia una diferencia entre la utilización de estas tecnologías entre la adolescencia y los adultos para comunicarse con otros usuarios. Así, en la adolescencia tardía y la edad adulta es más frecuente la comunicación en línea tanto con amigos como con desconocidos. Por el

contrario, los jóvenes generalmente utilizan estas tecnologías como una continuación de sus comunicaciones con amistades previas. No se trata, por tanto, de un desplazamiento de dichas amistades por nuevas interacciones a través de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). En el momento en que estas se emplean para reemplazar las comunicaciones sociales presenciales es cuando comienza a asociarse con un aumento del sentimiento de soledad en este colectivo (Nowland, Necka y Cacioppo, 2018).

En general, las TIC, donde se incluyen también las redes sociales, suponen una herramienta cotidiana de comunicación. Así, el *Estudio de Redes Sociales 2020* del IAB España cifra en un 87% a los internautas de entre 16 y 65 años que utilizan las redes sociales, siendo un 51% mujeres. Acerca de las redes sociales se deben mencionar dos características que las consolidan como un instrumento clave para la integración de las personas dentro de un grupo social.

En primer lugar, la facilidad y la rapidez de acceso que permiten, pudiendo pertenecer a un mismo grupo personas de diferentes partes del mundo, por ejemplo. De esta manera, las personas mantienen sus vínculos con sus familiares y amigos, independientemente de su ubicación y limitaciones físicas (Zhang et al., 2020).

En segundo lugar, las redes sociales se caracterizan por su flexibilidad de uso, en cuanto que permiten su empleo en cualquier lugar y momento del día, así como garantizan una interacción rápida entre los usuarios. Sirva de ejemplo aplicaciones como Twitter, donde a pesar de las diferencias horarias, siempre puedes encontrar un contenido de actualidad y/o algún usuario con el que poder interactuar.

Para esta investigación es de especial interés la posibilidad que ofrecen las redes sociales de aumentar las relaciones sociales de las personas, a la par que permiten mantener sus amistades de manera continuada y aumentan su participación en actividades sociales. Respecto a esto último, el artículo 'Social Media Communication and Loneliness Among Older Adults' (2020) destaca la afirmación de algunos autores como Lee B. Erickson de que el uso de estas herramientas puede ser una estrategia para aumentar la interacción social tradicional.

La idea se basa en que, en el desarrollo de una relación social iniciada por las redes entre dos usuarios, estos añaden nuevas formas de contacto que impliquen otros elementos propios como la imagen o la voz (reuniones en persona o realizar llamadas telefónicas). A su vez, ello reduce la sensación de soledad, puesto que el vínculo con la otra persona es reforzado. Por ejemplo, en 2011 Erickson realizó un estudio en Estados Unidos acerca del impacto que había tenido Facebook en personas mayores de 65 años para crear vínculos, así como sus principales usos. Los participantes afirmaron usar esta red social para mantener el contacto de manera continuada con sus familiares y amigos.

De esta forma, cuando esta relación no es factible debido a circunstancias externas, como la distancia física o una enfermedad, las redes sociales son una herramienta importante para no perder la conexión social (citado por Zhang et al., 2020). No obstante, los encuestados subrayaban una mayor preferencia por las interacciones sociales en persona, especialmente cuando las cuestiones tratadas en la conversación eran importantes o acerca de asuntos privados.

5.5.1 Cambios en los hábitos de consumo en los jóvenes

A pesar de que el empleo de estas herramientas se ha extendido entre todos los colectivos de la población española, adquieren un mayor uso entre los adolescentes, quienes muestran más interés por conocerlas. La principal razón reside en que durante esta etapa de transición la familia ha dejado de ser la principal institución de socialización y ha sido sustituida por los primeros vínculos de amistad creados en la escuela. En este contexto, las tecnologías se convierten en un agente socializador igual de importante, principalmente porque median las relaciones establecidas a través del móvil, el ordenador, las *tablets*, etc. (Castillo, 2020).

Según Echeburúa y Requesens (citado por Castillo, 2020), las tecnologías se integran rápidamente en la vida de los adolescentes, al igual que otros elementos como las discotecas, como una señal más de identidad. Por tanto, en el caso de la juventud, las tecnologías están ampliamente asentadas en sus vidas diarias. Berta Ruiz Benítez y Francisco Jesús Alaminos Romero (2019) señalaban la activa presencia de las TIC en la vida de los jóvenes andaluces: “ocho de cada diez niños de entre 10 y 15 años son usuarios de ordenador, nueve de cada diez de Internet y seis de cada diez disponen de teléfono móvil”.

Asimismo, las investigaciones revelan que este colectivo se trata de un usuario frecuente en el uso de estas tecnologías. Según un estudio de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) los jóvenes de entre 6 y 13 años pasan una media de 5 horas diarias frente a alguna pantalla: televisión, dispositivos móviles, consolas... (citado por Ruiz y Alaminos, 2019). Los principales usos de estas herramientas son comunicativos, recreativos y prácticos (Besoli, Palomas y Chamarro, 2018). Estos autores destacan además el traspase de un uso mayoritariamente lúdico a uno comunicativo por parte de los menores de edad.

Por su parte, Ruiz y Alaminos señalan que entre los jóvenes andaluces de 14 a 27 años es más frecuente el uso de las TIC para actividades relacionadas con los estudios, como la búsqueda de información (90,2%) y el ocio. Respecto a esta última finalidad, señalan que nueve de cada diez jóvenes busca, escucha y/o descarga música, mientras que un 86% emplea las TIC para divertirse en páginas web y un 78% busca información acerca de actividades de ocio y eventos.

En cuanto al entretenimiento, los autores señalan también la amplia presencia que tienen los juegos online entre los principales usos de las TIC. Por otro lado, se pueden destacar otros objetivos relacionados con las tecnologías como la comunicación con aquellas personas (familiares o amigos) con las que no mantienen un contacto presencial frecuente (74,8%); subir fotografías, vídeos u otra información a las redes (60,3%) o compartir información y novedades con otras personas (35,4%) (Observatorio de la Infancia en Andalucía, 2018).

Respecto a la interacción con otras personas, de igual manera que para los otros colectivos, esta nueva forma de comunicación les permite fomentar sus relaciones interpersonales, les impide perder los contactos con sus amistades por motivos de lejanía o de tiempo y les facilita el intercambio de emociones y experiencias (Castillo, 2020). Así, el barómetro de 2020 realizado por el Centro Doña Sofía y la FAD: *De puertas adentro y de pantallas afuera jóvenes en confinamiento* indica una mayor comunicación a través de plataformas de mensajería instantánea para interactuar con familiares y amigos (78,5%).

Asimismo, Castillo (2020) señala la idea expuesta por Manuel Hernanz en su artículo ‘Adolescencia y nuevas tecnologías. Cuaderno de Psiquiatría y Psicoterapia del Niño y del Adolescente’ (2012) de que este uso puede ser también una consecuencia de los periodos donde los padres están ausentes por obligaciones laborales y los adolescentes se encuentran solos. El

psiquiatra Antonio Terán indica también que las TIC ofrecen a los jóvenes un estímulo agradable, pues las conciben como un medio para fomentar su aceptación por sus iguales, mejorar o establecer nuevas relaciones sociales, así como aliviar su malestar emocional. Con ellas pueden imaginar, además, “que tienen una personalidad ficticia cuando usan los videojuegos” (citado por Castillo, 2020, p.36).

No obstante, aunque estas herramientas fomenten la interacción entre los jóvenes, la soledad también se manifiesta a través de las redes sociales, pudiendo aumentar sus consecuencias negativas para el colectivo debido a la complejidad del nuevo contexto virtual que establecen. En la actualidad, el empleo de las redes para paliar la soledad es una cuestión de especial interés para los expertos y tratada desde muchos puntos de vista porque constituye en sí misma una paradoja: en un contexto donde existe una ausencia de vínculos con otras personas, las redes son un espacio seguro donde refugiarse, pero a su vez también son una fuente de síntomas como la ansiedad.

Por tanto, las investigaciones no son por el momento concluyentes —en especial en cuanto a las personas mayores—, pues evidencian tanto los riesgos, como los beneficios de Internet y las redes. En 1998 Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukophadhyay y Scherlis señalaron que, aunque las tecnologías sociales son diseñadas para mejorar la conectividad en tiempo real, también desarrollaban efectos negativos en el bienestar psicológico en los usuarios (citado por Herrero, Urueña, Torres e Hidalgo, 2019).

Algunos autores como Zhang et al. (2020) exponen en su artículo ‘Social Media Communication and Loneliness Among Older Adults: The Mediating Roles of Social Support and Social Contact’ alguno de los equívocos resultados obtenidos en varios estudios sobre el impacto de Internet y las redes sociales en los usuarios. Por un lado, investigaciones como las realizadas en el artículo ‘Social media gerontology: Understanding social media usage among older adults’ (2015) confirman que el uso de estas herramientas facilita la interacción con familiares y amigos (Zhang et al., 2020).

Conclusión reafirmada por otros estudios posteriores realizados en fechas más recientes como, por ejemplo, ‘Internet use and loneliness of older adults over time: The mediating effect of social contact’ (Zhang et al., 2020). Sin embargo, otras publicaciones como ‘Problematic social media use and perceived social isolation in older adults’ (2020) también aclaran que las tecnologías ofrecen al usuario la posibilidad de reducir sus conexiones con el mundo real y adentrarse completamente en el virtual. Ello puede ocasionar soledad en los sujetos y/o casos de aislamiento social (Zhang et al., 2020).

El empleo de las redes tiende a relacionarse con niveles más altos de soledad cuando estas se utilizan primordial o exclusivamente para el entretenimiento o la recopilación de la información. Mientras que estas herramientas aumentan los sentimientos de satisfacción en las relaciones sociales cuando la finalidad principal es social, como la comunicación con otras personas (Zhang et al., 2020). Es decir, las redes permiten una disminución de la soledad cuando estas se emplean en una comunicación activa, en vez de para una navegación pasiva como puede ser buscar información o consumir un programa online.

En su artículo ‘Does social media make us more or less lonely? Depends on how you use it’ (2020), Roger Patulny, profesor asociado de la Universidad de Wollongong (Australia), afirma que por el momento las investigaciones han demostrado que el empleo de las “redes sociales por sí solo no puede curar la soledad, pero puede ser una herramienta para construir y fortalecer nuestras conexiones genuinas con los demás, que son importantes para una vida feliz” (Patulny,

2020, línea 1). Por ello, Patulny considera que la potencialidad de estas herramientas para cumplir este objetivo dependerá del empleo dado por el propio usuario. Así, estas cumplen una función positiva cuando sirven para mantener y mejorar las relaciones previamente existentes de manera presencial o para crear nuevos vínculos con otras personas. Por el contrario, su función es negativa cuando se utilizan como sustitutas de una verdadera interacción social.

De esta manera, la psicóloga Susana Sáez Blanco (citado por Melior, s.f) explica cómo algunos de sus pacientes han podido encontrar grupos o personas afines a sus intereses gracias a la tecnología. Sin embargo, Sáez puntualiza que cuando existe algún “déficit de autoestima o habilidades sociales” la persona funda o se integra dentro de un mundo virtual, creado generalmente por personas abiertas a la experiencia.

El usuario percibe este espacio como un refugio donde sentirse cómodo, puesto que no está expuesto de manera directa al rechazo de los demás. Asimismo, únicamente muestra aquella parte que considera que será aceptada por los otros usuarios de la relación social. En estos casos, la soledad se intensifica porque la relación carece además de algunos elementos básicos para que se establezca una relación de calidad como, por ejemplo, la voz, los gestos... (citado por Zhang et al., 2020)

Baumeister y Leary (citado por Zhang et al., 2020) explicaron en 1995 la teoría de la “necesidad de pertenecer”. En ella establecieron que las personas están programadas para buscar relaciones interpersonales estables y positivas que les produzcan un sentimiento de pertenencia. Ello conduce a su vez a una menor soledad. Sin embargo, cuando estas necesidades sociales no se satisfacen, el sistema de recompensa del cerebro no se activa, lo que puede conllevar un mayor sentimiento de soledad. Los usuarios pueden compartir los diferentes momentos de su vida mediante estas plataformas, sintiéndose así ‘vistos’ e integrados por los otros usuarios, de quienes conocen nuevas informaciones y con quienes pueden establecer una mayor conexión. “El uso de las plataformas de redes sociales está vinculada a la activación del sistema de recompensa del cerebro” (citado por Zhang et al., 2020, p.2).

En el caso de los jóvenes, destacan las cifras proporcionadas por el Observatorio de la Infancia en Andalucía en su infografía de 2018: *Actividades que realizan con frecuencia los jóvenes de 14 a 24 años en Internet*. Entre ellas se encuentran “saber sobre la vida de otras personas (61,1%)” y, a su vez, que “sepan sobre ellos a través de sus fotos y vídeos (60,3%)”.

Por su parte, Zhang et al. (2020) explica la relación entre la comunicación en las redes sociales y la soledad por medio de dos mecanismos: el apoyo social percibido y el contacto social. El apoyo social incluye dos dimensiones; la primera de ellas es el apoyo social percibido, es decir, el que el usuario considera que tiene cuando lo necesita. La segunda dimensión es el apoyo recibido, aquel que la persona recibe realmente. Las investigaciones señalan que el apoyo social percibido tiene una mayor repercusión sobre la soledad respecto al recibido (Zhang et al., 2020).

En ese sentido, la utilización de redes sociales mantiene una relación positiva con el apoyo social percibido, pues permite a los usuarios mantenerse conectados con sus vínculos sociales con frecuencia y sin tener en cuenta las limitaciones físicas o temporales. Durante la adolescencia esta relación adquiere una mayor importancia, pues como señalan Valkenburg, Peter y Schouten (citado por Besoli et al., 2018) a mayor uso de las redes sociales, más aumenta la autoestima de los jóvenes y, por ende, la complacencia con la vida.

Además, en el caso de la juventud, los jóvenes suelen gestionar la soledad mediante estas nuevas tecnologías, debido a que estas son el medio donde más tiempo pasan. En particular, destaca el caso de los más jóvenes quienes están presentes hasta en ocho plataformas, mientras que la presencia de los españoles de entre 54 y 65 años es de un 4,4%, según el estudio *Connected Life* de la consultora Kantar TNS (citado por Gallardo, 2020).

Por ello, si ante una adversidad los jóvenes no perciben una red de apoyo a la que acudir, tienden a aislarse y buscar medios (como los videojuegos) que les faciliten imágenes espontáneas sobre su propia autoeficacia. Es decir, que les permitan visualizar su confianza en sus propias capacidades. No obstante, se debe tener en cuenta que este apoyo es subjetivo y puede ser diferente al recibido realmente por el usuario.

En la era de las redes sociales, las personas se sienten vinculadas a otras e integradas en determinados grupos gracias a los 'likes', los comentarios... Esto puede crear una capa de aparente apoyo social que en el fondo oculta espacios de incomunicación, donde los usuarios no se sienten verdaderamente integrados en una comunidad. Es decir, estos espacios pueden favorecer el padecimiento de soledad. Por ello, es tan importante estudiar la posibilidad de que estas herramientas fomenten las relaciones sociales sin crear estos espacios de incomunicación, para que los usuarios se sientan parte de una comunidad y en conexión con otros.

Esta importancia se ha manifestado con mayor presencia durante la cuarentena iniciada a causa de la covid-19, un momento donde el empleo de las redes sociales ha aumentado exponencialmente con el objetivo de informarse, buscar entretenimiento y, en especial, reducir la soledad. Según los datos de Telefónica (citado por ABC, 2020) en España únicamente el uso de la red móvil ha aumentado un 50%, mientras que el tráfico por Internet ha crecido un 80% (*EuropaPress*, 2020). Por su parte, se ha multiplicado el empleo de aplicaciones de comunicación social como WhatsApp, aquellas que permiten hacer vídeollamadas y las que están enfocadas a los videojuegos online (Garrido, 2020).

Los resultados preliminares del *Estudio sobre el confinamiento en relación con la actividad física y el uso de las TIC* (2020) señalan que antes del estado de alarma el uso de dispositivos móviles ascendía a un 17,3%, mientras que durante este periodo ascendió a un 33,8%. Las plataformas virtuales como Youtube y las redes sociales han triplicado y duplicado, respectivamente, su porcentaje de uso durante este periodo.

Acerca de las redes, el *Estudio de Redes Sociales 2020* (IAB España, 2020) subraya un aumento del uso de las redes en general: un 81% de los usuarios las utilizan para entretenerse buscando, por ejemplo, vídeos o música (66%), mientras que un 77% intenta interactuar a través de ellas. Asimismo, el estudio establece Spotify, TikTok, Snapchat, Twitch, Tumblr, 21Buttons, HouseParty y Peoople como las redes sociales más utilizadas por la generación Z (14-25 años), marcando una clara diferencia (19%) con el uso de estas redes en franjas más adultas (IAB España, 2020).

Algunas de estas redes sociales han variado durante el año siguiente de estudio. Así, el *Estudio de Redes Sociales 2021* (IAB España, 2021), además de señalar a la generación Z como el grupo de edad que utiliza más las redes sociales, destaca el empleo de Instagram, Twitter, Spotify y TikTok, junto con redes menos masivas, entre las que se encuentran Twitch y/o Discord. En ese sentido, también destaca el incremento del uso de nuevas aplicaciones de comunicación relacionadas con el *streaming*, es decir, con la retransmisión en directo; no solo en España, sino también a nivel mundial. Youtube se consolida como la plataforma más utilizada para ver *eSports* a la carta, junto con Twitch cuando es en *streaming* (IAB España, 2020). El estudio indica además

un aumento del 4% del empleo de esta última plataforma, en especial entre la juventud, cuya media de uso es del 23% (IAB España, 2020). No obstante, el posterior estudio realizado en 2021 indica un crecimiento respecto al año anterior en cuanto al empleo de Twitch como plataforma de consumo a la carta (IAB España, 2021).

La periodista especializada en cultura digital, Irina Sternik, explicaba que por el momento "no está desglosado de qué manera aumenta el uso de las redes, pero aumentó todo en un gran porcentaje, en especial el uso de vídeo, videojuegos y *streaming*" (citado por Heinrich y Racciatti, 2020)¹. En ese sentido, el *Estudio de Redes Sociales 2021* establece que un 49% de los encuestados juegan a videojuegos online, alcanzando hasta un 75% cuando se trata de menores de 24 años (IAB España, 2021).

Respecto a estos últimos, el psicólogo sanitario Fabián Cardell destaca su uso como "forma de anestesiar nuestros sentimientos", de manera que las personas son más "intolerantes" a experimentar diversos sentimientos, entre ellos la soledad (citado por Morte, 2019). Por tanto, una vez comentados los datos anteriores, se observa que los videojuegos y las plataformas de *streaming* son dos recursos ampliamente utilizados durante la pandemia, en especial como instrumentos básicos para el acompañamiento, aunque esta finalidad no fuera la principal en su origen.

Entre ellas, destacan el servicio de mensajería instantánea Discord y Twitch, la plataforma de *streaming*, cuyas medias de empleo se sitúan en 1 hora 21 minutos y 1 hora 40 minutos, respectivamente (IAB España, 2021). El principal motivo reside en que facilitan una interacción natural, instantánea y mucho más cercana. En general, ambas ofrecen una experiencia parecida a la vida diaria, a la vez que crean una comunidad sin barreras temporales y/o físicas. Sirva de ejemplo algunos de los contenidos online programados por *streamers* como Karchez, un joven madrileño con más de 239.558 seguidores en Twitch, la principal plataforma donde trabaja.

Entre estos contenidos se encuentran 'noches temáticas' donde realiza, por ejemplo, directos cocinando platos típicos de su localidad, elaborando manualidades o participando en debates con su chat. Uno de los directos más destacados, con una de media de 4.390 espectadores según la página de estadísticas *Twitch Tracker*, fue el difundido el 7 de enero cuando organizó una 'excursión' con toda su comunidad a través de la plataforma, es decir de manera virtual, a un parque durante un día de nieve en Madrid.

En definitiva, se trata de actividades que, aunque cuenten únicamente con la presencia del creador en directo, requieren a su vez de la participación del público. Los usuarios se sienten acompañados, tanto por el propio *streamer*, que les invita a participar y/o interactuar, como por parte de los demás espectadores, con quienes pueden comunicarse en vivo mediante plataformas como Discord.

De manera muy parecida, el *streamer* Ibai Llanos presentó sus propias Campanadas el 31 de diciembre de 2020 a través de su canal de Twitch. Ante un contexto tan inesperado como el establecido por la pandemia, el bilbaíno decidió organizar una celebración donde el público también pudiera participar y no sentirse solo en unas fechas tan señaladas. En total, más de medio millón de espectadores despidieron el año con este *streamer*; entre ellos, la familia del entonces ministro de Sanidad, Salvador Illa (*El Independiente*, 2021). Debido a estas nuevas

¹ La declaración se realizó para el artículo "Internet y redes sociales: la cultura digital se resignifica en tiempos de pandemia" (Heinrich y Racciatti, 2020) publicado en la agencia nacional de noticias argentinas *Télam*. Recuperado de: <https://www.telam.com.ar/notas/202003/445275-coronavirus-animo-television--pelicula.html>

posibilidades de comunicación, el periodista Guillermo Cid (2020) asevera que tanto Twitch como Discord suponen “una nueva forma de entender los foros y la interacción en internet, centrada en la interacción instantánea, natural y continuada”. Por su parte, el analista de redes sociales David Álvarez menciona una serie de variables que influyen en el éxito de estas plataformas: “la generacional, las nuevas narrativas y formatos a la hora de contar las cosas, las comunidades con un altísimo nivel de 'engagement', el contexto de lo político y la combinación redes-televisión” (citado por Cid, 2020).

Con respecto al primero, Álvarez hace referencia a que los nuevos creadores de contenidos pertenecen a nuevas generaciones. Por tanto, su contenido está, hasta cierto punto, en sintonía con el público que lo consume. Este factor se relaciona a su vez con los dos siguientes: las nuevas narrativas y formatos. Las nuevas generaciones utilizan nuevos medios de comunicación y entretenimiento, lo que origina una ruptura en el desarrollo de estos dos sectores e implica la búsqueda de un nuevo canal que permita cubrir las nuevas necesidades de los usuarios.

Así, se observa que los espacios pensados para jugar online favorecen estas demandas, en el sentido de que abarcan la necesidad de conectarse y hablar con otras personas, integrándose en el grupo. Un ejemplo claro para Álvarez es “la columna de comentarios de Twitch, por ejemplo. Integran de un modo muy natural algo parecido a lo que nosotros consideramos foros y el 'streaming" (citado por Cid, 2020).

Por otra parte, el crecimiento de estas aplicaciones está asociado al cambio producido en el papel del consumidor, previamente comentado en la introducción de este trabajo. Este cambio se ha debido a la evolución sufrida por los hábitos de consumo de la audiencia tras la aparición de la web 2.0 y la digitalización del contenido procedente por las industrias culturales, como indica la consultora de gestión cultural y producción audiovisual Ana Lastra (2016).

De esta manera, los usuarios ostentan una mayor libertad para escoger un producto entre la amplia gama de contenidos actual, prestando atención a aspectos como el ‘cuándo’, el ‘dónde’ o el ‘cómo’ (Lastra, 2016). Es, por tanto, una elección totalmente personalizada, no únicamente desde el punto de vista del contenido, sino también en cuanto a los formatos, horarios... Asimismo, Lastra (2016) señala que el “acceso multidispositivo” (ordenador, televisión, móvil...) modifica el lugar de consumo, así como otros aspectos como la cantidad de personas que visualizan ese contenido en un mismo momento.

El propio consumidor también ha modificado su comportamiento en cuanto al contenido, incorporando nuevas actividades relacionadas con el producto consumido. Es decir, el usuario no se limita a ver una película, por ejemplo, sino que también realiza otras acciones como buscar información sobre esta; valorarla en aplicaciones, como TV Time, a través de un sistema de puntuación o comentarios; compartir su opinión en las redes sociales o, incluso, creando un contenido propio y relacionado con el original. Sirva de ejemplo de este último el doblador catalán Héctor García, más conocido como ‘Hache’, quien graba parodias de series y/o películas tan conocidas como *Harry Potter* en su canal de Youtube, además de consumir este contenido y valorizarlo a través de sus redes.

Este proceso de transformación del espectador desencadena en el prosumidor, un término acuñado por Alvin Toffler en los años 80 para “referirse a una tercera etapa económica en la sociedad durante la cual las personas producen parte de su propio consumo” (Lastra, 2016). El artículo “El prosumidor: cómo es y cómo se comporta” (2013) define al consumidor de los años 80 como pasivo, pues las marcas concebían a los consumidores como masas homogéneas cuya única función con el producto era consumirlo. Sin embargo, en la actualidad, los usuarios son

consumidores activos en la toma de decisiones del producto, gracias también a las posibilidades que otorgan las nuevas tecnologías. Estas posibilidades participativas son, junto con la nueva definición de consumidor, una materia considerablemente estudiada. Así, Lastra (2016) recoge las clasificaciones planteadas por diversos autores sobre cómo participan los consumidores en el producto. De especial interés para este estudio es la clasificación aportada por Mar Guerrero (2014) en su estudio sobre las webs televisivas y sus usuarios, puesto que en ella encontramos a algunos de los consumidores esenciales para el desarrollo de plataformas como Twitch:

- **Modelo observativo:** es aquel que participa meramente con su presencia. Es decir, se refleja en las estadísticas de visitas, pero no participa de manera activa en el producto.
- **Modelo discursivo/argumentativo:** el consumidor ofrece sus opiniones acerca del contenido, mediante las redes sociales o aplicaciones específicas para esta tarea. Un ejemplo sería *Goodread*, la plataforma para calificar y reseñar los libros leídos.
- **Modelo creativo/ divulgativo:** el consumidor es completamente activo y crea contenido original, bien de naturaleza artística o didáctica, es decir facilitando el conocimiento y/o comprensión de ciertas materias. En este último caso, encontramos canales de Twitch como SebasGuidobono, un dibujante *freelance* argentino que enseña cómo es el proceso de dibujar en digital.
- **Modelo lúdico - jugador:** con esta participación, Guerrero hace referencia a las webs que recogen aplicaciones recreativas.

Como se observa, la presencia de este nuevo tipo de consumidor está muy relacionada con el auge de nuevas plataformas de comunicación que han adquirido, además, una función de integración, como Twitch o Discord. De esta manera, el proconsumidor es un elemento esencial en este tipo de plataformas, pues genera su propio producto. Este, a su vez, debido a su carácter público, beneficia el establecimiento de vínculos entre los usuarios y, por ende, la creación de una comunidad.

Este último es, además, un objetivo que los propios creadores de contenidos tienen en cuenta. Sirva de ejemplo la descripción del canal de Twitch de la *streamer* Kalina Ann ('KalinaAnn'), donde afirma: "Mi objetivo es entretener en un formato dinámico e interactivo desde un lugar en el que el espectador pueda sentir que no es número más del contador, sino parte de una comunidad". Esta posibilidad permite plantearse cómo estas nuevas herramientas tecnológicas posibilitan la interacción de las personas y en qué medida son utilizadas para reducir los periodos de soledad, en especial por la juventud, un colectivo cada vez más afectado.

5.5.2. Twitch

Twitch es una plataforma que permite consumir contenidos, hasta ahora, principalmente televisivos o radiofónicos de una manera distinta, gracias a su instantaneidad, su amplia gama de contenidos y las posibilidades que ofrece para la interacción comunitaria. No obstante, estas características se han potenciado gracias a la evolución que ha vivido la plataforma durante los últimos años, en especial durante el confinamiento, puesto que además de mejorar su oferta, ha incidido en aspectos claves como mejorar la comunicación e implicación de los usuarios.

Sirva de ejemplo cómo Twitch, desde su cuenta de Twitter oficial en español, intenta fomentar la participación de los *streamers* y de sus espectadores mediante preguntas interactivas como "Describe tus juegos favoritos, pero que parezca muy aburrido".

En cuanto a la plataforma en sí, Twitch es un servicio de *streaming*, es decir, de emisión en directo dedicada principalmente a los videojuegos, aunque ha ido aumentando sus contenidos en otros sectores como el arte, la cocina o la política. Así, se encuentran creadores de contenidos como Nuria Adraos, maquilladora profesional que realiza directos todos los sábados en la categoría 'belleza y arte corporal' o *streamers* como AuronPlay, quien ostenta el canal más popular de la plataforma, aunque esté enfocado en la categoría de entretenimiento. Asimismo, también existen nuevas propuestas relacionadas con el mundo de la comunicación como Relincho TV, un canal digital informativo de Cantabria creado por jóvenes de esa comunidad.

Respecto a su origen, Twitch se funda en 2011 como un subproducto de Justin.tv, servicio de retransmisión de vídeo en vivo que se constituye como su predecesor. En sus inicios, Twitch estaba enfocada a los *eSports* o deportes electrónicos, un sector con un gran crecimiento dentro de la plataforma original (Ríos, 2018). Para 2013, la plataforma disponía de más de 43 millones de usuarios al mes, con una media de 1 hora y media de consumo diario, mientras que para 2014 Twitch se había convertido en "la cuarta mayor fuente de tráfico de datos en internet en los Estados Unidos, por detrás de Netflix, Google y Apple" (Ríos, 2018).

Por ello, ese mismo año los fundadores de ambas plataformas decidieron cerrar Justin.tv y centrarse en Twitch, realizando distintas mejoras. Entre ellas, invirtieron en nuevos servidores; crearon una nueva interfaz para administrar los vídeos, lo que permitía exportar las retransmisiones emitidas con anterioridad a plataformas como Youtube, e insertaron la posibilidad de archivar los directos por un periodo de tiempo indefinido (Ríos, 2018). Posteriormente, este periodo se delimitaría a 14 días para 'afiliados' y 60 días para 'partners' (socios) o para suscriptores "turbo" (Ríos, 2018).

Ante el éxito de la plataforma, diferentes empresas como Google o Amazon quisieron comprarla. Finalmente, fue la compañía de comercio electrónico quien adquirió Twitch a finales de 2014. Un año después se aumentó la variedad de la plataforma, ampliando su contenido a otras categorías como la música, donde los *streamers* pueden tocar instrumentos o escuchar música, entre otras actividades. Sirva de ejemplo el canal de Elesky, una joven pianista que principalmente interpreta piezas que le piden sus seguidores.

Asimismo, se incluyeron otras categorías orientadas hacia el *In Real Life* (IRL), para aquellos creadores que quieren interactuar con sus seguidores, ya sea hablando o realizando alguna actividad en el exterior. Finalmente, se debe destacar que, a pesar de sus cambios, Twitch se mantiene en la actualidad como la plataforma estrella para la retransmisión de los campeonatos de *eSports*, ostentando casi el monopolio del mercado (Gascón, 2020). La web de estadísticas *Twitch Tracker* sitúa la media diaria de espectadores de junio de 2020 en más de 2.250.000, aunque en estas cifras debemos tener en cuenta el incremento de usuarios a causa de la pandemia sanitaria, como indica la periodista Marta Gascón en la noticia "Qué es Twitch, la última red social con la que ha topado Trump" (2020).

Respondiendo a la pregunta planteada en el titular anterior, el periodista Guillermo Cid (2020) define Twitch como "una especie de YouTube en la que solo se reproducen 'streamings' y en los que cualquiera puede comentar e interactuar". De esta manera, los espectadores pueden dar su opinión en los chats de cada directo, donar dinero al canal, hablar con otros usuarios o sacar clips de un momento concreto del vídeo.

Sin embargo, a diferencia de Youtube, centrado en el repositorio de vídeos, Twitch apostó por la retransmisión de partidas de videojuegos, un nicho inexplorado y que le ha permitido desarrollarse, aunque sin superar el consumo de vídeos a nivel de Youtube (Gutiérrez y Cuartero,

2020). La aparición de nuevos géneros narrativos y competitivos dentro de los videojuegos ha propiciado un cambio en la visión de estos. Por ejemplo, como indica Rodríguez (2019, p. 16): “Juegos como *League of Legends* ofrece a los jugadores un género enfocado en la competencia y el trabajo en equipo, motivando así a los usuarios a estar en constante comunicación y a trabajar como un grupo”.

El hecho de que se trate de un juego competitivo, pensado a modo de deporte donde varios equipos se enfrentan para conseguir un objetivo, propicia la necesidad de que las partidas sean retransmitidas, puesto que los usuarios desean conocer qué está ocurriendo. De esta manera, surgen nuevas formas de consumir los videojuegos, a través de plataformas como Twitch, donde los espectadores se convierten en elementos activos del nuevo contexto visual, interactuando con el usuario que está jugando mediante comentarios, por ejemplo.

Por otro lado, el éxito de esta plataforma también reside en las posibilidades interactivas que ofrece no solo gracias a las nuevas tecnologías, sino también añadiendo algunos contenidos audiovisuales tradicionales de otros medios de comunicación como, por ejemplo, la radio. Por esta razón, algunos expertos consideran Twitch como una posible heredera de la radio, siendo más cercana incluso que el podcast. Luis Miguel Pedrero, profesor de la Universidad Antonio de Nebrija de Madrid, señala algunas características comunes a ambos medios que explican este pensamiento (citado por Espinosa, 2020):

Twitch podría ser más heredera de la radio que el podcast si pensamos en que se trata de un flujo de emisión que reclama un tiempo de consumo constante y no fragmentado, que brinda una experiencia compartida y no individual, que cita al oyente para integrarse en una comunidad y no para aislarse con su propio menú de contenidos, que se basa en un lenguaje que interpela a un público global y no con el tuteo que busca la personalización de la escucha (citado por Espinosa, 2020, línea 13).

La asociación entre Twitch y la radio es, además, una cercana posibilidad en la actualidad. Sirva de ejemplo el acuerdo alcanzado en julio de 2019 entre Amazon y Entercom Communications, un grupo radiofónico en Estados Unidos. Con esta unión, Twitch retransmitirá los principales programas de entrevistas deportivas de la emisora (Espinosa, 2020).

Por su parte, el productor de podcast Mariano Pagella (citado por Espinosa, 2020) señala cuatro razones fundamentales que exponen a Twitch como heredera de la radio. En primer lugar, la apuesta por el vivo, es decir, por un consumo de contenidos visual, cercano y, sobre todo, inmediato; a diferencia de otros servicios enfocados en crear productos visuales bajo demanda, donde se presta una mayor atención a la personalización del producto, en vez de a otras características como la interacción.

En segundo lugar, Pagella resalta que Twitch dispone de un “fuerte consumo plano” (citado por Espinosa, 2020), puesto que muchos telespectadores mantienen encendida la plataforma a la vez que están realizando otras actividades. Entre los múltiples ejemplos existentes, encontramos el canal ‘Seliria’, iniciado por las escritoras Iria G. Parente y Selene M. Pascual. En él, aunque principalmente comenten acerca de sus novelas o programen tertulias literarias, también organizan actividades como las horas de estudios, donde el espectador mantiene de fondo el directo a la vez que estudia con las autoras y otros usuarios del chat. Este consumo en segundo plano también es muy frecuente en medios tradicionales como la radio y la televisión.

Asimismo, Pagella expone como tercer motivo el formato charla, muy característico de esta plataforma, derivado del podcasting (citado por Espinosa, 2020). En 2018, Twitch decidió configurar la famosa categoría de *Just Chatting*, de manera independiente a la de IRL, donde los *streamer* pueden realizar un *vlogging* en directo. “Es relajada, con improvisación, tienen un papel central la o las figuras que realizan el *stream* y genera una interacción directa y muy fuerte con sus seguidores”, explica Pagella (citado por Espinosa, 2020). El ejemplo más destacado en España de esta categoría son los directos de AuronPlay, quien utiliza esta sección para comentar vídeos, algunos de ellos enviados previamente por los usuarios; narrar experiencias propias o para interactuar con su audiencia a través de los *bits*, una manera de contribuir económicamente al desarrollo del canal.

El último componente señalado por Pagella (citado por Espinosa, 2020) hace referencia al elemento visual, introducido también en la actualidad por algunas radios online o por las emisoras que disponen de un canal de Youtube donde suben sus programas o fragmentos de ellos. Sirva de ejemplo la emisión radiofónica ‘Lo mejor que te puede pasar’, presentada por Nuria Roca, donde se graba la emisión del programa desde el estudio de la cadena.

Por otro lado, un elemento común de ambos medios es la activa participación de los usuarios. No obstante, se debe señalar la diferencia entre la frecuencia de esta interacción. Mientras que en la radio es puntual y derivada de preguntas, juegos o actividades que organizan los locutores, en Twitch la participación es constante y a través de diferentes medios: desde el propio chat, hasta los mensajes privados con otros espectadores, incluyendo los *bits* o mensajes que se pueden enviar al *streamer* durante el directo para comentar lo que está sucediendo.

Asimismo, esta participación también se refleja entre los propios creadores de contenido, pues como explica Alejandro Csome, exproductor de podcasts y *streamer* en Twitch (citado por Espinosa, 2020): “En Twitch, por ejemplo, puedes agarrar a toda tu audiencia e irte a otro canal y decir: ‘Aquí pasa esto, quédense escuchándolo’. Esto en la radio sería impensable”.

Por último, el reportaje “Twitch: ¿un nuevo canal para la radio?” (2020) también señala cómo esta semejanza se da también en la propia figura del *streamer*, muy parecida a la del locutor radiofónico, con un micrófono, por un lado, y con auriculares para escucharse su propia voz, por el otro. Debido al desarrollo de estos medios en los últimos años, ambas figuras han compartido también otros elementos como, por ejemplo, las cámaras de vídeo.

A pesar de estas características comunes, Twitch ha apostado por otros elementos innovadores que marcan la diferencia con otros medios tradicionales. Entre ellos, debemos destacar su gran variedad de contenidos posibles a realizar en directo, lo que le ha permitido ostentar una audiencia amplia en cuanto a la franja de edad. Según el *Estudio de Redes Sociales 2020* (2020), un 54% de los encuestados que afirmaron utilizar la plataforma la emplean diariamente (lo que supone un 39% más que en 2019). De ellos, un 32% la frecuenta varias veces al día, mientras que un 22% la emplea cada día, un 24% cada 2 o 3 días y solo un 8% la usan alguna vez.

Este empleo diario se ve reducido durante el año 2020, como expone el *Estudio de Redes Sociales 2021* (IAB). La media de uso diario se encuentra en un 50%, siendo un 22% los usuarios que utilizan Twitch varias veces al día, un 28% quienes la emplean cada día y un 24% los que la usan cada 2 o 3 días (IAB España, 2021).

No obstante, es importante subrayar que Twitch está enfocada “al público más demandado en la actualidad: los jóvenes, la generación Z” (Espinosa, 2020). Así, un 24% de jóvenes entre 16 y 24 años han utilizado este servicio de *streaming*, mientras que únicamente un 5% de usuarios

de entre 25 y 40 años (generación conocida como *millennials*) la han empleado (IAB España, 2020). Esta diferencia significativa es ratificada en el *Estudio de Redes Sociales 2021* (IAB España, 2021): frente al 35% de las personas comprendidas en la generación Z que utiliza Twitch, únicamente un 11% de los *millennials* utiliza este servicio. La juventud sería, por tanto, su verdadero público objetivo, aunque abarque otras franjas de edad. La juventud española adquiere así una mayor importancia para esta plataforma, principalmente porque ha modificado en la última década sus hábitos de consumo, lo que conlleva una necesidad de reinventar los productos.

Los medios tradicionales no son la principal opción por parte de este colectivo, que ha reducido el consumo de la televisión, sustituyendo este medio por las plataformas digitales. Así, la población juvenil es un consumidor completamente digital, donde además de preferir el consumo de sus productos mediante plataformas online, quieren escoger los contenidos y horarios de manera personalizada y, a la vez, poder participar activamente en ellos, formando parte de una comunidad.

Con el objetivo de conocer las razones por las que la juventud se ha alejado de la televisión tradicional frente a las nuevas plataformas, Gutiérrez y Cuartero (2020) llevaron a cabo una encuesta a 220 estudiantes universitarios de la Universidad de Málaga entre los 19 y 21 años. Los datos obtenidos muestran que un 76% continúa visualizando contenidos televisivos tradicionales, aunque un 22% afirmaba no consumir nunca este medio de comunicación.

El principal medio audiovisual de este último porcentaje son las plataformas online, desde donde pueden visualizar los productos tradicionales en diferido o en las páginas web de las cadenas de televisión. Asimismo, el 89% de los encuestados afirma consumir estos contenidos (series, películas, programas de telerrealidad...) en plataformas online como Netflix o HBO.

Entre las razones de este cambio, el 22% de los jóvenes destacan la cantidad, así como la variedad de contenidos de estas empresas, más amplia que la presentada por la programación televisiva. El entretenimiento y la comodidad también son motivos de peso. Respecto a la primera, la juventud asocia “estas plataformas a su forma de evasión, de relajarse o de irse a dormir después de un día de trabajo o estudio” (Gutiérrez y Cuartero, 2020, p.14).

En cuanto a la comodidad, el 17% de los encuestados la relaciona con la personalización del producto, no solo referido al contenido (una razón diferenciadora para un 13% de los jóvenes), sino también a los horarios y los formatos donde visualizar el contenido, así como la ausencia o reducción de pausas publicitarias (Gutiérrez y Cuartero, 2020).

Estos datos son ratificados por diferentes investigaciones académicas desarrolladas a finales de la primera década del siglo XXI sobre los nuevos hábitos de consumo de la juventud española, relacionados con el auge de las TIC. Así, Gutiérrez y Cuartero (2020) mencionan los estudios de autores como Tubella, Tabernero y Dwyer (2008) o Bernal Triviño (2009), en los cuales se confirma el alejamiento por parte de la juventud del consumo audiovisual tradicional, con especial énfasis en el caso de la televisión.

Por otro lado, los autores exponen el crecimiento de otras investigaciones centradas en el aspecto social alcanzado por Twitch mediante la difusión de las partidas de los distintos juegos. Sirva de ejemplo el estudio desarrollado por Mia Consalvo (2017), denominado ‘Player one, playing with others virtually: what’s next in game and player studies’, donde afirma la posibilidad de crear un vínculo social entre el *streamer* y su audiencia, aunque únicamente esté jugando el primero (citado por Gutiérrez y Cuartero, 2020). Ello favorece, además, la creación de una

comunidad en torno a los espectadores de cada *streamer*. En ese sentido, la audiencia puede adquirir cierto papel pasivo, aunque siempre teniendo en cuenta que su actividad es más activa que en los medios tradicionales debido a las múltiples posibilidades de comunicación e integración que ofrece este servicio de *streaming*. No obstante, el artículo “El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil” (2020) recalca las razones de esta pasividad, siguiendo la explicación de Vosmeer, M., Ferri, G., Schouten, B., y Rank, S. (2016): “puede ser meramente educacional (aprender a ser un mejor jugador); otras veces, por mero entretenimiento, y otras por su carácter social, interactuando con otras personas a través del citado chat” (citado por Gutiérrez y Cuartero, 2020, p.11).

A estas razones se le debe sumar la relevancia adquirida por los creadores de contenido, quienes, al igual que ocurría en los programas de televisión, se convierten en protagonistas y ‘estrellas’ de las emisiones. Es la presencia de esta figura estrella la que explica, en gran parte, la apuesta de los jóvenes por la sincronización (Espinosa, 2020).

Es decir, la juventud ajusta sus horarios para consumir de manera sincrónica con otros usuarios el producto presentado por el *streamer* durante un momento específico, independientemente de la duración de este. “Si hay *streams* que les interesan particularmente, agendan el horario y se conectan para mirarlos exactamente como mirábamos televisión los que crecimos en la era pre-Internet”, asegura Pagella (citado por Espinosa, 2020). En ese sentido, cabe destacar que un 16% de los usuarios con una edad entre los 16 y los 24 años siguen a sus *influencers* preferidos a través de esta plataforma (IAB España, 2021).

En definitiva, Twitch evidencia un cambio en los hábitos de consumo por parte de la juventud, así como una transformación en las formas de interacción entre la audiencia y el producto audiovisual (Gutiérrez y Cuartero, 2020). Los espectadores pueden participar a través del chat de la propia plataforma, de las donaciones –la opción con mayores posibilidades para que el *streamer* puede visualizar el comentario- o mediante las suscripciones.

Estas formas de participación fomentan la interacción del usuario con el creador de contenido, pero también la creación de una comunidad propia en torno al *streamer* y donde se integran todos sus espectadores. Por ejemplo, respecto al chat de Twitch es llamativo que la interacción no es únicamente escrita, sino que permite incluir iconos o emoticonos personalizados (y en muchas ocasiones creados por artistas de la propia comunidad) relacionados con la temática del canal o con el propio creador de contenidos. Ello favorece que todos los espectadores participantes en el chat utilicen los mismos elementos, creándose así un empleo común y propiciando el sentimiento de comunidad entre todos los usuarios del canal.

Por otro lado, la juventud manifiesta una tendencia creciente a querer compartir con otras personas los contenidos audiovisuales que consumen (Gutiérrez y Cuartero, 2020). Es decir, prefieren realizar un consumo simultáneo con otras personas para poder comentar y mantener una experiencia conjunta, en vez de una visualización en solitario. Con el objetivo de satisfacer esta tendencia desde la propia plataforma de *streaming*, Twitch activó en 2020 la opción de “Watch parties”, que permite acceder de manera conjunta a los *streamers* y a los suscriptores al catálogo de películas y series de Amazon de manera legal. Para ello, el único requisito es ser usuario de este servicio de pago.

Asimismo, en esta tendencia de consumir y opinar de manera conjunta para sentirse parte del grupo, Twitch ha introducido algunas posibilidades que favorecen la interacción activa de los espectadores. Por ejemplo, los usuarios pueden extraer clips de los mejores momentos del directo y compartirlos en cualquier otra red social, como Twitter.

De esta manera, los espectadores se sienten integrados en la comunidad que ha generado el *streamer* en Twitch. Comunidad que, en muchas ocasiones, se desarrolla por medio de otras plataformas de comunicación como Discord, que permite, entre otras posibilidades, una mayor interacción entre los usuarios.

5.5.3. Discord

Como se ha comentado con anterioridad, Twitch y Discord son dos de las aplicaciones sociales de comunicación con un mayor crecimiento durante los últimos años, especialmente durante el periodo de cuarentena impuesto por la crisis sanitaria actual. Sirva de ejemplo la inclusión de ambas aplicaciones, siendo esta la primera vez para Discord, en estudios desarrollados en los meses posteriores a la pandemia, como el *Estudio de Redes Sociales 2021*, realizado por el IAB.

Así, la media de empleo diaria de Discord se sitúa en un 51%, siendo un 31% de los usuarios quienes la utilizan varias veces al día, mientras que un 21% se conecta a esta plataforma cada dos o tres días. Parte de este auge está relacionado con el porcentaje de usuarios que desde Twitch han entrado en esta plataforma con el objetivo de formar parte de la comunidad fundada por el creador de contenido. No obstante, el éxito de esta plataforma reside en su cercanía, facilidad de empleo y por la variedad de formatos que oferta para interactuar y crear vínculos con otras personas, superando las posibilidades de otras redes sociales o Twitch.

En esencia, Discord es un servicio de mensajería instantáneo de chat de voz, vídeo y texto, el cual permite opciones como compartir la pantalla de un dispositivo con otros usuarios, iniciar reuniones privadas con amigos o conocer nuevas personas. La plataforma basa su uso en la creación de servidores. Es decir, un usuario puede configurar una sala de chat con posibilidad de comunicación mediante texto, audio y vídeo, denominado servidor, con una temática específica y, posteriormente, invitar a otros usuarios, conocidos o desconocidos a unirse para iniciar una conversación.

A su vez, cada servidor se divide en canales, entendidos estos como espacios “para discusiones sobre temas específicos, a diferencia de un foro gigante en vivo” (Garrido, 2021). Estos canales pueden ser tanto de texto como de voz e incluyen la posibilidad de limitar el número de participantes, haciendo su uso más o menos exclusivo, de cierta manera. “Además de solo enviar mensajes de texto, puedes usar emoticones en Discord para reaccionar a los mensajes. Una forma divertida de reaccionar a lo que publica alguien” (Lorenz, 2019). En ese sentido, Garrido define Discord como:

Una plataforma comunitaria semipública al estilo de un foro: grupos de jugadores con intereses comunes, como fanáticos de un juego o estudio en particular, pueden crear o unirse a “servidores”, tanto públicos como privados, donde muchas personas pueden reunirse y pasar el rato, charlando por texto, video o voz (Garrido, 2021, línea 25).

Es interesante señalar la posibilidad que ofrece Discord de crear servidores públicos o privados, donde únicamente se accede a través de una invitación, puesto que en esta decisión influyen algunos factores como el motivo de empleo. Así, aquellos usuarios que quieran utilizar esta plataforma para amistades previas, suelen optar por servidores privados, mientras que quienes quieran conocer a nuevas personas, para sentirse acompañados, por ejemplo, o compartir determinados gustos, como la lectura o la afición por los juegos de rol, suelen entrar o crear servidores de carácter público.

No obstante, antes de explicar el origen y señalar las posibles potencialidades de esta plataforma que permitían una reducción de la soledad entre los jóvenes, es necesario comentar que la posibilidad de crear chats tan específicos y de fácil acceso, no solo favorece la integración de los usuarios, sino también el desarrollo de actividades ilícitas. La periodista de la revista *The Atlantic*, Taylor Lorenz, señala la denuncia ejercida por la revista especializada *Forbes* en 2019 acerca del robo de datos producido desde la plataforma:

Algunos grupos privados están siendo utilizados por piratas informáticos de bajo nivel para compartir datos robados, como nombres de usuario y contraseñas. Los grupos de supremacistas blancos y los *trolls* también han utilizado la plataforma para organizarse (Lorenz, 2019, línea 106).

En cuanto al origen de la plataforma, el objetivo nunca fue consolidar un servicio de mensajería. En un principio, Jason Citron, fundador y actual CEO de Discord, buscaba crear un sistema de comunicación eficiente para *Fates Forever*, el juego para iPad que estaba desarrollando junto con la compañía Hammer & Chisel (Álvarez, 2019).

Fates Forever, en la línea de otros juegos como *League of Legend*, presentaba un Battle Royale, es decir, un juego online que involucraba combates entre varios jugadores. Debido a su carácter de multijugador, los desarrolladores necesitaban una plataforma donde los jugadores pudieran comunicarse en tiempo real. Sin embargo, el equipo encontró múltiples dificultades en las aplicaciones existentes hasta ese momento en el mercado, debido a que eran “demasiado pesadas”, presentaban problemas de seguridad o consumían grandes recursos (Álvarez, 2019).

Los creadores decidieron entonces desarrollar una aplicación que solventara los problemas hasta ahora encontrados para integrarla en *Fates Forever*. De esta manera nació Discord, aunque en sus inicios pensaron denominarlo Wyvern, en referencia a la criatura alada legendaria con cabeza de dragón, como indica Discord a modo de curiosidad cuando entras en su página web. Entre sus principales características, Álvarez (2019) señala que “la app ofrecía una plataforma segura para mensajes de voz y texto, la cual incluso sirvió para que el equipo de Citron se comunicara de forma más sencilla”.

El juego fue lanzado en 2014, sin embargo, el equipo no obtuvo los beneficios esperados y necesarios, frente a las inversiones que realizaron durante el desarrollo (Álvarez, 2019). No obstante, continuaron trabajando en la aplicación y, un año después, proyectan Discord a todo el público como una aplicación de mensajería de alta calidad, segura y gratuita. El *youtuber* de Atlanta Roberto Blake compara Discord con “salas de chat de la década de 1990”, aunque “hicieron que esa experiencia fuera móvil y mucho más sólida y sofisticada” (citado por Lorenz, 2019).

El lanzamiento fue todo un éxito, principalmente porque tuvo una amplia acogida en la página web Reddit, destinada a que los usuarios de la comunidad agreguen contenidos como noticias, imágenes... que, después, son votados por otros usuarios y pueden establecerse como publicaciones destacadas. Los usuarios de esta web encontraron en Discord la alternativa perfecta para sustituir el servicio de comunicación *Internet Relay Chat* (IRC), basado únicamente en texto. Este reemplazo supuso que la plataforma de Citron superara la cifra de 60 millones de usuarios para inicios de 2017 (Álvarez, 2019). Tres años después, Cid (2020) destaca cómo Discord ostenta “más de “100 millones de usuarios activos mensuales (ha crecido cerca de un 80% en un año), 250 millones de usuarios registrados y ha duplicado su valor, acercándose ya a los 7.000 millones de dólares”.

En su consolidación como aplicación destacada también contribuyeron otros factores como la financiación recaudada por el equipo fundador en 2016 o las relaciones establecidos con famosos juegos, como *Fortnite*, o grandes plataformas de streaming, como Twitch (Álvarez, 2019). Estos contratos permitieron que la aplicación se estableciera como el medio de comunicación más utilizado para torneos de *eSports* y LAN. Asimismo, destaca que la mayoría de los *streamers* de Twitch se comunican a través de Discord para jugar a diferentes videojuegos con sus compañeros en directo.

Con el paso de los años, Discord ha alcanzado un público cada vez mayor, lo que ha favorecido la construcción de nuevas relaciones con grandes empresas. Sirva de ejemplo el caso de Domino's Pizza, la primera marca española no perteneciente a los videojuegos en fundar un servidor en Discord. La empresa de comida rápida pretende generar un espacio estrechamente relacionado con los *eSports* y los videojuegos, con el objetivo de reiterar así su apoyo hacia este sector. Para ello, la plataforma ofrecerá la actualidad más relevante sobre el entorno de los videojuegos, promociones y sorteos exclusivos, mientras los usuarios pueden encontrar otros jugadores con sus mismos intereses y formar sus propias relaciones (Cervera, 2021).

Por otra parte, Discord dispone de una serie de características claves que han apoyado su éxito. Características que, además, impulsan a la juventud a apostar por esta aplicación como medio de comunicación e integración. De esta manera, el 28% de usuarios pertenecientes a la generación Z utilizan esta herramienta, frente a un 3% de los millenials (IAB España, 2021). Pol Turrents, director de fotografía y especialista en cinematografía digital español, considera que, después de Twitch, la siguiente aplicación de "la gente joven" es Discord (AngelMartin, 2021).

No es, sin embargo, el único experto que lo considera. El cofundador del fondo *Index Ventures* Danny Rimer, quien dirigió las últimas inversiones de financiación de Discord, afirma que "es el futuro de las plataformas porque demuestra cómo un sitio curado responsablemente puede proporcionar un espacio seguro para personas con intereses compartidos" (citado por Cid, 2020).

Entre las cualidades que hacen este auge posible y que, además, fomentan el trasvase de usuarios jóvenes desde otras redes sociales hasta Discord, se encuentran que es una plataforma gratuita, requisito importante que permite, junto con su fácil acceso, que la juventud se interese en conocer esta aplicación; con una interfaz atractiva e intuitiva y accesible desde varios soportes, posibilidad que, junto con las escasas dificultades encontradas en su empleo, favorece que los jóvenes utilicen la aplicación con una frecuencia mucho mayor y de manera más activa.

A estos elementos debe sumársele su eficacia como aplicación, así como la personalización que ofrece. La juventud se encuentra, por tanto, con una aplicación que funciona bien y le permite mantener o ampliar su círculo social, a la vez que los jóvenes pueden crear una comunidad personalizada donde sentirse reflejados e integrados. Así, se encuentran servidores de temáticas específicas como Escritura y Lectura, destinado a la lectura; enfocados a un videojuego, *streamer*, autor, cineasta... concreto, entre otras múltiples posibilidades. En este último caso se encuentra la comunidad de Ángel Martín, el humorista y creador de los resumidos informativos matinales en Twitter que se ha unido tanto a Twitch, como a Discord.

De esta manera, además de poder encontrar a otros usuarios con intereses comunes, un foro donde dar tu opinión y/o crear un espacio propio, los jóvenes encuentran dentro de la aplicación varias fuentes de entretenimiento. Por un lado, pueden interactuar con otros usuarios a través de canales de texto, así como utilizar los micrófonos o, incluso, mantener una conversación 'cara a cara' gracias a la opción de videollamada.

Por otro lado, Discord permite la inclusión de 'bots' en los servidores que "amenizan la estancia" (Cid, 2020). De esta manera, se pueden incluir otras funcionalidades como juegos, música y memes. En la primera opción encontramos que los más utilizados son los 'bots' de juegos de cartas, como 'UnoBot'; o de economía y rol como 'Nekotina', que permite trabajar, tener mascotas, interactuar con otros miembros, etc. También se encuentran opciones para multijugadores, lo que permite una mayor comunicación con otras personas. Sirva de ejemplo el *bot* denominado 'Hangman', que permite jugar al tradicional 'ahorcado' en un mismo momento con varias personas. Finalmente, es destacable la opción de 'compartir pantalla' como otra forma de entretenimiento empleada por los jóvenes. Como su nombre indica, esta opción permite al usuario capturar su pantalla para compartir el contenido y el sonido con otros usuarios del mismo servidor. Una idea en consonancia con los nuevos hábitos de consumo de los jóvenes, quienes apuestan más por una visualización compartida. En Twitch, su equivalente serían los "Whatch parties".

En ese sentido, esta opción también permite a Discord establecerse como una plataforma *gaming* desde el punto de vista de los creadores de contenidos, pues estos cuentan con un 'modo *streamer*', que les permite transmitir sus contenidos y, a la vez, se encarga de proteger su privacidad, impidiendo la entrada de notificaciones externas, por ejemplo (Aller, 2020). Asimismo, Discord cuenta con 'StreamKit', un navegador adicional personalizable que permite, entre otras funciones, incluir el chat de Discord en la emisión, como en el caso de Twitch, permitiendo al *streamer* leer a los usuarios (Aller, 2020).

Finalmente, según comentaba Turrents (2021) durante su entrevista en el canal de Twitch de Ángel Martín, Discord está desarrollando una nueva opción. Desde el canal de audio del servidor de 'partners' o colaboradores, los exclusivos miembros pueden acceder a una *beta testing* que permite integrar un videojuego nativamente desde Discord. Es decir, sin salir de la aplicación, los creadores de contenido podrían jugar, transmitir e interactuar con los seguidores.

Además de la posibilidad de crear un contenido propio, los jóvenes observan también cierta relación entre Discord y las redes sociales, aunque con una serie de ventajas por parte de la primera. Ambas proporcionan un foro social donde las personas se organizan para interactuar y/o jugar, permitiendo además conocer a otras personas sin limitaciones físicas.

Asimismo, como en una red social, los usuarios pueden agregar a sus amigos y mantener conversaciones con ellos mediante chats privados, independiente de los servidores. También es posible conectar las actividades y redes del usuario a su perfil. De esta forma, cuando alguien lo mire, puede ver en qué juego está participando el usuario y cuáles son sus cuentas de Twitch, Twitter o Spotify, entre otras. En ese sentido, el sociólogo especializado en fenómenos de Internet Iago Moreno asevera que:

Discord [...] está preparada para estar horas y horas con amigos hablando, jugando, haciendo 'streaming', alternando, y eso, aunque cada uno esté a un tema diferente. No es comparable con Zoom u otras 'apps' y tampoco con una red social de las que vemos comúnmente (citado por Cid, 2020, línea 22).

Lorenz (2019) señala que, a diferencia de la sección de comentarios de las redes sociales, el chat de Discord es más privado, puesto que para leerlos o participar en él debes ser miembro de ese servidor. Por ejemplo, en el caso de Twitter o Facebook los comentarios son públicos y a menudo intervienen otros usuarios de la aplicación, pudiendo romper también la propia conversación al introducir otras temáticas:

Twitter es desordenado y público, y los hilos a menudo se rompen y son invadidos por personas externas. Los mensajes directos de *Instagram* son difíciles de administrar y no se pueden buscar, y los hilos de comentarios públicos de Instagram pueden quedar enterrados. Las secciones de comentarios de *YouTube* están desorganizadas e invadidas por trolls. *Reddit* es generalmente tóxico (Lorenz, 2019, línea 49).

Igualmente, las respuestas en las redes suelen ser asincrónicas, el usuario recibe contestación hora más tarde o puede no llegar a recibirla, mientras que en Discord, al ser un chat en tiempo real, la comunicación es más fluida, en especial en los canales de voz. Así, la periodista de *The Atlantic* asegura que “Discord se siente como la mejor parte del chat grupal, amplificado. En consecuencia, también es donde los adolescentes se sienten cómodos siendo ellos mismos” (Lorenz, 2019).

Por otro lado, en Discord el número de seguidores no tiene tanta relevancia como en una red social, pues no necesitas un público masivo para ser escuchado o interactuar con otras personas. No existen tampoco, por tanto, algoritmos que posicionen un contenido sobre otro o fomenten una competición por ser viral. El atractivo que ofrece la plataforma es que se trata de entrar en un chat para comunicarte de manera más relajada, sin prestar atención a estas cifras.

Por último, se debe destacar una reciente integración por parte de Discord: los “servidores verificados”. En esencia, son grupos oficiales creados por entidades o personalidades notables, como estudios de juegos o creadores de contenido, que actúan como foro oficial de la comunidad existente en torno a ellos. De esta manera, los seguidores de un juego y/o persona pueden unirse a su comunidad específica con el objetivo de conocer a otros usuarios que consuman ese contenido concreto o, en algunos casos, conversar con el creador del contenido, los desarrolladores del juego o la personalidad correspondiente en cada servidor.

En conclusión, a diferencia de otras redes sociales o de Twitch, los jóvenes utilizan Discord como un sistema de comunicación principalmente, más que de entretenimiento, con la finalidad de obtener una conversación e interacción más cercana y personalizada que la ofrecida por otros sistemas. Asimismo, uno de los objetivos principales del empleo de esta plataforma es la búsqueda de una comunidad que comparta los mismos intereses, lo que favorecería la integración del joven en ella y, con posterioridad, la creación de vínculos con otras personas.

Es necesario recordar que esta necesidad de mantener comunicaciones más próximas, así como de formar parte de un grupo, son razones que influyen en la reducción del sentimiento de la soledad en la juventud, como se ha explicado en los apartados previos a este.

6. Resultados

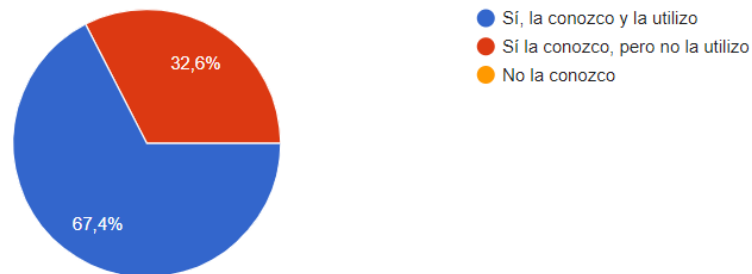
A continuación, se exponen los resultados obtenidos en la encuesta y las entrevistas realizadas, previamente explicadas en el apartado denominado 'Metodología', con el objetivo de demostrar las hipótesis planteadas en este estudio.

6.1 Encuesta:

Respecto a la encuesta, los datos obtenidos demuestran que la mayoría de los encuestados conocen y utilizan tanto Twitch (67,4%) como Discord (89,5%). Es destacable la diferencia de porcentajes obtenida en cuanto a las personas que no conocen estas plataformas, pues mientras que un 1,2% desconoce qué es Discord, los 86 encuestados afirman conocer Twitch, independientemente del uso que puedan o no otorgarle.

1. ¿Conoces la aplicación Twitch? ¿La utilizas?

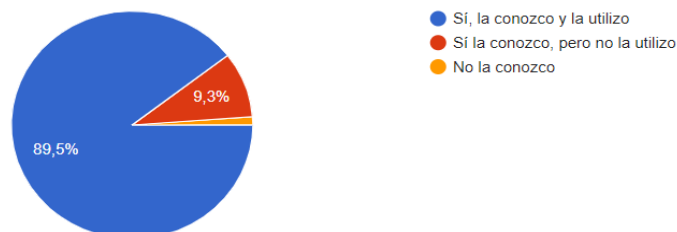
86 respuestas



Fuente: infografía propia

4. ¿Conoces la aplicación Discord? ¿La utilizas?

86 respuestas



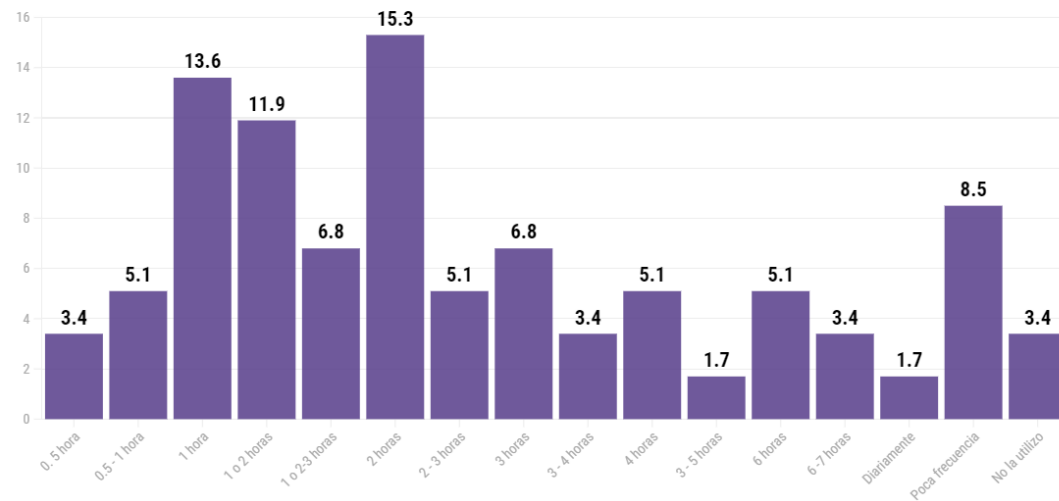
Fuente: infografía propia

En general, la frecuencia de empleo de la aplicación de *streaming*² se sitúa en dos horas diarias (15,3%). No obstante, también sobresale un empleo más limitado, siendo un 13,6% los usuarios que la utilizan durante una hora al día y un 11,9% los que la usan una o dos horas diarias. También es destacable que un 6,8% de los encuestados reconocen utilizarla de manera ocasional, en momentos concretos o con una frecuencia muy baja. Igualmente, es interesante señalar la opinión de algunos de los encuestados acerca de cómo esta continuidad varía dependiendo del día o del *streamer* que se encuentre en ese momento en directo.

² La encuesta planteaba opciones de respuesta múltiple. Por ello, la suma total de los siguientes porcentajes supera la base de las otras preguntas, establecida en un total del 100%.

Uso diario de Twitch (%)

59 respuestas

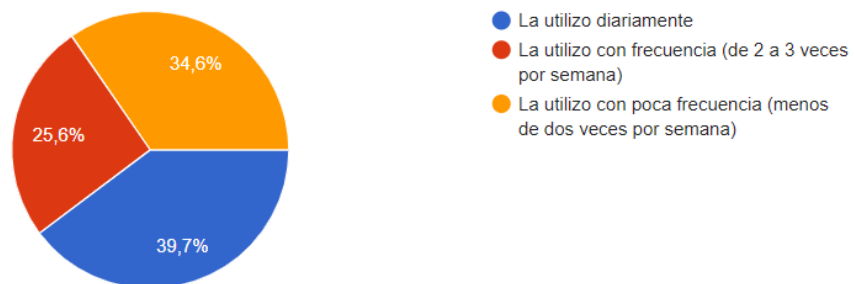


Fuente: Gráfico de elaboración propia

En cuanto a la frecuencia de Discord, esta se encuentra más repartida entre las tres opciones presentadas en la encuesta. Así, un 39,7% de los encuestados utilizan esta aplicación diariamente, mientras que un 25,6% la usan con una frecuencia de dos o tres veces por semana. Finalmente, un 34,6% emplea Discord menos de dos veces por semana.

5. Si utilizas Discord ¿con qué frecuencia?

78 respuestas

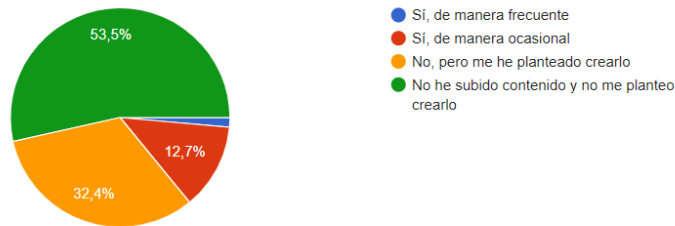


Fuente: infografía propia

La encuesta intentaba, además, averiguar cuáles eran los principales usos de los usuarios en estas plataformas. Por ello, y debido a los cambios acontecidos en los últimos años en la figura del consumidor, planteábamos a los encuestados si alguna vez habían creado un contenido propio en Twitch y, en el caso de que la respuesta fuera negativa, si habían pensado en desarrollarlo en el futuro. Es llamativo que, a pesar de que los internautas ostentan una posición más activa en cuanto a la elección de los contenidos que consumen, un 53,5% de los encuestados afirman no haber subido contenido a la plataforma y no plantearse esta idea, frente a un 1,4% de los usuarios que sí crea contenidos propios. En cuanto a los usuarios que sí consideran crearlo próximamente, la cifra se sitúa en un 32,4%.

3. Además de ser usuario en Twitch, ¿has creado algún contenido en esta plataforma?

71 respuestas



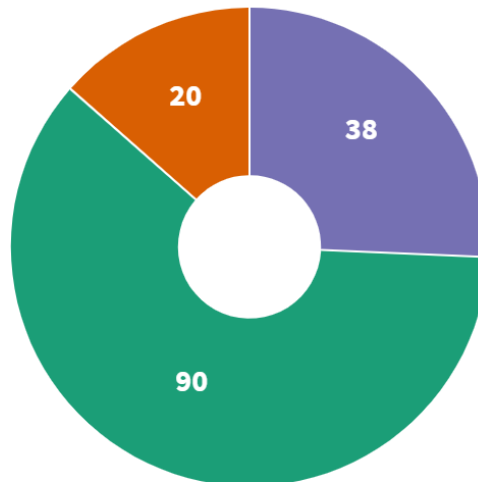
Fuente: infografía propia

Sobre los usos de Discord³, los datos obtenidos señalan que la mayoría de los encuestados utilizan esta herramienta para hablar e interactuar con sus amistades (90%), en comparación con el 38% de usuarios que utilizan Discord para conocer nuevas personas o comunidades y, posteriormente, formar parte de ellas. En ese sentido, destacan las respuestas de varios usuarios, quienes recalcan que emplean esta plataforma para jugar a videojuegos, a la Play o al PC con sus amigos y/o usuarios desconocidos, así como para crear su propia comunidad. Únicamente un 20% de los encuestados emplean Discord como un medio de comunicación para relacionarse con su entorno laboral y/o educativo.

Principales usos de Discord (%)

80 respuestas

■ Hablar e interactuar con mis amigos ■ Relacionarme con mi entorno laboral y/o educativo ■ Conocer nuevas personas o comunidades y formar parte de ellas



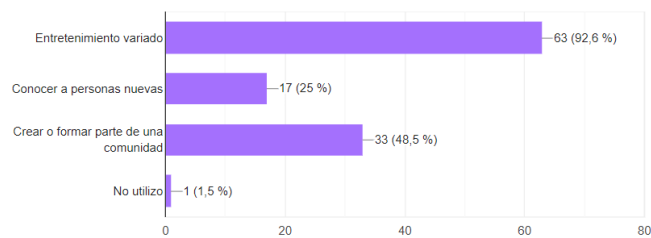
Fuente: Gráfico de elaboración propia

Igualmente, otro objetivo de esta encuesta era investigar la percepción de los usuarios en cuanto a las ventajas y desventajas que ofrecían ambas aplicaciones. Respecto a Twitch, casi un 93% de los encuestados considera que la plataforma de *streaming* les aporta entretenimiento variado. Asimismo, un 48,5% afirma que le permite crear o formar parte de una comunidad, mientras que un 25% asegura poder conocer a nuevas personas gracias a esta herramienta.

³ La encuesta planteaba la opción de respuesta múltiple. Por ello, la suma total de los siguientes porcentajes supera la base de las otras preguntas, establecida en un total del 100%.

7. ¿Qué aspectos positivos consideras que te ha aportado Twitch?

68 respuestas



Fuente: infografía propia

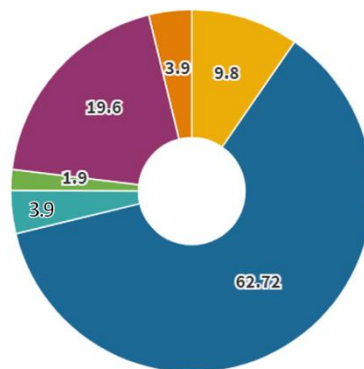
Por otro lado, un 62,72% considera que Twitch ha reducido su tiempo de estudio y/o trabajo, mientras que un 9,8% piensa que el empleo de esta herramienta ha disminuido el tiempo social destinado a los amigos y familiares o reservado a otros hobbies individuales (3,9%), como la lectura o ver una serie. Únicamente un 1,9% considera que la herramienta le ha aislado completamente de su entorno.

No obstante, es destacable el comentario añadido por uno de los encuestados, quien afirma que estos tres últimos puntos pueden darse, “aunque el aislamiento social personal mío no es debido a esta aplicación”. Igualmente, otro usuario considera que “dependiendo del contenido que consumes, estás expuesto a comentarios tóxicos o negativos”. Por último, un 19,6% opina que Twitch no le ha aportado ninguna desventaja. En consonancia con esta idea, podemos señalar la opinión de un usuario que coloca la plataforma “de fondo mientras trabajo así que no me ha quitado tiempo de nada”⁴.

Principales desventajas de Twitch (%)

51 respuestas

- Ha reducido mi tiempo de estudio/trabajo
- Ha reducido mi tiempo de estar con mis amigos/familiares
- Me ha aislado prácticamente de mi entorno social
- Ninguno
- Ha reducido mi tiempo en otros hobbies
- Otros



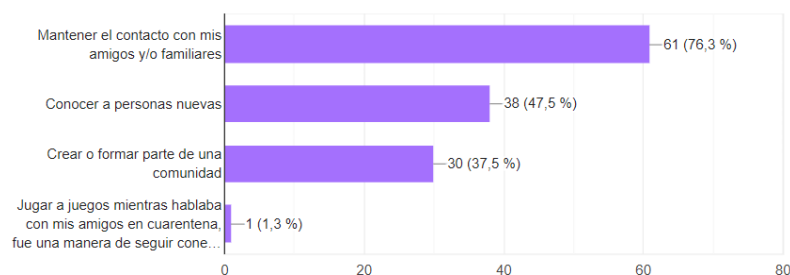
Fuente: Gráfico de elaboración propia

⁴ La encuesta planteaba la opción de respuesta múltiple. Por ello, la suma total de los siguientes porcentajes supera la base de las otras preguntas, establecida en un total del 100%.

En cuanto a los aspectos positivos de Discord, un 76,3% de los encuestados la utilizan para mantener el contacto con sus amigos y/o familiares. De esta forma, uno de los usuarios destaca su empleo durante la cuarentena para hablar con sus amigos: “fue una manera de seguir conectados y entretenernos”. Por otro lado, un 47,5% considera que le permite conocer a nuevas personas y un 37,5% apuesta por crear o formar parte de una comunidad.

9. ¿Qué aspectos positivos consideras que te ha aportado Discord?

80 respuestas



Fuente: infografía propia

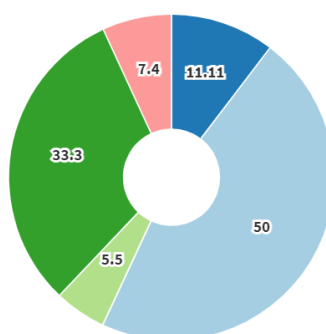
Sobre los aspectos negativos⁵, los encuestados afirman que Discord ha reducido su tiempo destinado a los estudios (50%) y a sus amigos y/o familiares (11,1%). Asimismo, un 5,6% considera que lo ha aislado completamente de su entorno, mientras que un 33,3% opina que no le ha aportado ninguna desventaja.

Igualmente, son destacables algunas de las opiniones expuestas por los usuarios –encuadradas en el apartado ‘otros’ del siguiente gráfico– quienes afirman que Discord “hace que sea muy fácil pasar tiempo con amigos de forma virtual, convirtiéndolo en algo que puede hasta llegar a sustituir la relación personal física” o que, con el tiempo, “te vuelves dependiente de ese medio”. Asimismo, respecto al ámbito de la salud, dos usuarios comentan que la aplicación “ha destrozado mi horario de sueño” y “me ha quemado un poco mentalmente debido a ciertas personas”, respectivamente.

Principales desventajas de Discord (%)

54 respuestas

- Ha reducido mi tiempo de estudio/trabajo
- Ha reducido mi tiempo de estar con mis amigos/familiares
- Me ha aislado prácticamente de mi entorno social
- Ninguno
- Otros



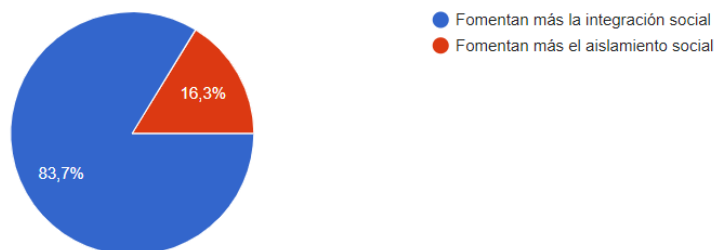
Fuente: Gráfico de elaboración propia

⁵ La encuesta planteaba la opción de respuesta múltiple. Por ello, la suma total de los siguientes porcentajes supera la base de las otras preguntas, establecida en un total del 100%.

Finalmente, era de gran interés para este estudio conocer si los usuarios consideraban que estas plataformas favorecían más la inclusión o la exclusión. De esta manera, un 83,7% opina que Twitch y Discord fomentan más la integración, en oposición al 16,3% que cree que impulsa más el aislamiento de sus usuarios.

11. En general, ¿consideras que estas plataformas favorecen más la integración o el aislamiento de las personas?

86 respuestas



Fuente: infografía propia

6.2 ENTREVISTAS

Respecto a las entrevistas realizadas, antes de exponer la información recopilada, debemos recordar la clasificación establecida en este estudio con el objetivo de obtener la máxima información posible respecto a las cuestiones planteadas en esta investigación. Las fuentes consultadas se encuentran en el anexo 2, 'Fuentes orales'. No obstante, se presenta a continuación un esquema con las categorías establecidas y las fuentes finalmente entrevistadas:

Psicólogos y psiquiatras:

- **Ricardo López:** psiquiatra y psicoterapeuta familiar sistémico.
- **Eduardo Delgado:** especialista en Psiquiatría y Geriátrica.
- **Lourdes Bermejo:** diplomada en gerontología social y vicepresidenta de Gerontología de la Sociedad Española de Geriátrica y Gerontología.

Asociaciones y entidades:

- **Manuel Fernández:** coordinador de llamadas de la asociación el Teléfono de la Esperanza en la sede de Sevilla.

Investigadores y grupos de investigación:

- **Mirta Núñez:** historiadora. Miembro del grupo de Investigación Medios y Comunicación social (Universidad Complutense de Madrid, Madrid).
- **Margarita Márquez:** doctora en Historia de los Medios de la Comunicación Social.
- **Francisco José Olivares:** profesor de la asignatura Innovación Cibernética en el Periodismo (Facultad de Comunicación, Sevilla). Miembro del grupo de investigación Narrativas Periodísticas y Tecnologías Emergentes.

Expertos en los medios de comunicación:

- **Marina Segovia:** periodista, redactora multimedia y Digital Content Manager especializada en entretenimiento (anime y videojuegos).
- **Mireya Vicent:** comunicadora audiovisual. Miembro del grupo de investigación Historia y Estructura de la Comunicación y del Entretenimiento (Universidad Complutense de Madrid, Madrid).
- **Isabel Martín:** periodista. Miembro del grupo de investigación Memoria y Medios de Comunicación (Universidad Complutense de Madrid, Madrid).

Personal de Twitch y Discord:

- **Ares (nombre de usuario):** moderador de Twitch en los canales Shawnee Prime, VillaSeliria, Ignacio_santos09 y PelayoKRN. En Discord, modera en los canales de Shawnee Prime e Ignacio_santos09.
- **Atremis Moony (nombre de usuario):** moderadora en Twitch del canal Maramamiau.

Usuarios de Twitch y Discord:

- **Aitana Domínguez:** alumna del grado de Periodismo.
- **Patricia Jiménez:** alumna de Bachillerato.
- **Carmen Olivia Álvarez:** alumna del doble grado de Derecho y Administración de Empresa.
- **Carmen Fernández:** alumna del doble grado en Ciencias Políticas y Derecho.
- **Elena Ortega:** alumna del grado de Comunicación Audiovisual.

Creadores de contenido:

- **Teresa Arista:** creadora de contenidos en Twitch.

Una vez comentadas brevemente las fuentes entrevistadas, exponemos la información recopilada continuando el orden presentado en la fundamentación teórica. De esta manera, se expondrá la información obtenida sobre la soledad, el empleo de la radio y la televisión como medios acompañantes y, finalmente, el establecimiento de nuevas herramientas tecnológicas, como Twitch o Discord, para reducir la soledad.

1. Información sobre la soledad:

Las preguntas planteadas a las fuentes orales acerca de la soledad tenían como objetivo averiguar la situación actual de este sentimiento en los jóvenes, nuestro público de estudio, y en las personas mayores, franja de edad que hemos analizado para establecer el cambio en el empleo de los medios de comunicación tradicionales como acompañantes de los usuarios.

Asimismo, un tema tratado en la fundamentación teórica era la estigmatización existente alrededor de este sentimiento. Queríamos, por tanto, conocer si aún hoy en día persistía dicha estigmatización. Tanto los expertos en gerontología y psiquiatría consultados como la conversación mantenida con Fernández, coordinador de las llamadas del Teléfono de la Esperanza, coinciden en que, sin lugar a duda, la soledad se encuentra muy estigmatizada, además de relacionarse de manera estereotipada con ciertos grupos sociales concreto, como es el caso de las personas mayores.

En ese sentido, Fernández subraya el hecho de que, a pesar de que existe un elevado número de personas que llaman al Teléfono de Esperanza para que los escuchen, puesto que no son capaces de gestionar una crisis personal por sí misma, existe también un porcentaje que se debe considerar: aquellos usuarios que no se atreven a llamar y que no disponen de un apoyo familiar, social... para gestionar estos momentos.

Sin embargo, Fernández destaca que las llamadas recibidas por parte de jóvenes son más esporádicas. Entre los principales casos se encuentran aquellos que están estudiando y/o trabajando en residencias diferentes a sus habituales, es decir, que conviven lejos de sus padres o familiares. El caso más flagrante, como expone el coordinador, son los jóvenes que han estado estudiando durante largos periodos de tiempo y hasta ese momento se encuentran desempleados.

Respecto a las personas mayores, la gerontóloga social Lourdes Bermejo explica que esta asociación entre vejez y soledad, aunque por un lado cierta, construye una idea muy negativa en el colectivo social, pues incita a pensar que cuando una persona envejece, indudablemente se quedará sola, cuando no tiene por qué ocurrir de esta manera. Asimismo, Bermejo explica que en muchas ocasiones la soledad se percibe como un fracaso social, en especial en aquellas personas mayores que no esperaban encontrarse en esta situación en un futuro, puesto que no han podido mentalizarse previamente de cómo vivirían en este contexto.

Igualmente, el psiquiatra Eduardo Delgado considera que aún en la actualidad la ayuda profesional en esta generación se encuentra sesgada por la enfermedad. Es decir, las personas mayores suelen acudir a las consultas médicas cuando tienen cifras altas de glucemia, por el colesterol... Sin embargo, como destaca el psiquiatra, todavía no se considera motivo de consulta cuando una persona mayor deja de realizar una tarea que sí era capaz de hacer previamente. Por el contrario, se suele utilizar la edad como excusa de este cambio en la imposibilidad de cumplir con sus tareas.

Por otro lado, Bermejo afirma que la soledad es un problema que afecta a todas las generaciones. El psiquiatra familiar Ricardo López ratifica esta idea asegurando un crecimiento en la incidencia de este sentimiento entre los jóvenes. Asimismo, expone que las nuevas generaciones interiorizan más fácilmente la figura del psicólogo y la posibilidad de acudir a los expertos para gestionar este sentimiento, entre otras cuestiones, a diferencia de las generaciones anteriores.

No obstante, López traslada su preocupación acerca de cómo los jóvenes están sustituyendo en ciertas ocasiones las figuras parentales a través de los psicólogos y psiquiatras, puesto que sienten que sus padres no pueden comprender qué les está ocurriendo. Igualmente, López recalca su inquietud por que en muchos casos se estén “psiquiatrizando” problemas de la vida diaria como, por ejemplo, la pérdida de una pareja, tratada a través de uno “procesos de duelos difícilísimos”.

La soledad en los jóvenes de entre 15 y 25 años

López indica que la soledad es un concepto abstracto y difícil de cuantificar. Sin embargo, el psiquiatra admite un incremento de casos de aislamiento en jóvenes de entre 15 y 25 años, con respecto a los que existían hace 20, 15 o 10 años. Este incremento ha venido acompañado, sobre todo, de cuadros de tipo ansioso y depresivo.

A pesar de la imposibilidad de establecer un perfil determinado, existen unos factores que influyen en la percepción de la soledad. De esta manera, López destaca cómo el género puede influir, no tanto por la propia cuestión en sí, sino por la diferencia existente entre chicos y chicas para exteriorizar este sentimiento. Generalmente, las mujeres suelen ostentar una mayor capacidad de mentalización y un desarrollo del lenguaje más amplio porque, entre otras razones, el proceso madurativo se produce antes que en los hombres.

Por ello, el psiquiatra asevera que es más frecuente que las chicas puedan verbalizar antes cuando se encuentran en una situación de aislamiento, en comparación a los chicos. “En ellos vamos a encontrar más actuaciones como, por ejemplo, [...] conductas antisociales, y lo que hay en el fondo es una situación de aislamiento atroz”, asegura López.

En cuanto a factores socioeconómicos, en general, en el medio urbano existe un mayor aislamiento que en el entorno rural, como explica López. Asimismo, se produce más esta situación en clases sociales altas, puesto que en ellas se mantienen menos relaciones de comunidad, como las que pueden existir en las clases obreras, por ejemplo. Relacionado con las conexiones establecidas, un factor determinante es el tipo de familia. López la clasifica en dos grandes grupos: las familias aglutinadas, donde todo el sostén se realiza y se encuentra dentro de la propia familia, y las desvinculadas, donde los vínculos con la familia son más complicados y frágiles, por lo que el adolescente busca familias sustitutivas fuera del entorno primario.

En la adolescencia, la individualización es más difícil en el primer tipo de familia, debido a que es más complejo poder separarse del núcleo familiar. Sin embargo, López señala la probabilidad de que los efectos nocivos de una situación de aislamiento sean mayores en familias desvinculadas, porque no disponen de un sostén, como puede ser la familia.

Además de estos factores, López subraya la relación entre la soledad y un temor fóbico a la interacción social; fobia presente durante la adolescencia desde hace muchos años. De esta forma, López cree que cada vez está adquiriendo un mayor crecimiento los sentimientos crónicos de vacío. Es decir, “no importa tanto lo que ocurra fuera, que la persona siente en su interior un sentimiento crónico de vacío, independiente de las relaciones que puede establecer”.

Igualmente, el incremento del sentimiento de soledad ha aumentado debido a la pandemia actual. Así, López recalca cómo la franja de edad más afectada durante este periodo de aislamiento se sitúa desde los 12 años, aproximadamente. “Ha sido una situación de soledad [...] muy peculiar porque en estos momentos han pasado mucho tiempo con sus padres, situación insólita e inédita”. Durante el confinamiento, algunos padres han intentado incrementar sus vínculos con sus hijos, mientras que los adolescentes, debido al momento evolutivo típico de esta edad, buscaban ratos de soledad a modo de separación con sus padres.

De esta manera, López explica cómo los jóvenes han pasado muchas horas encerrados en sus habitaciones, aislados de manera voluntaria para separarse de sus padres y manteniendo todo su contacto mediante las redes sociales. Sin embargo, es necesario destacar que, aunque sea una soledad ‘buscada’, ello no significa que no provoque perjuicios a los adolescentes, puesto que en realidad no se trata de una decisión libre.

Es decir, los adolescentes han optado por este aislamiento como una consecuencia ante un contexto específico que imposibilitaba la sociabilización con sus iguales y un alejamiento del entorno familiar. Generalmente, los jóvenes de esta edad sociabilizan en persona, a través de los institutos o la universidad. “La pandemia ha acelerado un aislamiento como reacción para separarse de los padres, que no lo han podido hacer de la manera habitual, a través del instituto.

Entonces, la situación de aislamiento se ha intensificado”, afirma el psiquiatra. Independientemente de la influencia que ha tenido este contexto específico en el incremento de este sentimiento, las causas por las que un joven puede sentir soledad son muy diversas. López asegura la influencia de factores sociales como el hecho de convivir en una sociedad individualista, donde la comunidad y los vínculos que en ella se establecían disponen de una menor importancia. Además, López enuncia dos motivos fundamentales; en primer lugar, la relación entre este sentimiento y el modelo social actual, donde las tecnologías han sustituido en cierta manera los vínculos reales. Estas nuevas formas de relacionarse con los otros han favorecido la aparición de situaciones de un mayor aislamiento.

En segundo lugar, el psiquiatra considera que también influye el actual estilo de crianza “de vacío”, caracterizado porque los padres están poco tiempo con sus hijos. Ello causa que los adolescentes adquieran un sentimiento de culpa por esta situación, lo que a su vez origina una sobrecompensación de esa culpa por parte de los padres. “Todo esto en realidad a la larga produce problemas en la socialización de los más jóvenes, porque no incorporan patrones de cómo relacionarse o interactuar”, asegura López.

De igual manera que ocurre con las causas, las consecuencias de padecer este sentimiento son múltiples para los jóvenes. López comenta que, ahora mismo, se observan cuadros depresivos y de ansiedad. Sin embargo, estos cuadros en adultos jóvenes pueden actuar en algunas ocasiones como detonantes de, por ejemplo, patologías adictivas –en la actualidad estas suelen ser fundamentalmente el juego, en sus dos modalidades: presencial y online– y/o alimentarias.

Con posterioridad, estas patologías pueden derivar en un trastorno de personalidad tipo límite o *borderline*, que impacta en la forma en que la persona piensa y siente acerca de sí misma. Esto origina problemas en la persona para integrarse en la vida cotidiana y manejar sus emociones, además de conductas de ese rango de trastorno como las autolesiones. Por tanto, “lo que nos encontramos es depresión y ansiedad, y todas las consecuencias secundarias que aparecen con un trastorno de ansiedad o depresivo en una edad muy precoz, que puede generar múltiples dificultades y complicaciones”, concluye López.

La soledad en las personas mayores

A lo largo de la fundamentación teórica comentamos también la incidencia de este sentimiento en las personas mayores, puesto que entender esta relación nos ayudaría a comprender las diferencias existentes con el colectivo objeto de nuestro estudio: los jóvenes. No obstante, es necesario destacar, acorde con los comentarios realizados por Delgado y Bermejo, la complejidad de extraer conclusiones totales sobre las personas mayores como un grupo social homogéneo.

En ese sentido, Bermejo explica el problema existente en el concepto de personas mayores, porque cuando se estableció la existencia de cuatro grupos de edad: infancia, juventud, madurez y vejez, este último ostentaba una menor esperanza de vida. Asimismo, existían menos formas de ser una persona mayor. Por ello, se trataba de un grupo más homogéneo, a diferencia de la situación que encontramos ahora, donde es imposible generalizar a causa de la pluralidad de este grupo social, afirma Bermejo.

No obstante, a pesar de la dificultad de establecer un perfil específico, la gerontóloga destaca la existencia de múltiples elementos, tanto objetivos como subjetivos, que influyen en la percepción de la soledad. Entre los primeros se encuentran las condiciones de salud, pues el sentimiento presenta una mayor dificultad cuando la persona está enferma y, además, se

encuentra sola. También influye la situación económica, un factor presente antes de la pandemia. Bermejo indica, a modo de ejemplo, las dificultades que ostentan aquellas personas cuyas casas no están adaptadas para salir a la calle porque, por ejemplo, no disponen de ascensor; encontrándose, por tanto, encerradas en su casa. Asimismo, contribuye la política comunitaria existente en la localidad o en la propia zona donde reside la persona. Es decir, es necesario disponer de un entorno amigable y donde sea posible pedir ayuda para, por ejemplo, colocar un ascensor en aquellos bloques que carecen de él.

En cuanto a los factores subjetivos, Bermejo destaca la importancia de la percepción de la persona mayor acerca de cómo quería vivir durante esa edad. De esta manera, aquellos individuos cuyo modelo social en grupos de edad previos era acompañado perciben de manera más negativa esta nueva situación y entrañan más dificultad para adaptarse a este sentimiento, a diferencia de las personas que se habían mentalizado previamente de que vivirían solas durante este periodo. “La coherencia con tus valores y cómo has vivido antes es definitorio”, asevera Bermejo.

Respecto al género, Delgado señala una posible diferencia en cuanto al nivel de autonomía debido a los roles establecidos durante el matrimonio, diferentes a los consolidados hoy en día. Así, el psiquiatra considera que el contexto derivado de la soledad ha podido presentar más dificultades en los varones para entender el cambio en la gestión del hogar o la asistencia sanitaria, entre otras labores. No obstante, Delgado afirma cómo en muchos casos esta circunstancia ha actuado como “un acicate para que tomasen las riendas de algo que, en un tiempo antes, consideraban que no era labor suya”.

Además de la existencia de estos factores, ambos expertos avalan el incremento del sentimiento de soledad durante los últimos años en este grupo social. Entre los motivos de este aumento, se encuentra la tendencia en España a convivir en hogares unifamiliares, explica Bermejo. En algunas ocasiones, esta situación no se trata de un estilo de vida elegido libremente, sino de una imposición por distintas circunstancias acontecidas en la vida de esa persona, lo que puede conllevar a una soledad no deseada.

Sin embargo, como indica Bermejo, existe una tendencia entre las personas mayores a optar por vivir en su domicilio habitual, independientemente de los individuos que convivan con ellas. “Digamos que sopesan lo que es libertad y seguridad, y cada vez hay más personas mayores que sopesan la libertad [...] y entonces deciden vivir solas, porque se sienten libres, más coherentes con sus valores y contentos con su entorno”, a pesar de la seguridad que les otorga convivir con otra persona en los momentos en que necesitan ayuda.

En ese sentido, Delgado destaca la imposición de esta soledad no deseada en el marco de la pandemia, donde las formas de relacionarse, así como la calidad y la cantidad, se han visto reducidas. En este contexto de aislamiento, aumenta además la ansiedad de las personas mayores a estar solas en una situación de alta precariedad. La pérdida y el duelo son procesos naturales que las personas mayores asumen y de los que toman conciencia a medida que los años avanzan, sin embargo, la pandemia ha colocado estas preocupaciones en un primer plano constante.

Como explica Delgado, esto ha ocasionado en las personas mayores un sentimiento de miedo y un cambio en sus rutinas y funcionamiento, perdiendo en algunas ocasiones la autonomía que ostentaban previamente. Asimismo, Bermejo asevera que, en personas con deterioros cognitivos, sea por efecto benigno o por una enfermedad neurodegenerativa, la no comprensión de las normas impuestas durante este periodo, la pérdida de una rutina y la ausencia de contacto

humano ha producido más deterioro, depresiones... Finalmente, respecto a la soledad en las personas mayores, Delgado subraya dos consecuencias de este sentimiento en el colectivo: miedo y ansiedad; esta última relacionada con la toma de conciencia de la propia vulnerabilidad ante contextos con una alta dificultad, como el presentado por la COVID-19. Igualmente, Bermejo detalla las consecuencias en el ámbito de la salud. En primer lugar, la soledad disminuye la capacidad regulatoria del sistema inmune, es decir, debilita este sistema; ello favorece la aparición de patologías o un aumento en la velocidad en el desarrollo de estas. Por otra parte, la falta de comunicación genera problemas de sueño y de migraña, esta última causada por no tener un descanso de calidad.

Asimismo, Bermejo destaca las evidencias médicas que demuestran que las personas solas realizan menos actividad física. Al dejar de utilizar su cuerpo en actividades que exigen más complejidad, las personas pierden funcionalidad y se vuelven más dependientes más rápido. Igualmente, estas personas tienden a tener un índice de obesidad mayor, a causa de la falta de ejercicio y una mala alimentación. En esta línea, Bermejo destaca cómo muchas personas mayores, cuando se encuentran solas, no prestan tanta atención a la alimentación ni realizan las comidas tan bien como cuando conviven en compañía, porque el interés por la comida y la forma y/o cantidad de cocinar son diferentes.

Además, Bermejo subraya los problemas añadidos que ostentan las personas mayores que viven en residencias, derivados de estar en una urbanización y a sus características de salud, físicas y psicológicas. De esta manera, algunos residentes disponen de una situación de salud más delicada, sobre todo con dependencias funcionales, es decir, que necesitan a otras personas para sus necesidades básicas. La soledad experimentada durante la pandemia ha multiplicado estas dificultades. Sirva de ejemplo la disminución de parámetros bioquímicos de protección para el sistema, como la vitamina D, en personas mayores en residencias. Finalmente, Bermejo también reitera las consecuencias negativas que puede ocasionar habitar en un espacio limitado, donde la persona apenas puede moverse o recibir la luz exterior. “No es lo mismo cumplir el aislamiento con posibilidad de salir a un jardín que en una habitación”, asevera.

La radio y la televisión como acompañantes

En situaciones donde la movilidad y/o las comunicaciones con otros individuos son complicadas, las personas buscan un medio sustituto que les aporte una sensación de acompañamiento y les reduzca, aunque sea parcial o temporalmente, la soledad. De esta forma, Delgado señala la ayuda que ha supuesto la posibilidad de contar con transmisores para las personas mayores ingresadas en hospitales durante la pandemia, en especial la televisión, debido a que todas las habitaciones contaban con una para su uso gratuito.

No obstante, el psiquiatra destaca que estos medios tradicionales (radio y televisión) pueden actuar como acompañantes para reducir la soledad, aunque no en todas las personas, sino sobre todo a aquellas que previamente consumían estos medios de comunicación. En el caso de las personas mayores, explica Delgado, se trata de una generación -octogenarios, nonagenarios y septuagenarios, aunque estos últimos quizás menos- que ha integrado estas herramientas de comunicación dentro de su modo de relacionarse a causa del marco establecido por la posguerra. “Al final, las necesidades desde la propia experiencia de las personas mayores de esas franjas de edad son diferentes y eso tiene un valor en este caso como protector”, afirma.

La periodista y miembro del grupo de investigación Memoria y Medios de Comunicación Isabel Martín ratifica esta función de acompañamiento entre las personas mayores, así como para aquellas que viven en entornos rurales, donde puede darse una desconexión con las novedades

procedentes de las ciudades. En cuanto a las personas mayores, Bermejo asevera también la gran capacidad de estos medios para reducir este sentimiento y aportar compañía, sobre todo en el caso de la radio. La gerontóloga subraya la mayor posibilidad de escucha y participación que ofrece este medio en concreto, porque permite a la persona aprender y enterarse de nuevos contenidos, mientras está realizando otras actividades.

En cambio, la televisión fomenta una escucha pasiva de unos contenidos que, en su mayoría, son opuestos a los valores o intereses de este grupo social. Por ello, concluye Bermejo, aunque hay personas que han sustituido la radio por la televisión, porque es más cómodo y engancha al espectador más fácilmente a través de la imagen, este medio provoca unas consecuencias físicas peores y no ofrece un mayor nivel de compañía al usuario.

A nivel general, la radio y la televisión, además de ser las estrellas de ciertas épocas de la comunicación, transmiten un alto grado de compañía en los actuales consumidores. Así lo considera Margarita Márquez, doctora en Medios de la Comunicación Social. “No es la primera vez que alguien dice en una entrevista que cuando entra en casa enciende uno de los dos aparatos o los dos, aunque no les preste atención”, comenta. Una clara muestra de esta idea la proporciona Francisco Olivares, profesor de la asignatura Innovación Cibernética en el Periodismo en la Facultad de Sevilla, quien admite no concebir su vida sin tener puesta de fondo la televisión, mientras se encuentra realizando otras actividades. Las imágenes y las voces que el espectador escucha aportan una sensación de no estar solo, porque hay alguien más en la casa, explica Martín.

En cuanto al establecimiento de esta función, la comunicadora audiovisual Mireya Vicent explica que, en un principio, ambos medios se establecieron como una forma de entretenimiento, con el simple objetivo de pasar el tiempo. Luego, conforme la radio y la televisión fueron creando contenidos participativos, donde el público podía intervenir, opinar, etc., se comienza a formar una relación entre las dos partes implicadas. Es ahí donde las emisiones pueden funcionar como un acompañamiento y, en consecuencia, ayudar a paliar la soledad de algunos consumidores.

Desde ese momento la función de acompañamiento ejercida por la radio y la televisión ha ido aumentando y consolidándose en la sociedad hasta nuestros días. Sin embargo, Márquez opina que esta función no ha sido siempre lineal, pues existe una gran distinción desde los últimos cinco años hasta la etapa de 2020-2021, debido a los numerosos cambios en el panorama comunicativo y, en este último periodo, al contexto delimitado por la pandemia. Por un lado, la radio se estaba quedando relegada a un público de más de 40 años, con una alta capacidad intelectual y que, además, buscaba poder realizar otras actividades a la vez, función que la televisión no les permite. En el caso de esta última, Márquez señala el mantenimiento de esta compañía, “como un telón de fondo,” incluso en programas emitidos en la madrugada o en emisiones consideradas de menor calidad.

Sin embargo, Vicent plantea dudas sobre el aumento de esta labor en la televisión debido a los múltiples cambios acontecidos en este medio. Entre ellos, la elección de los espectadores de consumir contenidos a la carta o en plataformas de *streaming*, que a su vez conlleva a que la audiencia se reúna en otros espacios, como las redes sociales, para comentar el audiovisual visualizado. Es decir, no se genera una verdadera interacción entre la televisión y el espectador, sino que se producen comunidades en torno a los contenidos consumidos. No obstante, la comunicadora audiovisual opina que es probable que la opción de comentar en redes o en Internet acerca de estos contenidos generados, como series o películas, favorezca la comunicación con otras personas y, con ello, se reduzca un poco la sensación de soledad.

Por otro lado, Márquez manifiesta la relevancia adquirida por ambos medios durante la pandemia, cubriendo la necesidad de información actualizada y verificada que demandaba la población. De esta manera, Martín destaca las altas cifras de visualización que tuvo el anuncio del Estado de Alarma del 13 de marzo de 2020 emitido por el presidente Pedro Sánchez en televisión. La periodista afirma que, aunque se suele pensar que ese medio está desaparecido, tanto la radio como la televisión continúan siendo medios diarios de información, entretenimiento y acompañamiento, utilizados por la población en general, incluida la juventud.

Igualmente, la historiadora Mirta Núñez ratifica la importancia de esta función mantenida durante el confinamiento, aunque subraya también la tendencia, desde los primeros tiempos de los medios de masa, de que este consumo aumente o disminuya según las estaciones del año, por ejemplo.

¿Cuáles son las características que permiten a la radio y la televisión ser acompañantes?

La posibilidad de que la radio y la televisión mantengan esta función social hoy en día se debe, en gran parte, a que las características de ambos medios facilitan que esta labor se desarrolle con el paso del tiempo. Entre ellas, Núñez destaca principalmente la cercanía que establecen estos medios con el espectador.

Por su parte, Martín recalca como un elemento fundamental el contenido ofrecido. Subraya, además, la atracción que ejerce la televisión a través del entretenimiento difundido (películas, programas de cocina, tertulias...) mayoritariamente hacia un público de más edad, aunque los contenidos no sean acordes con los esperados y/o requeridos por esta franja de edad. En ese sentido, Núñez considera que esa capacidad de abrir un debate en torno a los contenidos visualizados refuerza los lazos con el conjunto de televidentes de ese momento. Además, la historiadora considera que la información recibida favorece la interacción presencial con otros usuarios, pues el espectador puede contrastar, debatir... con ellos acerca de lo que ha escuchado y/o visto.

Por otro lado, Vicent considera una característica principal la posibilidad de que muchas personas se puedan congregarse para ver y/o escuchar un contenido específico. Ello permite la creación de una relación social con otros usuarios. Asimismo, avala la participación fomentada desde la radio, pues permite que varias personas se junten al mismo tiempo y escuchen las opiniones de cada uno. Incluso aunque estos contenidos se oigan posteriormente mediante un podcast, el oyente mantiene esta cercanía con el usuario participante en el programa.

En esa línea, Márquez concuerda con la compañía que puede ofrecer la radio gracias a la escucha activa que permite. De esta manera, mantiene que la radio se enfoca hacia una ampliación de la cultura, la información o el conocimiento acerca de lo que acontece en el mundo, mientras que permite al usuario la movilidad o la realización de otras actividades. Por el contrario, apunta que la televisión está más relacionada con el ocio de consumo. En los años 80, por ejemplo, la televisión se consideraba un punto de mercado, es decir, una especie de escaparate dentro de la casa; una función que Márquez considera que está presente en la actualidad. Así, los espectadores observan ese escaparate y reducen su soledad intentando identificarse con la imagen visualizada o, al contrario, ridiculizando este contenido.

El papel acompañante de la televisión

Esta idea acerca del escaparate exhibido en la televisión plantea una cuestión acerca de si este medio puede reducir realmente la soledad. Como se ha comentado durante la fundamentación teórica, algunos estudios explican la teoría de la subrogación social, que establece que los espectadores crean vínculos con los personajes ficticios o los programas que visualizan. No obstante, ¿se trata de un contenido que reduce realmente la soledad del individuo o únicamente aporta esa sensación de manera temporal?

Núñez hace un especial énfasis en que estos personajes son reales porque, aunque no ostentan la trayectoria de una persona, la aportación que realizan es verdadera. De esta manera, la historiadora considera que los hechos que se muestran en los programas permiten a los individuos sentirse vinculados a una sociedad y a un entorno, puesto que gracias a ese medio entiende qué está ocurriendo.

Desde el punto de vista psicológico, López asevera que se trata de una sensación temporal, pues en el caso de los adolescentes, estos se identifican con un “yo ideal” mediante las figuras a las que se vincula. Sin embargo, este vínculo no es real, porque no existe un intercambio de necesidades entre ambas partes. No obstante, esa relación permite al joven completar su sentimiento de identidad, muy frágil durante la adolescencia. Esto reduce la sensación de vacío, aunque de manera transitoria.

En ese sentido, Martín explica también la importancia de este vínculo. Para la periodista, la televisión ha intentado ser representativa de todas las generaciones y, al final, ha acabado creando modelos de referencia, los cuales permiten a los espectadores identificarse con un personaje concreto y, por ende, favorecer el establecimiento de un vínculo con él.

Para Vicent, la duración de este vínculo depende de lo bien construido que esté un personaje y/o una historia, ya sea en la televisión, en un videojuego o en una película. De esta forma, si un personaje está lo suficientemente bien construido como para que el espectador se sienta identificado, la posibilidad de establecer un vínculo es mayor. No se debe olvidar que, como indica Márquez, parte del éxito de los medios de comunicación como compañía y entretenimiento se encuentra en que el espectador genera una empatía con aquello que visualiza, de manera que no se sienta aburrido o desplazado. Así, el público se emociona cuando un concursante gana un programa y siente la frustración de un protagonista de una serie cuando alguien cercano muere, asegura Márquez.

Respecto a la duración de este vínculo, Márquez cree que esta depende de la persona. Así, mientras algunos usuarios establecerán esta relación durante un momento concreto, otros son capaces de proyectar ese pequeño momento vivido en su vida cotidiana, ya sea comentándolo con sus amistades o mediante la creación de un diario propio. En esa línea, Martín señala cómo a través de la televisión los usuarios crean vínculos con otros internautas. Es decir, la televisión no permite que los espectadores se comuniquen directamente entre sí, por ello, el debate y los intercambios de informaciones y opiniones se realizan mediante otras plataformas, como las redes sociales, donde se permite la creación de una sensación de comunidad en torno a un personaje público o una serie de televisión.

No obstante, Márquez destaca también que, aunque las nuevas redes sociales se desarrollan bajo la idea de una participación más activa, la televisión y la radio no necesitan de los elementos imprescindibles en estas redes (*hiperconexión, conectividad o feedback*) para fomentar que los espectadores pasivos se sientan acompañados, aunque solo estén viendo o escuchando un contenido.

El público objetivo de los medios tradicionales

Además de analizar el mantenimiento de esta función social, era necesario investigar si esta se mantiene dirigida a un público general o a ciertas generaciones. Núñez considera que la radio y la televisión se enfocan a un público general, pues, aunque una parte de los jóvenes no les preste tanta atención como antes, el consumo sigue manteniéndose. Además, asevera, este empleo por parte de la juventud es también un vínculo con las generaciones anteriores, padres o abuelos, que continúan conservando.

Para Vicent esta labor no va enfocada a una edad concreta, sino a un tipo de contenido. Es decir, dependiendo del público objetivo de cada emisión, se adaptan los contenidos para que la audiencia pueda conectar con ellos. De esta manera, la participación promovida en un programa de prensa rosa es diferente a la que intenta fomentarse entre las personas que escuchan un espacio musical, por ejemplo. En el caso de Márquez, la investigadora considera que este mantenimiento depende mucho del medio. Así, en la televisión ha permanecido para ciertas generaciones, a excepción de momentos determinados, como puede ser el proporcionado por el contexto de la pandemia. Respecto a la radio, cree que, si la consideramos desde fuera de su plataforma habitual, se va manteniendo de manera más selectiva, aunque ostenta un arco de edad más amplio que la televisión.

Finalmente, Martín afirma que esta función va dirigida a generaciones concretas. En la generación de nuestros abuelos, la radio ha ejercido una importante labor de acompañamiento, mientras que este cargo ha sido adoptado por la televisión durante la generación de nuestros padres. Ahora, los jóvenes consumen nuevas plataformas de entretenimiento e información, que aparecen como alternativa a los considerados tradicionales, aunque prevalezca la búsqueda de un medio que palie la soledad percibida por esta franja de edad, explica Martín.

Asimismo, cree que cada generación dispone de sus propios medios y, por ello, en la actualidad están apareciendo otros espacios comunicativos donde la voz y la interacción son elementos esenciales. En ese sentido, Martín destaca la necesidad del ser humano de contactar con los demás, por ello, todos estos medios requieren de una parte humana (vocal, oral o visual). Por tanto, estas plataformas no se conforman con poder mandar mensajes como en Facebook, que cuenta con un público más maduro, o con una interacción indirecta, como la que proporciona Instagram. Cambia el formato presentado, adaptándose al nuevo contexto, aunque el mensaje de entretenimiento o información sea el mismo.

Igualmente, Olivares señala la dificultad de que la radio y la televisión funcionen de igual manera para los jóvenes, pues esta franja de edad tiende a emplear más los medios digitales, sobre todo, el teléfono móvil. A modo de ejemplo de este consumo online, las seis usuarias entrevistadas durante este estudio confirman utilizar en mayor o menor medida plataformas online como Netflix, Youtube o Amazon Prime, junto con Twitch y Discord. En cuanto a la radio y la televisión, cuatro de las entrevistadas reconocen consumir estos medios, pero con una frecuencia mucho menor. Dos de las entrevistadas afirman emplear estos medios de comunicación con una frecuencia igual a su media habitual. Entre ellas, Carmen Fernández, estudiante del doble grado en Ciencias Políticas y Derecho, apunta que, a diferencia de estos medios, el consumo realizado

de plataformas online depende del tiempo libre del que disponga. Cabe destacar que esta frecuencia de uso se ha incrementado durante la pandemia, como afirman Ares y Atremis (nombres de usuarios), quienes han podido observarlo como moderadores de estas plataformas. Olivares destaca cómo debido a la imposibilidad de salir durante el confinamiento, muchas personas descubrieron nuevas herramientas que hasta ese momento no se habían empleado utilizar, como puede ser Twitch.

Asimismo, explica que, si el usuario es joven, es probable que conozca estas plataformas gracias a creadores como AuronPlay o Ibai Llanos, a quienes seguía previamente en otros espacios como Youtube y a quienes acompañó a Twitch cuando estos creadores migraron a la plataforma, debido al buen funcionamiento del modelo de negocio proporcionado desde el servicio de *streaming*.

Entre los empleos más frecuentes, las usuarias de Twitch utilizan la plataforma a modo de entretenimiento. Mientras, Discord lo utilizan para mantener el contacto con sus amigos, interactuar con diferentes comunidades y, en especial, para todo aquello relacionado con la enseñanza, bien sea estudiando de manera colectiva o para organizar trabajos en grupos.

¿Por qué los jóvenes acuden a las plataformas online?

Aunque los jóvenes es el grupo de edad donde se ha producido una mayor sustitución de estos medios tradicionales por los digitales, Vicent establece el concepto 'joven' hasta las personas que saben manejar de manera fluida la tecnología, pues es un elemento que favorece esta migración de canales. En ese sentido, señala cómo la generación Z ha crecido junto a toda esta nueva tecnología.

Asimismo, Núñez subraya la presión sufrida por los jóvenes por estar vinculados a la actualidad, de manera que lo más moderno y, por ende, el patrón a seguir es estar presente en las nuevas plataformas digitales. Sin embargo, para Núñez, estas plataformas limitan y/o condicionan más al usuario, porque el único contenido que le llega es el que le interesa, perdiendo así el amplio espectro de contenidos que ofrecen los medios tradicionales en su recopilación diaria.

Entre los motivos que han llevado a esta migración de usuarios, Martín recalca que la generación Z es fundamentalmente tecnológica, a diferencia de las precedentes, donde primaba el contacto físico. Asimismo, este colectivo está viviendo una revolución de la comunicación, donde surgen vías y formatos alternativos a los consolidados. La razón de este cambio la encuentra Martín en la necesidad de las personas de comunicarse no solo mediante mensajes escritos, sino también a través de la voz, la imagen, el lenguaje no verbal... No obstante, la periodista indica que, aunque en esta primera etapa están apareciendo múltiples medios, muchos de ellos son generacionales, es decir, desaparecerán con la generación para la que han sido creados, quedándose únicamente los medios más operativos.

A esta situación de cambio se le suma el acelerado ritmo de vida y la impaciencia que caracteriza a la sociedad actual. Así, Vicent argumenta que los usuarios disponen de una hora en la que quieren ver una película completa, sin encontrarse largos y continuos anuncios. Según Vicent, el público ha encontrado en las nuevas plataformas un espacio con una abundante oferta de contenidos en canales que no son generalistas y que, o tienen menos anuncios, o existe la posibilidad de descargar el contenido para omitirlo. En el caso de los jóvenes, además, cuanto más jóvenes son, menos tolerancia tienen a los anuncios, puesto que han crecido más ajenos a ellos, asegura Vicent.

La comunicadora audiovisual también considera que estas plataformas, aparte de ser un proceso de evolución –iniciado en España en los años 90, con la aparición de Canal+–, se trata de un intento de dar solución a la piratería. Vicent señala cómo el hecho de encontrar contenidos internacionales fácilmente y a un precio asequible está motivando a los usuarios a trasladarse a estas plataformas para poder consumirlos de manera legal.

Por su parte, Márquez atribuye este cambio de usuarios a la tecnología y al individualismo. Respecto a este último, la experta sostiene cómo la posibilidad de que cada persona ostente un receptor propio (un *Smartphone*, por ejemplo) individualiza el ocio y la comunicación, a diferencia de la televisión y la radio, medios en torno a los cuales se congregaban múltiples personas para escuchar un contenido de manera conjunta.

La periodista Marina Segovia considera un factor determinante los contenidos ofrecidos, en especial en cuanto a los videojuegos se refiere. Segovia sostiene que los jóvenes disfrutan de estos contenidos con una frecuencia mayor a la de hace unos años; por ello, buscan esta temática en aquellas plataformas donde suelen abundar, como Twitch y Discord, donde se ofrece un catálogo más amplio comparado con el proporcionado en las secciones de videojuegos de algunos medios de comunicación tradicionales.

Respecto a estas plataformas, Olivares cree que un motivo de peso es la facilidad de interacción que estas proporcionan, en especial Twitch. En ese sentido, Olivares recalca que esta migración no solo se está dando desde los medios tradicionales, sino desde otras plataformas tecnológicas como Youtube. La razón de este cambio se debe precisamente a esa interactividad e interacción que el usuario percibe en Twitch y Discord, a diferencia de Youtube.

Según Olivares, esta última se entiende como un canal de videos grabados donde el usuario interactúa realizando comentarios en el chat, que son respondidos de manera aleatoria y asincrónica, mientras que en Twitch se busca ver un vídeo con respuesta directa a los comentarios realizados por los espectadores.

¿Qué diferencia a Twitch y Discord respecto a los medios tradicionales?

Esta interacción es también un elemento diferenciador respecto a los medios tradicionales, donde el usuario consume un contenido, muchas veces pregrabado, donde no existe interacción posible con el público ni inmediatez, afirma el moderador Ares. Respecto a esta última, Elena Ortega, estudiante de Comunicación Audiovisual y usuaria de este servicio de *streaming*, destaca el hecho de que el espectador no depende de una programación fija, sino que consume un contenido rápidamente y con menos anuncios.

Además de estas características, la moderadora de Twitch Atremis señala la capacidad que Twitch o Discord otorgan al creador para escoger los contenidos que más le interese a él y a su público, independientemente de la cantidad de seguidores que ostente. La moderadora asevera que se trata, además, de un contenido más realista porque, a diferencia de los programas de televisión o radio, donde todo el contenido está compuesto, la espontaneidad del *streamer* en Twitch es un factor clave. Olivares destaca también esta espontaneidad y alega que, frente a los tiempos medidos, las escaletas y los múltiples trabajadores presentes en un medio tradicional, encontramos en estas plataformas una única persona participante, sin un horario fijo y con unos contenidos de larga duración, impensables en la televisión.

En cuanto al empleo de Twitch en concreto, la *streamer* Teresa Arista expresa que, además de ser la más conocida, es una herramienta que permite un primer acercamiento al mundo de la creación de contenidos. Por ello, se establece como una nueva moda donde todo el mundo acude a buscar y a crear un contenido. A pesar de ello, para Arista, el contexto ofrecido por estas herramientas es totalmente diferente al de los medios tradicionales, porque estos no permiten la integración de la audiencia en una comunidad donde poder opinar.

En ese sentido, Arista asegura que estas nuevas plataformas otorgan al usuario las herramientas necesarias –el chat en el caso de Twitch y los servidores en Discord– necesarias para que, si la persona quiere, puede participar de manera activa; a diferencia de los medios de comunicación tradicionales, donde este consumo es pasivo y las posibilidades de encontrar en el trabajo o las clases a una persona que acceda al mismo contenido es más difícil. Igualmente, Patricia Jiménez, estudiante de bachillerato y consumidora de ambas plataformas, recalca la cercanía entre el espectador y el creador, durante la retransmisión o con posterioridad a través de Discord, así como la sensación de pertenencia en una comunidad ofrecida por estas herramientas.

Carmen Fernández, estudiante del doble grado en Ciencias Políticas y Derecho, como usuaria de Discord, recalca cómo los medios tradicionales se caracterizan por una comunicación unidireccional, donde no es posible comentar. Igualmente, observa la transmisión de contenidos cada vez más genéricos en la televisión, en comparación con los ofrecidos en otras plataformas, donde la posibilidad de interactuar con su público le permite crear un contenido único. Así lo considera también Aitana Domínguez, estudiante del grado de Periodismo, quien observa una mayor cantidad de contenidos ofrecidos desde nuevas plataformas como Twitch.

Asimismo, Fernández destaca la existencia de múltiples creadores de contenido en Internet en comparación con programas de televisión, inaugurando un nuevo nicho inexplorado por gran parte de los medios de comunicación. En ese sentido, Carmen Álvarez, estudiante del doble grado de Derecho y Administración de Empresas, destaca cómo a través de estas plataformas es más fácil consumir unos contenidos elegidos por el propio usuario, procedentes incluso de otras zonas del mundo, que quizás los medios de comunicación han decidido no retransmitir en España. Asimismo, como usuaria, observa que estas plataformas online permiten acceder a dicho entretenimiento junto con personas con las que el usuario no puede estar físicamente.

En resumen: ventajas e inconvenientes de Twitch y Discord

VENTAJAS

- **Interacción más inmediata.** Existe una mayor facilidad para comunicarse con el creador de contenido, así como con otros internautas que compartan los mismos gustos. Asimismo, como señala Jiménez, es una manera directa y fácil de conocer y apoyar un trabajo con el que el espectador está disfrutando. En ese sentido, Ortega destaca la posibilidad de una comunicación cercana y entretenida ofrecida por Discord gracias a las llamadas de voz y las opciones de juegos incorporados en la plataforma.
- **Integración en una comunidad.** Estas plataformas otorgan más herramientas para encontrar a personas con los mismos intereses y con las que crear una comunidad propia. No obstante, Atremis señala que esta integración es más fácil en comunidades pequeñas o medianas, donde se favorece la participación y la comunicación fluye de manera más continuada.

- **Conexión inmediata sin barreras de espacio.** Twitch y Discord posibilitan mantener el contacto con amigos, conocidos... independientemente del lugar donde residan y de las diferencias horarias, dos factores que pueden dificultar una relación presencial.
- **Más contenido.** Estas plataformas brindan un contenido, en ocasiones internacional, que los medios de comunicación no pueden o, directamente, no ofrecen, quedando fuera del alcance del usuario.
- **Nuevo nicho de mercado.** Las posibilidades que están abriendo estas plataformas online, favorecen la creación de nuevos empleos enfocados en sectores muy concretos como, por ejemplo, los videojuegos, que disponen de una gran audiencia.
- **Personalización.** Tanto del contenido como de la estética, pues ambas plataformas invitan a consumir el producto, ya sea un *stream*, un juego..., que mejor se adapte a las necesidades de cada usuario. Asimismo, permiten cambiar el aspecto de la cuenta del usuario a través de una fotografía de perfil, biografía, etc., para que se adapta a sus gustos. En ese sentido, Fernández afirma que lo que más le gusta de Discord es la combinación de texto, audio y vídeo, así como la funcionalidad de los *bots* que se pueden incluir.

Finalmente, es necesario destacar la diferencia establecida por Arista entre ambas plataformas. En el caso de Twitch, afirma, esta pone las herramientas y el creador es el encargado de decidir qué hacer con ellas. Asimismo, la plataforma de *streaming* presenta más opciones para descubrir a personas con gustos parecidos. Por el contrario, Discord está más enfocada en afianzar una posible amistad o colaboración, si se utiliza para el trabajo. Asimismo, considera que en esta última herramienta puedes actuar más como un consumidor pasivo, que solo lee las conversaciones, sin aportar a la conversación.

DESVENTAJAS

- **Poco intuitivo.** Según los entrevistados, Discord es una aplicación compleja en cuanto a su primer empleo, comparado con otras herramientas como Skype o WhatsApp, aunque este sea más completo.
- **Aislamiento.** Álvarez destaca que, aunque estas plataformas permiten a los usuarios encontrar otra realidad distinta y evadirse de la propia, pueden acaparar toda la atención del internauta. Ello puede impulsar a mantener un contacto a través de la red y, como señala Domínguez, fomentar el aislamiento de los usuarios de su realidad más cercana.
- **La normativa.** Existe una dificultad añadida en la regulación de estas plataformas en lo que respecta a los usuarios que incumplen las normas, sobre todo en aquellos servidores y/o canales con una gran cantidad de usuarios. Así, Jiménez señala cómo en Twitch existe una estricta normativa en cuanto al contenido, mientras que en Discord esta es más débil en lo que se refiere al control o con la moderación automática.
- **Protección.** Internet alienta el anonimato y ello puede tener grandes perjuicios en la seguridad de los usuarios. Como señala el moderador Ares, una gran desventaja es la imposibilidad de conocer quién está detrás de cada pantalla, puesto que existen personas que únicamente quieren causar daño a otros usuarios. No obstante, desde su experiencia como moderador, Ares considera que las plataformas están ofreciendo herramientas que, hasta ahora, garantiza esta seguridad. En ese sentido, Atremis considera que esta plataforma permite establecer un lugar agradable para usuarios y *streamer*, aunque

también haya que actualizar ciertos aspectos. Asimismo, destaca el papel del moderador, encargado de proteger la comunidad; del propio creador de contenidos y sus usuarios, cuyo respeto hacia las normas es esencial para disfrutar de la comunidad.

¿Los dispositivos tecnológicos pueden ser medios acompañantes?

Independientemente de Twitch y Discord, las redes sociales a nivel general se han establecido como parte de la rutina diaria de las personas, indistintamente de la franja de edad. Por ejemplo, Delgado afirma cómo las personas mayores se han adaptado muy bien a las nuevas tecnologías, en especial a las aplicaciones que permitían videoconferencias en momentos de incomunicación presencial como durante la pandemia. El conocimiento de estas plataformas les permitía poder comunicarse con familiares y amigos, sintiéndose acompañados.

Asimismo, Bermejo asevera el gran provecho que han extraído las personas mayores de los dispositivos tecnológicos, bien porque dispusieran de un conocimiento previo, bien porque tuvieran ayuda externa para aprender a usarlos. En ese sentido, Bermejo expone cómo la pandemia ha puesto de relieve las diferencias existentes en cuanto a educación TIC que aún persisten en España. Ello ha influido también en que las personas mayores pudieran realizar diferentes gestiones online, que demandaban quizás un mayor conocimiento informático, como mirar las cuentas bancarias por Internet. Por ello, Bermejo incide en la importancia de ejercer un acompañamiento tecnológico con esa persona para que pueda utilizar estos nuevos medios de acuerdo con sus necesidades y/o valores.

En el caso de los jóvenes, López considera que la tecnología es el medio natural de estos en cuanto a formas de reducir la soledad, en especial durante la pandemia. En su opinión, las nuevas plataformas pueden, por tanto, actuar como acompañantes. No obstante, López destaca cómo estos espacios tecnológicos han sustituido algunos de los espacios naturales de interacción, como podía ser el barrio. Es en una sustitución total de estos espacios (institutos, universidad, barrio...) donde López observa un problema. Por ello, recalca la importancia de mantener una coexistencia entre los dos espacios.

En el caso de Twitch y Discord, los moderadores Ares y Atremis consideran que pueden ayudar a disminuir la soledad. Entre los motivos principales, Ares destaca el hecho de que el usuario no está viendo un *stream* solo, sino que se encuentra comentándolo en el chat con otras personas con intereses similares, lo que le proporciona una sensación de compañía. Para Atremis, la posibilidad de visualizar un contenido al mismo tiempo que otras personas ya constituye una compañía. Asimismo, escoger estos contenidos, interactuar con otros usuarios, incluso con el *streamer*, e incluirte en una comunidad aumenta el sentimiento de estar acompañado. La moderadora señala, además, cómo los usuarios entran en cualquiera de estas aplicaciones para desconectar de “las responsabilidades de la vida” durante un rato, a modo de entretenimiento.

Álvarez también destaca la utilidad de estas dos herramientas principalmente como forma de ocio. No obstante, subraya la posibilidad de que estas plataformas actúen también como un medio para reducir la soledad, dependiendo del empleo que le dé cada usuario. De esta manera, si el usuario las utiliza más allá del puro entretenimiento basado en la visualización de directos, películas, etc., particularmente en el caso de Twitch, se encuentra con aplicaciones capaces de fomentar la interacción dentro de un grupo con personas que comparten los mismos intereses y que, quizás, de otra forma no hubiera podido conocer, confirma.

Domínguez ratifica esta idea y añade que, teniendo en cuenta que la base de estas aplicaciones es el entretenimiento, Twitch y Discord pueden resultar una oportunidad para que personas más introvertidas se relacionen con otros usuarios. Como explica Jiménez, dicha oportunidad permitiría, además, que el internauta encontrara una comunidad afín donde socializar de una manera amena, sobre todo durante periodos donde la comunicación presencial es más complicada como, por ejemplo, la cuarentena acontecida en 2020.

Ortega asevera que durante ese periodo los usuarios buscaban entretenimiento, pero también necesitaban comunicarse con otras personas para reducir la soledad que sentía. Así, Ortega explica cómo en los *streams* que consume observa donaciones o comentarios agradeciendo al creador por sus directos, porque estos les ayudan a paliar la soledad y les levanta el ánimo. No obstante, Ortega también señala la importancia de ejercer un consumo responsable, pues puede generarse una adicción y/o dependencia hacia los contenidos frecuentemente visualizados.

Por su parte, Fernández señala los beneficios que otorgan estas plataformas entre aquellas personas que no pueden mantener un contacto presencial o para los usuarios que busquen integrarse en una comunidad con intereses similares. Sin embargo, no cree que estas plataformas sean una solución ante la soledad, pues las comunidades online creadas actúan como un medio para reducir este sentimiento, pero no como un sustituto de la red de apoyo de la que puede carecer el usuario. En ese sentido, Vicent considera que estas plataformas están más enfocadas en el entretenimiento que en la posible soledad de los usuarios. No obstante, piensa que es una consecuencia plausible que la participación de los jóvenes en este entretenimiento degenere a su vez en una sensación de reducción de su soledad.

Finalmente, para Márquez ambas plataformas se tratan de un entretenimiento esporádico, donde la compañía no es continua, al menos hasta la actualidad, porque, aunque proporciona una completa interacción, los usuarios se encuentran a su vez realizando otras actividades o desarrollando sus propios *streams*. De esta manera, Márquez considera necesario un impulso en el desarrollo de estas aplicaciones, así como una mayor dedicación por parte de una comunidad de jóvenes muy participativa, activa y creativa. De lo contrario, estas plataformas acabarán convirtiéndose en modas pasajeras, como las que existían previas a ellas. Como ejemplo de innovación, Márquez destaca el caso de TikTok, aplicación que nace con una función completamente distinta a la actual y cuya vida estaba condenada a extinguirse en unos vídeos de 20 segundos. Sin embargo, ha dado un salto desde su principal labor y ahora algunos países la utilizan para presentar información más seria, afirma.

¿Sustituirán estas plataformas online a los medios tradicionales?

Ante estas diferencias cabe preguntarse si Twitch y Discord pueden sustituir a los medios considerados tradicionales. Vicent sostiene que, por el momento, son complementarias, pues no existe una competencia entre ambos tipos de medios –tradicionales y digitales–, porque aún se encuentran generaciones que no van a participar nunca en Twitch y Discord y, por tanto, no sustituirán los medios tradicionales que en cambio sí utilizan. Cuando estas generaciones desaparezcan, Vicent considera posible una competencia, aunque para ello estas plataformas no deben estar tan focalizadas en los videojuegos. De esta manera, antes que Twitch, la comunicadora audiovisual establece Youtube como un rival, porque ofrece un contenido más amplio y permite, además, realizar retransmisiones en directo.

Márquez también recalca ese carácter complementario, siempre que el usuario sepa combinar ambos medios, porque mientras la radio y la televisión aportan a la audiencia la recepción de experiencias ajenas, las nuevas plataformas ofrecen un espacio interactivo donde volcar lo

aprehendido. A pesar de ello, Márquez también subraya la competencia establecida en cuanto al tiempo, porque las horas que el usuario destine a Twitch, no se las dedicará a la radio, puesto que ya se encuentra entretenido y acompañado.

Segovia, además de creer también en esta compatibilidad, defiende que ambos medios siguen líneas separadas, porque los medios tradicionales, como grandes empresas, no van a dejar de existir. De hecho, afirma que seguramente son uno de los sectores más digitalizados en el ámbito empresarial en la actualidad. No obstante, sí destaca cómo cada vez con más frecuencia los jóvenes prefieren consumir un formato diferente al utilizado por las generaciones anteriores.

En opinión de Martín, los contenidos persiguen además dos líneas diferentes, con perfiles e intereses distintos. No puede haber, por tanto, una competitividad entre ellos, porque ni la radio ni la televisión disputan seguidores a estas últimas plataformas, ni estas pueden causar una subida o bajada en la audiencia de los medios tradicionales. Por su parte, Núñez tampoco considera que exista una verdadera competencia, pues la diferencia entre ambos es la selección que en cada medio se hace de los contenidos difundidos. Así, según la historiadora, en estas plataformas los contenidos se aligeran y están más sujetos a las arbitrariedades del usuario que los escoge.

Finalmente, Arista opina que Twitch no desbancará a los medios de comunicación informativos, porque no es un espacio informativo, sino de entretenimiento. Por este motivo, sí considera que esta plataforma puede ocupar fácil y rápidamente los medios de entretenimiento como la televisión, puesto que el usuario decide específicamente qué quiere consumir, cuándo y dónde.

¿Pueden establecerse Twitch y Discord como medios acompañantes y sustituir a los medios tradicionales?

A pesar de considerar que ambas herramientas ostentan un carácter efímero, Márquez concuerda en que toda nueva plataforma o medio de comunicación que cuente con entretenimiento o información puede mantenerse en el tiempo siempre que se adapte a las tecnologías, las economías y a los gustos de los consumidores. De esta forma, señala como ejemplo la desaparición del noticiero documental en el cine, mientras que el cine de creación o incluso el de documental siguen existiendo, gracias a su constante adaptación.

Por su parte, Vicent comenta cómo estas aplicaciones están ganando cada vez más terreno a los medios en este sentido, porque las generaciones más jóvenes están creciendo con estas nuevas plataformas. La cuestión, por tanto, es si este tipo de intercambio es pasajero o la aplicación se consolidará definitivamente. Asimismo, Vicent recuerda que también hay que plantearse si la propia plataforma se mantendrá igual o girará hacia un enfoque distinto al actual.

Igualmente, Martín considera que sí es posible esta sustitución, puesto que estas plataformas son creadas y/o utilizadas por gente joven que buscan una manera de sentirse acompañados. Entonces, este grupo social será el que les dará uso a estas plataformas, aunque también empleen en menor medida la radio y la televisión como una alternativa.

¿Twitch fomenta la integración?

No obstante, para saber si Twitch y Discord pueden sustituir a los medios tradicionales como acompañantes, debemos cuestionar también la capacidad de integración que permiten estas plataformas online, pues la pertenencia a un grupo aporta una sensación de compañía al usuario que, en consecuencia, puede disminuir la soledad percibida por este.

En cuanto a la plataforma de *streaming*, Ares considera que sí es posible que se dé esta integración, siempre que el creador lo permita. Es decir, es necesario que el *streamer* interactúe con sus espectadores, lo que aporta una sensación de cercanía que, a su vez, posibilita crear una comunidad en torno a esa persona. Así lo cree también Arista, quien define la plataforma como un portal o un blog, donde tú como creador de contenido decides qué habrá en él y, desde ahí, se puede crear una comunidad estable.

De esta manera, hay *streamers* con una gran audiencia detrás, pero que no tienen una comunidad como tal, porque se dedican únicamente a contar anécdotas o porque están enfocados en transmitir tutoriales, explica la creadora de contenidos. Existen, por tanto, distintas posibilidades que dependen de lo que el creador quiera establecer. En ese sentido, Arista destaca que durante la pandemia Twitch ha despuntado porque ha permitido conectar con gente, pero no porque la plataforma ofrezca las posibilidades de hacerlo, sino por el esfuerzo diario de los creadores por conseguir conectar con los usuarios e intentar, además, que estos se vinculen con otros internautas.

Desde su experiencia como usuaria frecuente, aunque no activa, Ortega asegura que Twitch permite conectar a los *streamer* con sus espectadores más que cualquier otra plataforma a través de los comentarios de manera activa. Esto permite que los consumidores creen afinidad con el *streamer* y con otros usuarios, aunque algunos de ellos únicamente lean los comentarios y no escriban en el chat. Asimismo, el apoyo de estos usuarios hacia el creador, asegura Jiménez, supone crear un tipo de lazo entre ambos enmarcado por los sucesos vividos en los directos, lo que hace que esta experiencia sea más cercana.

Atremis alega que esta integración también depende del *streamer* y de su comunidad, pues en aquellas más grandes aumenta la dificultad de ser un usuario reconocido y poder entablar una conversación. No obstante, la moderadora señala que a veces solo con compartir la pasión de ver a ese creador ya es suficiente y considera posible la creación de una comunidad a través del chat con otros usuarios o, incluso, con el propio creador del canal.

Segovia también destaca el uso del chat como un instrumento básico para lograr la participación gracias a las proposiciones que aportan los espectadores. Añade, además, algunas de las herramientas ofrecidas por Twitch como la posibilidad de configurar una lista de sonidos para asociarla con una función concreta (suscribirse, añadir emoción durante un juego...) que los usuarios pueden después utilizar de manera gratuita o mediante un pago. En definitiva, concluye, se trata de buscar un juego y/o actividad donde la audiencia se sienta identificada y quiera participar.

¿Discord fomenta la integración?

En el caso de Discord, los entrevistados consideran que Discord es más comunitario, a diferencia de Twitch, y fomenta más la integración de los usuarios en un espacio común. No obstante, también destacan algunas dificultades que plantea esta plataforma como la complejidad de su uso la primera vez que se accede a ella, el establecimiento de un contacto prácticamente virtual y/o la necesidad de registrarse en la aplicación para poder utilizarla.

Para la periodista Segovia el paradigma de la comunicación está cambiando directamente y requiere de una interacción retroactiva y continuada con otra persona, a modo de una conversación privada entre unos usuarios concretos. De este modo, Segovia explica que Discord funciona a modo de foro, donde cada servidor tiene un creador y una temática concreta, y el usuario con su *nick* puede contactar con otras internautas.

Álvarez entiende que, aunque no es la única herramienta que permite crear una comunidad en torno a un interés común, sí es una de las más completas, pues permite establecer cierto orden y permite la integración de nuevos miembros de manera individualizada, a través de un enlace. Para Álvarez, estos elementos contribuyen a enriquecer la experiencia de los nuevos miembros y ayudan a que estos se sientan más integrados en la comunidad, facilitando la interacción con el resto de los participantes. Un inconveniente de esta integración, comentado tanto por Álvarez como por Domínguez, se encuentra en que todo el contacto se da a través de Internet, perdiéndose prácticamente la socialización en persona.

El moderador Ares explica que Discord es similar a otras redes sociales, pero aporta un sentimiento de cercanía que lo diferencia de estas. Asimismo, continúa Ares, ofrece la posibilidad de hablar libremente, mediante chat o voz, y dividir los espacios por secciones. Todo ello permite una integración más fácil para el usuario, una interacción más completa con la comunidad y el *streamer* y, en definitiva, sentirse acompañado.

En ese sentido, Jiménez destaca que las redes sociales son un lugar más desorganizado y abierto al público, en comparación con Discord, donde el internauta parte de la premisa de que comparte unos gustos concretos con las personas de la comunidad donde decide unirse. Desde su experiencia, aunque ahora le cueste más imaginar volver a integrarse en una comunidad, Discord le ha permitido encontrar espacios donde se siente cómoda y que le facilitaron el periodo de aislamiento causado por la pandemia de 2020.

Sin embargo, Álvarez destaca que, en ocasiones, estas comunidades son inabarcables debido a la gran cantidad de seguidores presentes, resultando intimidante para el internauta. En ese sentido, las redes sociales tienen un carácter más positivo, porque permite comentar un tema y formar parte de una conversación si esa sensación de asfixia, explica. Por su parte, para exponer esta integración, Atremis apunta al carácter interactivo de Discord, gracias a las múltiples formas de comunicación que ostenta, más allá del chat o la voz como, por ejemplo, la posibilidad de poner *bots* de música o juegos.

Asimismo, la moderadora señala que, a diferencia de Twitch, Discord presenta un panorama más amplio donde, si bien el usuario se encuentra en el servidor de cierto *streamer*, no se limita a hablar exclusivamente sobre él o su contenido, las conversaciones son más fluidas y amplias, a pesar de que los usuarios dispongan de una base común.

Como observador, Olivares destaca este carácter comunitario frente a Twitch, entendiendo la creación de servidores en Discord como una forma de darle continuidad a las emisiones realizadas en la plataforma de *streaming*, las cuales son efímeras. Asimismo, Olivares comenta que, desde su punto de vista, estas emisiones no son comunitarias, porque no permiten la comunicación constante entre los seguidores, sino que mayoritariamente son una comunicación entre el creador de contenidos y su audiencia. Con la inclusión de un servidor de Discord, el *streamer* mantiene una comunidad funcionando prácticamente durante todo el día y que, con posterioridad, se reúne para la emisión en directo.

No obstante, Olivares asegura que la construcción de una comunidad depende del liderazgo que ejerza o no el creador y de si este pretende configurar un espacio para sus seguidores o prefiere limitarse a las visualizaciones. Arista explica que, como creadora de contenidos, una de sus primeras decisiones fue crear un servidor de Discord propio para poder contactar con los usuarios que veían y apoyaban económicamente sus emisiones. De esta manera, a través de Discord configuró una comunidad donde lanzar preguntas a los usuarios, recibir proposiciones de contenido y donde los internautas podían interactuar entre ellos.

Asimismo, Arista recuerda un intento hace tres años por parte de Twitch de crear esta integración mediante canales de chat propios: para suscriptores, moderadores... para que los usuarios los utilizaran cuando el *streamer* no estuviera conectado. Sin embargo, la propia plataforma se dio cuenta de que esta no era viable para formar una comunidad offline y las personas continuaron utilizando Discord.

Finalmente, ¿Twitch y Discord fomentan más el aislamiento o integración?

Como se ha comentado con anterioridad, con el objetivo de estudiar la hipótesis de este trabajo era imprescindible averiguar si estas dos plataformas fomentaban más la integración de los usuarios en una comunidad o, por el contrario, favorecen el aislamiento de estos respecto al mundo presencial. De modo general, los entrevistados consideran que estas plataformas online fomentan más la integración del usuario, siempre que estas se utilicen adecuadamente y con seguridad. Asimismo, inciden en la importancia de que estas redes no sustituyan las relaciones presenciales del internauta, lo que provocaría un aislamiento de este con el mundo real. Según las ideas básicas aplicadas a todas las redes sociales, López considera que estas permiten crear una forma de interacción y de vínculo, que mitiga los sentimientos de soledad. De esta manera, el psiquiatra explica que:

Las redes sociales pueden ser un facilitador para luego crear vínculos en la vida real, lo cual es una función adecuada; pueden ser un intensificador de vínculos en la vida real, los chicos llegan a casa y están juntos conectados; una ampliación de la red natural, tienen relaciones también en el espacio virtual que complementan esas relaciones del grupo natural. En todos esos casos yo creo que están siendo un elemento de ayuda (López, 2021, entrevista personal).

Para López, el problema está cuando estas redes sustituyen las relaciones presenciales. Sin embargo, subraya que esta sustitución, más que una causa de aislamiento, es una consecuencia de un fracaso en el proyecto de individualización del adolescente. Así, ante esta frustración, el joven se encierra en casa, donde comienza a padecer un sentimiento de vacío intenso que trata de mitigar a través de las redes sociales, las cuales le ofrecen ciertas facilidades para que este sentimiento disminuya. En ese sentido, López recuerda que, cuando una herramienta alivia, ayuda a cronificar un problema, porque se genera una sustitución.

Para Atremis, fomentan más la integración debido a que, en esencia, esa es su base como herramientas. También lo considera así Arista, quien alega que mientras que una persona sea educada y quiera compartir sus gustos con otras personas, va a ser incluida en las comunidades de manera general. Por su parte, Domínguez y Fernández también afirman que prima la integración de los usuarios, pues permiten mantener una relación personal más allá del plano presencial, aunque exista una distancia física entre los internautas.

Olivares afirma que, en general, tienden a fomentar la interacción en cuanto son espacios de comunicación. Asimismo, explica que, a pesar de que hace años los videojuegos podrían fomentar la exclusión, en la actualidad los usuarios juegan de manera online, se comunican a través de Discord y/o visualizan este contenido a través de jugadores profesionales en los eSports, por ejemplo.

En ese sentido, Segovia destaca cómo estos cambios en el consumo han influido en la opinión de la sociedad sobre el mundo de los videojuegos, entendiéndose estos como una forma de entretenimiento más. Para la periodista, un ejemplo claro se encuentra en el juego "Animal Crossing", que ha sido uno de los más vendidos durante la pandemia y que ha ayudado a cambiar

esa perspectiva, puesto que es un juego que obliga a ser comunitario y a relacionarse, a la vez que enseña contenidos. En cuanto a la opinión de esta periodista, Segovia comenta que es una pregunta complicada porque, por un lado, favorecen la comunicación; en especial en etapas como la adolescencia, donde los jóvenes piensan que están solos o que sus gustos no concuerdan con la sociedad porque son diferentes. Ser consciente de que puedes conocer a más personas que les guste lo mismo, como los videojuegos, es algo positivo.

Sin embargo, admite que es posible que los niños se enganchen fácilmente a estas nuevas tecnologías. Así, Segovia comenta el caso de los jóvenes que viven con sus padres, pero no los ven en todo el día, pues pasan su tiempo a solas delante del ordenador. No obstante, desde su punto de vista, Segovia piensa que esta situación no se debe únicamente a los videojuegos, sino que detrás existen factores que están causando ese aislamiento y a los que se les debe prestar una debida atención. Por tanto, concluye, depende mucho de cómo el usuario utilice estas plataformas y qué medida.

Esta conclusión es ratificada por Álvarez y Ortega, quienes hacen especial incidencia en la importancia de utilizar estas herramientas de manera responsable. Por su parte, Ares añade también que Twitch y Discord son aplicaciones absorbentes, las cuales pueden ocasionar un aislamiento con el mundo real para, en cambio, estar más tiempo con la comunidad virtual.

Finalmente, Jiménez comenta la importancia de utilizar estas herramientas desde el conocimiento, puesto que estas no deben de ser la única vía de comunicación de un usuario. No obstante, mientras se utilicen de forma medida y con sentido común, afirma, “creo que es una gran forma de conectar a personas de diversas partes del mundo en momentos de soledad, aburrimiento o padecer”.

7. Discusión de resultados

Una vez expuestos los datos obtenidos durante la investigación, se procede a discutir los principales resultados extraídos de la revisión bibliográfica, la encuesta y la entrevista revisada y realizada, respectivamente. Para ello, hemos establecido cuatro categorías de análisis, donde se tratarán las principales informaciones acerca de la soledad, los medios tradicionales como acompañantes, las nuevas herramientas tecnológicas y, por último, Twitch y Discord como nuevos medios acompañantes de la juventud para reducir su soledad.

SOLEDAD

Respecto a la soledad, los distintos estudios consultados en el marco teórico y los expertos entrevistados coinciden en el establecimiento de este sentimiento como una problemática social actual y de gran relevancia, debido a su fuerte incidencia entre la población. Sirva de ejemplo la encuesta realizada en 2019 por el Instituto DYM Market Research, donde se indica cómo el 62,6% de los españoles reconocen haberse sentido solos en algún momento de su vida (Ordiz, 2019). Por su parte, los psicólogos y psiquiatras entrevistados aseveran un aumento del número de casos observados durante los últimos años de personas que se sienten solas, en especial durante la pandemia y tras los meses de confinamiento.

Como indica la gerontóloga Lourdes Bermejo, la crisis provocada por la pandemia ha aumentado la soledad a nivel general, es decir, en todos los colectivos sociales. Asimismo, como se ha señalado en los apartados anteriores, este incremento se ha producido sobre todo durante la implantación del confinamiento obligatorio, decretado por el Estado de Alarma del 13 de marzo de 2020. Así lo ratifica el informe *España 2020*, elaborado por la Cátedra José María Martín

Patino de la Cultura del Encuentro de la Universidad Pontificia Comillas, que establece que un 11% de los españoles han padecido soledad grave durante la pandemia. En ese sentido, el psiquiatra Eduardo Delgado explica cómo este confinamiento ha supuesto una limitación en la manera de relacionarse, tanto en el tipo de comunicaciones establecidas como en la cantidad.

En el caso de las personas mayores, Bermejo apunta que, en general, este grupo social ha demostrado una mayor capacidad de entendimiento en cuanto al establecimiento de este mandato obligatorio, en comparación con otros colectivos como los jóvenes. Un estudio desarrollado por la Universidad Complutense y Grupo 5, acerca del impacto psicológico de este virus (2020) sostiene que durante esta etapa los mayores de 60 años controlaron mejor sus emociones –a nivel general, pues, como indica Bermejo, cada individuo presenta una situación diferente. No obstante, a pesar de esta comprensión, tanto Bermejo como Delgado destacan los efectos nocivos que ha tenido la soledad en este grupo social como consecuencia de las experiencias vividas durante ese periodo, entre los que destacan una pérdida de la rutina de la persona y de su tranquilidad.

El mismo estudio realizado por la Universidad Complutense y Grupo 5 asegura que, por el contrario, fueron los jóvenes de entre 18 y 39 años quienes presentaron más “ansiedad, depresión y síntomas somáticos, así como un mayor sentimiento de soledad y falta de compañía”. En ese sentido, el psiquiatra Ricardo López afirma un mayor impacto del contexto establecido por la pandemia en los adolescentes de 12 años –una edad más temprana que la indicada por gran parte de los estudios consultados. El motivo principal, según explica el psiquiatra, es la situación insólita vivida por estos jóvenes, quienes se encontraron obligados a permanecer prolongadas estancias junto a sus padres, en un momento evolutivo donde necesitaban establecer vínculos diferentes a los ya consolidados en el entorno primario. Por otro lado, e independientemente del contexto establecido por la pandemia, López explica cómo se ha producido un aumento de casos de jóvenes de entre 15 y 25 años aislados completamente del mundo real, en comparación con los existentes hace 10 o 20 años. El psiquiatra alega también cómo en la actualidad se observa una derivación de este aislamiento en psicopatologías, sobre todo en cuadros de tipo ansioso y cuadros depresivos.

Por su parte, Bermejo resalta la complicada situación que ostentan las personas mayores que viven en residencias, cuyas limitaciones durante la pandemia han sido superiores a la explicadas previamente. La existencia de restricciones en cuanto a la libertad de movimiento es uno de los factores que tanto los estudios como los expertos señalan como motivo influyente en la percepción de la soledad, en especial cuando se trata de personas mayores. Otras causas son:

- **Disminución de un sentimiento de comunidad.** El establecimiento de sociedades individualistas y la construcción de ciudades modernas, con menos espacios de interacción, han reducido la responsabilidad colectiva existente.
- **Instituciones vacías de sentido.** Como indica Contreras (2017), en la actualidad, los individuos desconfían tanto del papel como del correcto funcionamiento de las instituciones y los valores tradicionales.
- **Aumento de los hogares unipersonales.** Como explica Bermejo y ratifica el informe del INE de 2019, cada vez más personas mayores escogen vivir solas, para conservar su libertad. Esta decisión puede deberse también a la **pérdida de la persona con la que convivían.**
- **Creciente carga de tareas laborales.** Los empleados ven aumentadas las exigencias laborales y, por ello, deben utilizar su tiempo libre para finalizar las tareas pendientes.

- **Expansión de las nuevas tecnologías.** Un empleo excesivo de las redes sociales e Internet puede aislar al individuo del mundo exterior y de sus emociones. En los jóvenes, el modelo social basado en las tecnologías ha sustituido los vínculos reales y presenciales.
- **Género.** No es un factor concluyente. La encuesta de Vidal y Halty (2020) considera que afecta más al género femenino porque la mayoría de las personas viudas son mujeres. Bermejo explica que esto se debe a que ellas suelen vivir más años. Además, generalmente, los hombres viudos tienden a volver a emparejarse. Un segundo motivo es la persistencia de un considerable porcentaje de mujeres dedicadas exclusivamente a las labores domésticas. En los jóvenes, López considera que, debido a su temprano proceso madurativo, las adolescentes verbalizan con más frecuencia las situaciones de aislamiento.
- **Situación económica.** La soledad está más presente en el medio urbano que en el rural. Además, se produce un mayor grado de aislamiento entre las personas desempleadas y las clases sociales altas, pues mantienen menos redes de comunidad que las clases obreras.
- **Nivel de estudios.** Los documentos consultados aseveran que, a mayor nivel académico, más posibilidad de sufrir este sentimiento. Sin embargo, López considera que la educación en sí no es un elemento que necesariamente fomente el aislamiento, sino que está relacionada con el estatuto social de los individuos.

En el caso de los jóvenes, López destaca además estos cuatro factores:

- **Estilo de crianza de ‘vacío’.** Los padres pasan poco tiempo con sus hijos, quienes asumen un sentimiento de culpa que, posteriormente, sus progenitores tratan de solventar con una sobrecompensación. Este estilo de crianza imposibilita que los jóvenes incorporen patrones sobre cómo relacionarse.
- **Exposición a acontecimientos de gran carga emocional.** Por ejemplo, la ausencia de una comunicación con los padres o las dificultades para alcanzar las ambiciones propias y/o las expectativas familiares (Carvajal y Caro-Castillo, 2009).
- **Falta de habilidades sociales** —o la percepción de tener esta ausencia. A ello debe sumársele la falta de experiencia para gestionar las emociones y la **fobia a la interacción social**, causada por el miedo a recibir una evaluación negativa.
- **La familia.** Las relaciones familiares con una buena comunicación, pueden ayudar a los adolescentes a enfrentar este sentimiento. Asimismo, aspectos como la desintegración familiar aumentan comportamientos como “abuso de drogas, problemas emocionales [...], y bajo desempeño escolar” (Carvajal y Caro-Castillo, 2009, p.5).

En cuanto a los efectos nocivos, la percepción de este sentimiento puede ocasionar, de manera general y en todos los colectivos sociales, diversos problemas de salud. No existen estudios concluyentes que establezcan una relación directa entre la soledad y el fallecimiento, pero sí hay evidencias de que este sentimiento provoca una disminución en la capacidad regulatoria del sistema inmune; un incremento en la gravedad de problemas como la presión arterial alta, y el inicio de problemas de sueño, migraña, tabaquismo o alcoholismo.

Por otro lado, puede ocasionar problemas físicos como una pérdida de la funcionalidad, pues al desarrollar menos actividades, el individuo se vuelve más dependiente. Además, la falta de ejercicio, de relaciones y de una correcta alimentación favorecen la obesidad. Asimismo, también influye la edad de la persona afectada. De esta manera, mientras que en las personas de mayor edad la soledad puede elevar el riesgo de demencias o problemas físicos, en la juventud este sentimiento puede propiciar:

- **Aislamiento completo.** Existen casos de jóvenes que han abandonado su vida social, hasta llegar al extremo de aislarse de manera indefinida en su hogar y/o dormitorios.
- **Cuadros depresivos y de ansiedad,** que pueden llegar a actuar como detonantes de patologías alimentarias o adictivas. Después, estas patologías pueden derivar en trastornos de personalidad de tipo límite, por ejemplo, junto con comportamientos autodestructivos propios del trastorno.

Por último, en cuanto a la soledad en general, cabe señalar cómo la teoría y los expertos confirman que este sentimiento, aun hoy en día, se encuentra estigmatizado. En el caso de las personas mayores, se suele vincular como una consecuencia negativa e irremediable causada por el devenir de los años. Asimismo, Delgado sostiene que la ayuda profesional en este grupo social se encuentra muy sesgada por la enfermedad, no considerándose motivo de consulta médica, por ejemplo, la incapacidad de una persona por continuar realizando actividades frecuentes en su rutina.

Por el contrario, López mantiene que los jóvenes son más proclives a pedir ayuda profesional para paliar este tipo de sentimientos, entre otras cuestiones. De esta manera, los profesionales en psicología y psiquiatra se convierten en una ayuda externa destinada a que los jóvenes aprendan a manejar estos sentimientos y puedan reducir su soledad. Junto a esta ayuda profesional, destaca el empleo de otras herramientas, como los medios de comunicación o las nuevas tecnologías, por parte de los jóvenes con el objetivo de paliar su soledad.

MEDIOS TRADICIONALES COMO ACOMPAÑANTES

En cuanto a la posibilidad de que la radio y la televisión actúen como medios acompañantes para reducir la soledad de las personas, las diversas investigaciones recabadas durante la revisión bibliográfica y las fuentes entrevistadas consideran posible esta función. Especialmente, en situaciones donde la movilidad y/o las comunicaciones con otros individuos son complicadas, puesto que las personas buscan un medio sustituto que les aporte una sensación de acompañamiento. Sirva de ejemplo el contexto establecido por la pandemia de la Covid-19, donde el empleo de ambos medios con esta finalidad de acompañamiento se ha incrementado. No obstante, es importante destacar la opinión de Delgado acerca de cómo esta labor no se cumple de igual manera en todas las personas, sino que tiene mayor efectividad en aquellas que consumían previamente estos medios.

Asimismo, aunque ambos medios pueden ejercer este acompañamiento, varios de los especialistas consultados diferencian entre las capacidades de la radio y la televisión para reducir la soledad y afirman cómo el primer medio actúa de manera más directa y eficaz. En esa línea, en el marco teórico se comentó la hipótesis de la subrogación social (“Social Surrogacy Hypothesis”), explicada en un artículo de la revista académica *Journal of Experimental Social Psychology*, publicado en 2008. Dicho estudio analizaba cómo los programas de televisión favoritos de un espectador pueden llegar a proporcionarle un sentimiento de pertenencia.

Esta teoría ha generado diferentes opiniones entre los especialistas consultados respecto a la posibilidad y, sobre todo, la duración de este vínculo entre el espectador y el personaje y/o el programa. No obstante, todos los entrevistados incidieron en la importancia de la existencia de este vínculo para que esta hipótesis pudiera tener un efecto práctico de pertenencia. En cuanto a la creación de dicho vínculo, la periodista Isabel Martín destaca los múltiples modelos de referencia que la televisión instauraba, los cuales permiten a los espectadores sentirse identificados con aquello que están visualizando.

Asimismo, López también asegura la posibilidad de una identificación entre los más jóvenes y las figuras representadas a través de los distintos personajes, pues en ellos encuentran el “yo ideal” que están buscando durante esta etapa de crecimiento. Sin embargo, el psiquiatra hace también un especial énfasis en la duración temporal de este vínculo, puesto que en esta sensación no se produce un verdadero intercambio de necesidades entre las partes implicadas.

En ese sentido, sobresalen las opiniones de Mireya Vicent, comunicadora audiovisual, y Margarita Márquez, doctora en Historia de los Medios de la Comunicación Social, quienes afirman que la duración de este vínculo depende de la construcción del personaje y la historia: estos deben disponer de unas características concretas que permitan a los espectadores establecer una conexión con la narración o sus personajes. Asimismo, ambas especialistas resaltan la influencia de la propia persona, quien creará diferentes relaciones según el momento y sus circunstancias.

Por su parte, la historiadora Mirta Núñez asegura que los personajes que aparecen en estos programas son reales, puesto que realizan al usuario una verdadera aportación. De esta manera, los hechos acontecidos en los programas permiten a los individuos sentirse vinculados con su entorno. Finalmente, es destacable la observación de Martín acerca de cómo la creación de vínculos con otros internautas no se establece directamente desde la televisión, sino que se necesita de otro medio externo, como las redes sociales. Es decir, la televisión posee una comunicación unidireccional, lo que propicia que los usuarios utilicen otras plataformas para crear una comunidad en torno a un personaje público o una serie de televisión.

A pesar de la imposibilidad de mantener una comunicación entre el espectador y la propia televisión, los expertos entrevistados y la documentación reunida aportan una serie de características que explican cómo estos dos medios de comunicación pueden ejercer una función social de acompañamiento. Dichas características son las siguientes:

- **Cercanía con el espectador**, gracias al empleo de elementos como la voz, los gestos o las imágenes, así como de la utilización de un lenguaje cercano al usuario, donde además se le invita a participar directa o indirectamente, sobre todo en la radio.
- **Contenido ofrecido**, el cual permite debatir diversos temas con otros espectadores mediante las redes sociales o en persona. Cabe destacar la afirmación de varios de los entrevistados –apenas mencionada en los documentos– acerca del inapropiado y escaso contenido ofrecido a las personas mayores.
- **Visualización en comunidad**. Ambos medios permiten que muchas personas se puedan congregarse para ver y/o escuchar un contenido específico. Ello permite la creación de una relación social con otros usuarios.

- **Escucha activa**, especialmente en la radio, pues permite al oyente realizar actividades concretas a la vez que amplía sus conocimientos. Por el contrario, la televisión ofrece una escucha pasiva y está más relacionada con el ocio de consumo.

NUEVAS HERRAMIENTAS DIGITALES

Aunque la radio y la televisión continúan actuando como medios acompañantes hoy en día, las nuevas tecnologías también posibilitan la interacción con otras personas. Estas permiten, además, la creación de una comunidad en torno a un contenido concreto, donde los usuarios pueden integrarse y comunicarse entre ellos. Estas tecnologías, entre las que se encuentran las redes sociales, han adquirido cada vez más importancia, hasta consolidarse en la actualidad como parte natural de la rutina diaria de las personas.

A pesar de ello, los especialistas no consideran que estas nuevas plataformas puedan sustituir completamente a los medios tradicionales. Entre las razones de esta afirmación se encuentra la diferencia de contenidos difundidos por ambos instrumentos, al igual que la distinción de los públicos objetivos a los que dichos contenidos van dirigidos. Asimismo, la periodista Marina Segovia asevera que los medios de comunicación, como grandes empresas consolidadas y adaptadas a la esfera digital, nunca van a llegar a desaparecer definitivamente. Por el contrario, el productor de podcast Mariano Pagella (citado por Espinosa, 2020) señala cuatro razones fundamentales que plantean a la plataforma de *streaming* Twitch como una posible heredera de la radio:

- La apuesta por contenidos en directo, visuales, cercanos e inmediatos.
- La posibilidad de utilizar la plataforma de fondo, mientras el usuario realiza otras actividades.
- El formato charla, muy parecido al podcast.
- El elemento visual constante, a través de la figura del *streamer*.

La creadora de contenidos Teresa Arista tampoco considera posible una sustitución por parte de plataformas como Twitch y Discord a un nivel informativo, pues esta no es la función que prima en estos espacios. Por el contrario, sí cree que pueda darse una competición en el ámbito del entretenimiento, donde estas plataformas online disponen de un contenido más amplio. Sirva de ejemplo la opinión de algunas de las usuarias entrevistadas, quienes afirman ejercer un empleo más frecuente de servicios online como Netflix o HBO con el objetivo de encontrar programas y/o contenidos que los medios tradicionales no abarcan.

En ese sentido, los datos extraídos durante la investigación demuestran que se está produciendo una migración de usuarios jóvenes desde estos medios tradicionales hacia las nuevas herramientas digitales. Entre los principales motivos de este cambio se encuentran la pertenencia de esta franja de edad a una generación fundamentalmente tecnológica; la facilidad de interacción que ofrecen al usuario; el acelerado ritmo de vida actual, donde el usuario exige un contenido continuo, sin apenas pausas para los anuncios, o la presión por seguir las nuevas modas, que en este caso sería estar presente en estas nuevas plataformas. Esta presencia, además, permitiría al adolescente tener vínculos en común con otras personas, gracias a la similitud de contenidos consumidos.

Por otra parte, es relevante destacar que estas características se observan también en Twitch y Discord, cuyo crecimiento en la actualidad se destacaba en la parte teórica. Este incremento en su empleo se debe, principalmente, a la interacción inmediata y cercana que ofrecen al usuario para que se comunique con el creador de contenido, así como con otros internautas; la

posibilidad de encontrar a personas con los mismos intereses y con las que crear una comunidad propia; una conexión inmediata, continuada y sin limitaciones geográficas, y, por último, un contenido más variado y personalizado.

Asimismo, en este crecimiento ha influido el contexto de aislamiento establecido por la pandemia, donde nuevos usuarios descubrieron estas herramientas, gracias también a la migración de creadores, con una gran audiencia, que se trasladaron a dichas plataformas por cuestiones laborales o económicas, entre otras. Finalmente, la documentación revisada también señalaba como un factor influyente el cambio en el consumidor, ahora con una actitud activa en cuanto a la elección y opinión del contenido, acontecido durante los últimos años. No obstante, es destacable la diferencia obtenida sobre esta cuestión en la encuesta realizada en esta investigación. Así, un 53,5% de los encuestados no se encuentran interesados en subir contenido a plataformas como Twitch, en comparación al 1,4% de los usuarios que sí crea contenidos propios y al 32,4% que se ha planteado esta posibilidad en un futuro próximo.

TWITCH Y DISCORD COMO MEDIOS ACOMPAÑANTES

En cuanto a si este trasvase de usuarios afecta también a la función de acompañamiento, no existe una respuesta única y definitiva ni por parte de la teoría, ni de los especialistas entrevistados. Así, el profesor Francisco José Olivares alega que los jóvenes tienden a emplear más los medios digitales, una dificultad a tener en cuenta para que la radio y la televisión funcionen de la misma manera con este público que con las generaciones anteriores.

Por su parte, Núñez alega que el consumo de medios tradicionales por parte de los jóvenes sigue manteniéndose y se establece como un vínculo entre la juventud y las generaciones previas. Otra diferencia se encuentra entre las opiniones de Vicent y Martín. La comunicadora audiovisual considera que esta labor de acompañamiento no va enfocada a una edad concreta, sino que está determinada por el contenido difundido, el cual permite una mayor o menor participación.

En ese sentido, es necesario recordar la positiva adaptación de algunas personas mayores a las nuevas herramientas digitales durante la pandemia, según las necesidades que requerían en ese momento, como explicaban Bermejo y Delgado. Por el contrario, Martín defiende que cada generación dispone de unos medios concretos, donde únicamente cambia el formato, el cual se ajusta al nuevo contexto de entretenimiento. De esta manera, aparecen nuevas alternativas creadas por los propios jóvenes para reducir su soledad y fomentar sus relaciones comunicativas con personas de su edad.

En cuanto a la capacidad de estas herramientas para fomentar el acompañamiento, López explica que las redes sociales pueden actuar positivamente en pos de este objetivo al ejercer como un facilitador, es decir, una herramienta que permita después crear relaciones en la vida real, o como un intensificador de vínculos presenciales o una ampliación de la red natural. El problema de este empleo aparece cuando estas redes sustituyen las relaciones presenciales, puesto que, como López recuerda, cuando una herramienta alivia un síntoma, en este caso la sensación de soledad, puede incrementar un problema al generar un reemplazo.

En el caso de la plataforma de *streaming*, el moderador Ares supone posible que Twitch permita una integración de los usuarios en una comunidad, aunque para ello el creador de contenidos es una figura imprescindible. Esta idea se ratificaba también en la parte teórica, donde Pagella, por ejemplo, considera similar la presencia de esta figura y la del tradicional locutor de radio (citado por Espinosa, 2020). La cercanía con el *streamer*, a través de sus comentarios, las

interacciones acontecidas durante el directo y el propio esfuerzo del creador son elementos necesarios para crear una comunidad de usuarios estable. Asimismo, esta capacidad para conectar al *streamer* con sus espectadores, como comentaban varias de las usuarias entrevistadas, está altamente potenciada en Twitch, en comparación con otras plataformas donde también pueden realizarse directos, como Youtube. En ese sentido, los datos extraídos durante las entrevistas señalan cómo el apoyo –sea o no económico– al creador de contenidos, así como el empleo del chat, como un instrumento básico para proponer ideas y participar en el directo, permiten al usuario sentirse integrado en un grupo, establecer vínculos con otras personas y, al final, reducir en cierta manera el sentimiento de soledad.

En el caso de Discord, tanto los estudios como los entrevistados consideran la plataforma como una herramienta más comunitaria, un heredero directo de los conocidos foros: un servidor con una temática específica donde el usuario, con su *nick*, puede relacionarse con otros internautas. Asimismo, la información recogida en la revisión bibliográfica, la entrevista y la encuesta demuestra una consideración positiva hacia la capacidad de Discord para establecer una comunicación cercana y una verdadera integración en un grupo.

Para conseguir estos objetivos, la plataforma ofrece diversas herramientas. Sin embargo, tanto la parte teórica como los entrevistados señalan dos razones fundamentalmente. En primer lugar, las diversas posibilidades que ofrece a los usuarios para que estos puedan comunicarse, bien mediante texto, audio o vídeollamada, sin tener en cuenta limitaciones –por ejemplo, no disponer de un micrófono o una cámara. En segundo lugar, la amplia personalización de esta herramienta, no solo en cuanto al perfil del internauta, sino a través de la creación de categorías diferentes dentro del propio servidor, *bots*, roles... que propician una mayor participación de los usuarios dentro de la propia plataforma.

En ese sentido, y a modo de cierre de este apartado, la información aportada en la fundamentación teórica y la obtenida durante las entrevistas señalan diversas características propias de estas plataformas online que pueden convertirlas en nuevos medios acompañantes, sobre todo entre la juventud española. Entre ellas destacan especialmente, y a diferencia de los medios tradicionales, la posibilidad de tener una comunicación cercana, una mayor interacción y la integración dentro de una comunidad estable.

No obstante, no debe olvidarse los contenidos recogidos también de ambas fuentes acerca de las desventajas y/o los peligros existentes en estas aplicaciones. De esta manera, durante el apartado de ‘Resultados’ se mencionaban algunos como la reducción del tiempo destinado a los amigos, familiares u otras actividades; una sustitución completa de las comunicaciones presenciales, lo que podría causar un aislamiento de las personas con el mundo real y, finalmente, al tratarse de un medio tecnológico, se destacaba el anonimato de las redes como un riesgo presente en Internet que permitía un empleo dañino por parte de algunas personas hacia otros usuarios y/o *streamer*.

Por ello, es importante recordar las advertencias generales realizadas por los entrevistados de la investigación, quienes aseguraban que, aunque estas plataformas pueden actuar como medios acompañantes, es muy importante que el joven usuario realice un correcto y controlado empleo de estas herramientas, para que pueda participar, formar parte de una comunidad, etc., de una manera segura y estable.

8. Conclusiones

Por último, una vez hemos comentado los principales datos recogidos durante la investigación, procedemos a exponer las conclusiones finales. El presente estudio partía de la hipótesis principal de que los jóvenes de entre 15 y 25 años utilizan plataformas como Twitch y Discord con el objetivo de reducir su soledad. Después de analizar toda la información, hemos concluido que estas nuevas plataformas efectivamente pueden actuar como medios acompañantes, al igual que la radio y la televisión han ostentado esa función social tradicionalmente.

Sin embargo, la calidad del acercamiento ofrecido por estas plataformas depende en gran medida del modo de empleo de dichas aplicaciones por parte de los usuarios, así como de sus circunstancias contextuales. De esta manera, es necesario que el joven utilice estas herramientas de manera responsable, como un añadido a sus relaciones e interacciones presenciales, nunca como una sustitución de estas. Para demostrar el cumplimiento de esta premisa, analizamos a continuación cada uno de los objetivos establecidos en este estudio:

1. Analizar la evolución histórica de la soledad y su mantenimiento en la actualidad.

A pesar de la dificultad para determinar una única definición respecto al término, debido a la complejidad que entraña esta cuestión, a lo largo de la investigación hemos definido la soledad como un sentimiento percibido por la persona causado por una ausencia o reducción de compañía. No obstante, también hemos explicado la diferencia existente entre la soledad social, donde la persona percibe este sentimiento, aunque no se encuentre sola, y la soledad emocional, cuando el individuo carece del acompañamiento de otros sujetos.

Con posterioridad, hemos estudiado el origen de este sentimiento y, aunque no hemos podido establecer una fecha determinada, hemos demostrado cómo la soledad ha estado aparejada al ser humano, prácticamente, desde su existencia. Asimismo, hemos subrayado el segundo tercio del siglo XIX, con la industrialización de la vida humana, como el momento en el que este sentimiento se empezó a considerar una problemática social. Hemos explicado, además, cuáles son los principales factores que pueden provocar este sentimiento. Entre ellos hemos destacado la configuración de ciudades individualistas; la actual cultura laboral, muy vinculada a los servicios telemáticos y basada, en ocasiones, en la sobrecarga del trabajo; el aumento de los hogares unipersonales o la expansión de las tecnologías como forma de establecer nuevos vínculos comunicativos.

Cabe destacar nuestra imposibilidad de establecer el género como un factor concluyente, pues los datos obtenidos en la revisión bibliográfica señalan una clara incidencia, mientras que las fuentes entrevistadas indican una cierta similitud en cuanto a las cifras existentes. El género se trata, por tanto, de un factor con incidencia, pero no concluyente para esta investigación.

Asimismo, uno de nuestros objetivos era comprender cómo se entiende la soledad en la sociedad actual. Como conclusión a esta pregunta, hemos observado que este concepto ha ido evolucionando, a la par que las personas, pero continúa siendo una constante. De esta forma, la soledad se ha convertido en una problemática social actual y de gran importancia, no solo para los ciudadanos, sino también para los propios Estados, debido a la masiva incidencia que tiene entre la población.

La importancia de esta cuestión se observa, además, en las múltiples investigaciones que se llevan desarrollando desde hace varios años en torno a ella. En ese sentido es importante resaltar que los nuevos estudios están cada vez más enfocados en analizar la posible relación

entre la soledad y las nuevas tecnologías, en concreto las redes sociales. En el caso de España hemos observado, según las investigaciones citadas, un aumento de casos durante los últimos cinco años. Este incremento ha provocado un mayor interés por parte del gobierno y de instituciones externas a él por intentar solventar esta problemática.

Acerca de los colectivos más afectados por la soledad, hemos indicado las personas desempleadas, las mujeres, los jóvenes y las personas mayores. Respecto a la juventud, grupo de estudio para este trabajo, debemos apuntar que se trata de un colectivo cada vez más afectado y con unas consecuencias más visibles. En cuanto a las personas mayores, generalmente relacionadas con este sentimiento, hemos subrayado lo estereotipada de esta relación, puesto que inculca una imagen negativa sobre el grupo social.

No obstante, también hemos explicado cómo la edad de estas puede incidir en la percepción de este sentimiento y elevar el riesgo de demencias o problemas físicos. De esta manera, hemos clasificado las diferentes consecuencias de este sentimiento. En el caso de los jóvenes, hemos señalado otras posibles consecuencias como un aislamiento del mundo exterior o el desarrollo de patologías.

2. Estudiar el aumento de los casos de soledad en la juventud y definir las principales causas de este crecimiento en el colectivo.

Sobre este objetivo, hemos extraído como principal conclusión una de nuestras hipótesis secundarias: los casos de soledad han aumentado entre los jóvenes debido a la pérdida de vínculos comunitarios en la cultura social, económica y política o la expansión de las relaciones digitales, entre otras causas. En cuanto a las causas, además de las expuestas previamente, hemos extraídos algunos factores concretos para la juventud como, por ejemplo, el actual estilo de crianza de 'vacío', una exposición a acontecimientos de gran carga emocional, como la imposibilidad para alcanzar las ambiciones propias y/o las expectativas familiares; la falta de habilidades sociales o la creencia de tener esta ausencia, y la más común, una fobia a la interacción social, causada por el miedo a recibir una evaluación negativa por parte del nuevo entorno social.

3. Demostrar cómo la pandemia ha afectado a la soledad.

El presente estudio ha demostrado también cómo la pandemia y, en especial, el aislamiento obligatorio ha elevado el número de personas que se han sentido solas, aunque estuvieran conviviendo con otros individuos, debido a las limitaciones de movilidad y a la imposibilidad de establecer comunicaciones y relaciones presenciales. Además de aumentar los sentimientos de soledad y falta de compañía, el contexto impuesto ha favorecido la aparición de otros sentimientos como la ansiedad o la depresión, en especial en la población con una edad comprendida entre los 18 y los 39 años.

A pesar de que la pandemia ha exacerbado el sentimiento de soledad en todos los colectivos, los datos recogidos vuelven a exponer como grupos sociales más vulnerables a las personas mayores, la juventud, los desempleados o las mujeres –aunque, como se ha comentado previamente, este último no puede considerarse como un factor determinante en esta investigación. En cuanto a los jóvenes, las investigaciones demuestran la gran incidencia de este sentimiento entre personas de 15 a 25 años, como es nuestro caso de estudio. Sin embargo, también hemos concluido que existe un aumento de casos en franjas de edad más amplia, incluyendo, por ejemplo, el periodo de adolescencia.

4. Analizar si la tecnología de la comunicación ha acercado a las personas y reducido su soledad durante los últimos cinco años.

Respecto a este apartado, la investigación ha demostrado que la radio y la televisión poseen una serie de características que les permiten acercarse al espectador y formar con él un vínculo que, en la mayoría de las ocasiones, aporta una sensación de acompañamiento, ya sea de manera permanente o temporal. Asimismo, el contenido visualizado en estos medios considerados tradicionales permite a los usuarios formar parte de su entorno social, así como debatir con otros individuos.

En el caso de las nuevas plataformas hemos centrado la investigación en Twitch y Discord debido al gran crecimiento experimentado por ambas entre los jóvenes, gracias a la integración y cercanía que estas plataformas potencian. Para conseguir este sentimiento de integración y, por ende, reducir la soledad del individuo, Twitch y Discord han adquirido características típicas de la radio o la televisión, como la presencia constante de una figura central que dirija el contenido. Así, el *streamer* es comparable al locutor de radio, pues realiza algunas de sus funciones y ostenta también elementos característicos de esta posición, como el empleo de un micrófono especializado, auriculares y, en algunas ocasiones, pequeñas mesas de sonido.

No obstante, estas plataformas disponen de características diferenciadoras que permiten su consolidación como medios acompañantes. Entre las más destacadas, consideramos importante la posibilidad de ofrecer un contenido original y diferente al expuesto por los medios tradicionales, centrado en nichos diferentes, así como poder comunicarse con otros usuarios de manera sencilla y a través de varias vías (voz, texto, cámara...), lo que facilita una verdadera aportación al usuario y puede ofrecerle una sensación de compañía.

En esta línea, es necesario recordar que la finalidad original de estos medios no es crear un medio para paliar la soledad, sino que ambos se basan en el puro entretenimiento. Estas plataformas han adquirido esta nueva función social debido a los propios usuarios, quienes han adecuado estas herramientas a las necesidades que han sentido, sobre todo durante la pandemia. Por ello, no podemos hablar de una sustitución de los medios de comunicación tradicionales por parte de estas plataformas.

En primer lugar, porque, aunque en menor medida, los jóvenes continúan empleando la radio y la televisión. En segundo lugar, porque será necesario esperar unos años para saber si la juventud sigue entendiendo estas plataformas como unas herramientas para paliar su soledad o si, por el contrario, han creado y/o acudido a otras distintas buscando esta misma finalidad.

En cuanto a la pregunta de si estas plataformas fomentan más la integración o la exclusión de los usuarios, consideramos que Twitch y Discord propician más la comunicación, la integración y la pertenencia a una comunidad. Sin embargo, esta función siempre estará condicionada al empleo proporcionado por el usuario, quien debe utilizarlas de manera responsable, no sustituyendo las relaciones presenciales ni utilizándolas como único método de comunicación.

En el momento en que el joven utiliza únicamente Discord o Twitch para relacionarse y así reducir su soledad, está realizando una sustitución, lo que puede aumentar sus problemas para interactuar con otras personas y propiciar un aislamiento de su entorno real. Por ello, consideramos que para que estas herramientas funcionen adecuadamente como medios acompañantes los jóvenes deben conocer cómo funcionan, así como los riesgos y ventajas que supone su empleo.

Para ello, señalamos la necesidad de una adecuada involucración por parte de los padres, tutores lugares y el sistema escolar para educar a los jóvenes de esta franja de edad en el buen uso de la tecnología. Asimismo, estas figuras son también elementos fundamentales para fomentar la interacción presencial de los jóvenes, a través de actividades desarrolladas en el entorno social.

9. Referencias bibliográficas

Aller, Á. (2020, 19 octubre). *Conoce Discord, el chat de voz que ha ganado a TeamSpeak y Raidcall*. Profesional Review. Recuperado de <https://www.profesionalreview.com/2020/11/28/discord-que-es/>

Álvarez, R. (2019, 12 julio). *Discord: así ha sido el meteórico ascenso de una app de mensajería al estrellato gaming*. Xataka. Recuperado de <https://www.xataka.com/aplicaciones/discord-asi-ha-sido-meteorico-ascenso-app-mensajeria-al-estrellato-gaming>

AngelMartin. (2021, 27 marzo). *Ángel Martín y Pol Turrents. (+18) Charla patrocinada cerveza «El Águila» sin filtros*. [Vídeo]. Twitch. Recuperado de <https://www.twitch.tv/videos/964941022?filter=all&sort=time>

BBC News Mundo. (2018, 18 enero). *La soledad, un mal contemporáneo mundial que en Reino Unido ahora es asunto de Estado*. BBC News Mundo. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42723066>

BBC News Mundo. (2018b, octubre 6). «Estoy rodeada de gente, pero ¡me encuentro tan sola!» BBC News Mundo. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45761686>

Besoli, G., Palomas, N., & Chamarro, A. (2018, 3 abril). *Uso del móvil en padres, niños y adolescentes: Creencias acerca de sus riesgos y beneficios*. *Aloma*, 36(1), p. 29-39. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/artpub/2018/189761/04_Gloria_Besoli_36_1_29-40_2_.pdf

Butler, F., & Pickett, C. (2009, 28 julio). *Imaginary Friends*. *Scientific American*. Recuperado de <https://www.scientificamerican.com/article/imaginary-friends/>

C. V., A. (2019, 16 julio). *¿Y las diferencias entre generaciones?* - Aranza CV. Medium. Recuperado de <https://medium.com/@aranzacv310/y-las-diferencias-entre-generaciones-489357b5a7b7>

Carvajal, G., y Caro-Castillo, C. V. (2009). *Soledad en la adolescencia: análisis del concepto*. *Aquichan*, 9, p. 281-296. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3125177>

Castillo Fernández, M. (2020, septiembre). *Estudio sobre el uso y el abuso de la tecnología en adolescentes* (Tesis doctoral). Universidad de Córdoba. Recuperado de <https://helvia.uco.es/handle/10396/20875>

Cátedra José María Martín Patino de la Cultura. (2020, 11 noviembre). *Presentación del Informe España 2020* [Comunicado de prensa]. Recuperado de <https://blogs.comillas.edu/informe-espana/>

Cervera, I. (2021, 22 marzo). *Domino's Pizza, la primera marca española que apuesta por Discord*. Geekno. <https://www.geekno.com/dominos-pizza-la-primer-marca-espanola-que-apuesta-por-discord.html>

Cid, G. (2020, 27 noviembre). *La revolución de Discord y Twitch: por qué todos usamos ahora «apps» solo para «gamers»*. *El Confidencial*. Recuperado de https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2020-11-27/discord-gamers-chat-whatsapp-red-social-app_2844987/

ColÀ·legi Oficial de Psicologia de la Comunitat Valenciana. (2016, 6 diciembre). *Premios CIDAP 2015 - ColÀ·legi Oficial de Psicologia de la Comunitat Valenciana*. Recuperado de https://www.cop-cv.org/noticia/10582-premios-cidap-2015#.YKD_lagzblU

Contreras Medina, F.R. (2017). El Renacimiento del humanismo en las ciberculturas: una aproximación desde el arte. *Alpha: revista de artes, letras y filosofía*, 45, 91-103. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6384953>

Corzo Salazar, C., & Sarahí Oviedo Copca, A. (2018, enero). Antecedentes Históricos de la soledad (Capítulo uno). *Con-Ciencia Boletín Científico De La Escuela Preparatoria*, 5, No 9, ISSN: 2007-4913. Recuperado de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa3/n9/p2.html>

Ctrl ControlPublicidad. (2018, 19 diciembre). *IKEA desvela los resultados del estudio «¿Estamos hiperconectados?»*, Formación y estudios | Control Publicidad. ControlPublicidad.com. Recuperado de <https://controlpublicidad.com/formacion-y-estudios-de-publicidad/ikea-desvela-los-resultados-del-estudio-estamos-hiperconectados/>

D, R. (2020, 10 julio). 260 radios para paliar la soledad de las personas mayores. *Diario de Jerez*. Recuperado de https://www.diariodejerez.es/jerez/policia-nacional-regala-radios-personas-mayores_0_1481552056.html

Delivery Media. (2019, 16 julio). *Diferencias entre los medios tradicionales y las redes sociales*. Recuperado de <https://www.deliverymedia.es/diferencias-entre-los-medios-tradicionales-y-las-redes-sociales/>

Díez, J., & Morenos, M. (2015). *La soledad en España* (Fundación ONCE & Fundación AXA, Eds.). Recuperado de https://www.fundaciononce.es/sites/default/files/soledad_en_espana.pdf

Discord. (2019). *Auroners*. Recuperado de <https://discord.gg/auroners>

Discord. (2015, 13 mayo). *Discord | Your Place to Talk and Hang Out*. Recuperado de <https://discord.com/>

El Independiente. (2021, 1 enero). Las Campanadas de Ibai Llanos: la retransmisión que arrasó en las redes y en casa de los Illa. *El Independiente*. Recuperado de <https://www.elindependiente.com/tendencias/2021/01/01/las-campanadas-de-ibai-llanos-la-retransmision-que-arraso-en-las-redes-y-en-casa-de-los-illa/>

Espinosa, M. J. (2020, 10 septiembre). Twitch: ¿un nuevo canal para la radio? *EL PAÍS*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2020/09/10/dias-de-vino-y-podcasts/1599689392_659528.html

EuropaPress. (2020, 21 marzo). El tráfico por Internet ha crecido un 80% y el lunes España fue el quinto país del mundo con más tráfico. *EuropaPress*. Recuperado de <https://www.europapress.es/economia/macroeconomia-00338/noticia-traffic-internet-crecido-80-lunes-espana-fue-quinto-pais-mundo-mas-traffic-20200321221002.html>

Fernández, S. (2021, 7 febrero). *Las 9 Características de la Televisión Más Importantes*. Liferder. Recuperado de <https://www.liferder.com/caracteristicas-television/#:%7E:text=Una%20de%20las%20principales%20caracter%3%ADsticas,a%20trav%3%A9s%20de%20la%20pantalla>

Fundación Melior. (s. f.). La soledad entre la multitud de la era de la comunicación. Recuperado 9 de abril de 2021, de <https://fundacionmelior.org/archivado/la-soledad-entre-la-multitud-de-la-era-de-la-comunicacion/>

Gallardo, R. (2016, 12 diciembre). Redes sociales, un refugio de la soledad. *EFESalud*. Recuperado de <https://www.EFESalud.com/solitario-se-refugia-redes-sociales-crean-personas-extravertidas/>

García Peña, L.L. (2019). "La soledad contemporánea desde la obra de pensadores esenciales: análisis y perspectivas", *Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 86, año 40, enero-junio de 2019, ISSN: 2007-9176; pp. 185-206. Recuperado de <http://revistaiztapalapa.izt.uam.mx/index.php/izt/issue/archive>

García, M., y Magaz, A. M. (2020, junio). *Resultados preliminares del "Estudio sobre el confinamiento en relación con la actividad física y el uso de las TIC"*. Munideporte. Recuperado de <https://www.munideporte.com/imagenes/documentacion/ficheros/0389F399.pdf>

Garrido, A. (2020, 3 junio). *Cómo hacemos uso de las herramientas digitales durante el Covid-19*. EXTRAVAGANZA COMMUNICATION SL. Recuperado de <https://ec-global.es/blog/uso-herramientas-digitales-durante-el-covid-19/>

Garrido, F. (2021, 21 marzo). *¿Qué es Discord? Te explicamos todo lo que necesitas saber*. Digital Trends Español. Recuperado de <https://es.digitaltrends.com/videojuego/que-es-discord-explicacion/>

Gascón, M. (2020, 30 junio). Qué es Twitch, la última red social con la que ha topado Trump. *www.20minutos.es*. Recuperado de <https://www.20minutos.es/noticia/4309546/0/que-es-twitch-la-ultima-red-social-con-la-que-ha-topado-trump/>

Gerosol Asistencia. (2020, 12 febrero). *La radio: un medio que cuenta cuando se impone la soledad*. Gerosol Asistencia. Recuperado de <https://www.gerosol.com/blog/la-radio-un-medio-que-cuenta-cuando-se-impone-la-soledad/>

Gilibets, L. (2013, 23 octubre). *El prosumidor: cómo es y cuál es su comportamiento de compra*. Thinking for Innovation. Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/prosumidor-marketing-digital/#:%7E:text=Son%20seres%20proactivos%20que%20expresan,en%20la%20toma%20de%20decisiones.>

Gorospe, P. (2020, 17 abril). Radios solidarias contra la soledad. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/espana/2re020-04-16/radios-solidarias-contra-la-soledad.html>

Guerrero, M. (2014). Webs televisivas y sus usuarios: un lugar para la narrativa transmedia. Los casos de "Águila Roja" y "Juego de Tronos" en España. *Comunicación y sociedad*, (21), 239-267. Recuperado en 10 de abril de 2021, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2014000100010&lng=es&tlng=es.](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2014000100010&lng=es&tlng=es)

Gutiérrez Lozano, J. F., Cuartero, A. (2020). El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 50. pp. 159-175. DOI: 10.12795/Ambitos.2020.i50.11

Heinrich, M., & Racciatti, E. (2020, 27 marzo). Internet y redes sociales: la cultura digital se resignifica en tiempos de pandemia. *Télam - Agencia Nacional de Noticias*. Recuperado de <https://www.telam.com.ar/notas/202003/445275-coronavirus-animo-television--pelicula.html>

Herrero J, Urueña A, Torres A, Hidalgo A. Socially Connected but Still Isolated: Smartphone Addiction Decreases Social Support Over Time. *Social Science Computer Review*. 2019;37(1):73-88. DOI: [10.1177/0894439317742611](https://doi.org/10.1177/0894439317742611)

Hunt Hunt, M. G. y Young, J. (2018): "No More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression". *Journal of Social and Clinical Psychology*, vol. 37, n. 10, pp.751-768. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/328838624_No_More_FOMO_Limiting_Social_Media_Decreases_Loneliness_and_Depression

IAB Spain. (2020, junio). *Estudio de Redes Sociales 2020*. Recuperado de <https://iabspain.es/estudio/estudio-redes-sociales-2020/>

IAB Spain. (2021, 5 mayo). *Estudio de Redes Sociales 2021*. Recuperado de <https://iabspain.es/iab-spain-presenta-el-estudio-de-rrss-2021/>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2016, 6 abril). *Encuesta Continua de Hogares Año 2015* [Comunicado de prensa]. Recuperado de <https://www.ine.es/prensa/np965.pdf>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2019, 2 abril). *Encuesta Continua de Hogares (ECH) Año 2018* [Comunicado de prensa]. Recuperado de https://www.ine.es/prensa/ech_2018.pdf

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2020, 2 abril). *Encuesta Continua de Hogares Año 2019* [Comunicado de prensa]. Recuperado de https://www.ine.es/prensa/ech_2019.pdf

Junco, L. (2020, 5 mayo). El consumo de medios en confinamiento de la Generación Z a los Baby Boomers. *EXPANSION*. Recuperado de <https://www.expansion.com/directivos/2020/05/05/5eb14eece5fdeab54e8b4572.html>

Kremer, W., & Hammond, C. (2013, 5 julio). «Hikikomori»: por qué tantos japoneses no quieren salir de sus cuartos. *BBC News Mundo*. Recuperado de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/07/130705_salud_japon_hikikomori_aislamiento_social_gtg

Lastra, A. (2016): El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia, *Icono 14*, volumen (14), pp. 71-94. DOI: 10.7195/ri14.v14i1.902

Londoño Orozco, E. (2011). Posmodernidad y persona. Los atentados contra la persona y los retos educativos. *Itinerario Educativo*, 25(57), p. 19-59. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6280157>

López López, J., & Díaz Conde, M. del P. (2018). El sentimiento de soledad en la vejez. *Revista Internacional De Sociología*, 76(1), e085. Recuperado de <https://doi.org/10.3989/ris.2018.76.1.16.164>

Lorenz, T. (2019, 12 marzo). Why Every Influencer Has a Discord. *The Atlantic*. Recuperado de <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2019/03/how-discord-went-mainstream-influencers/584671/>

Martín, C. (2017). *Carmen Martín Gaité*. Carmen Martín Gaité. <http://www.archivomartingaites.es/>

Michán, M. (2013, 8 junio). *Fates Forever, el juego para iPad que los fans de League of Legends estaban esperando*. Applesfera. Recuperado de <https://www.applesfera.com/juegos-ios/fates-forever-el-juego-para-ipad-que-los-fans-de-league-of-legends-estaban-esperando>

Mirada 21. (2021, 7 febrero). La soledad, un fenómeno que la pandemia ha agudizado. *Mirada 21*. Recuperado de <https://Mirada21.es/secciones/mirada-alternativa/la-soledad-un-fenomeno-que-la-pandemia-ha-agudizado/>

Moctezuma Barragán, J. (Ed.). (2015). Los derechos humanos de solidaridad y los Objetivos del Milenio. En *Estado constitucional, derechos humanos, justicia y vida universitaria*. (1.ª ed., Tomo V, Vol. 2, pp. 121–142). Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/3977-estado-constitucional-derechos-humanos-justicia-y-vida-universitaria-estudios-en-homenaje-a-jorge-carpizo-derechos-humanos-tomo-v-vol-2>

Morte, M. (2019, 22 abril). La soledad no deseada: una epidemia del S.XXI que se expande sin hacer ruido. *Tribus Ocultas*. Recuperado de https://www.lasexta.com/tribus-ocultas/artes/silencioso-drama-soledad-deseada_201904125cbdeedf0cf221ee23071f42.html

Nowland R, Necka EA, Cacioppo JT. Loneliness and Social Internet Use: Pathways to Reconnection in a Digital World? *Perspectives on Psychological Science*. 2018;13(1):70-87. DOI: [10.1177/1745691617713052](https://doi.org/10.1177/1745691617713052)

Observatorio de la Infancia en Andalucía. (2018). *Actividades que realizan con frecuencia los jóvenes de 14 a 24 años en Internet* [Infografía]. Observatorio de la Infancia en Andalucía. Recuperado de https://www.observatoriodelainfancia.es/oia/esp/documentos_ficha.aspx?id=5644

Ordiz, E. (2019, 26 diciembre). Los jóvenes tienden a sentirse más solos que las personas mayores. *www.20minutos.es*. Recuperado de <https://www.20minutos.es/noticia/4098865/0/encuesta-soledad-jovenes-espanoles/?autoref=true>

Palazón, Á. (2021, 13 febrero). Ibai Llanos, el amo de Twitch que quiere ser una cadena de televisión. *El HuffPost*. https://www.huffingtonpost.es/entry/ibai-llanos-el-amo-de-twitch-que-quiere-ser-una-cadena-de-television_es_601c1598c5b6c0af54d17de3

Patulny, R. (2020). Does social media make us more or less lonely? Depends on how you use it. *The Conversation*, 22 January 1-4. Recuperado de <https://www.uow.edu.au/media/2020/does-social-media-make-us-more-or-less-lonely-depends-on-how-you-use-it.php>

Real Academia Española. (2001). Soledad. *Diccionario de la lengua española* (22.a ed.). Recuperado de <https://dle.rae.es/soledad>

Recursos Cnice Mec. (s. f.). *Radio - La comunicación radiofónica*. MEDIA. Recuperado 5 de abril de 2021, de <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque2/pag1.html>

Redacción El HuffPost. (2021, 2 enero). Histórico: Ibai Llanos supera desde Twitch a una cadena nacional durante las campanadas. *El HuffPost*. Recuperado de https://www.huffingtonpost.es/entry/ibai-llanos-twitch-campanadas-audiencia_es_5ff04f9cc5b61817a536bb26

Rico Moreno, Javier. (2014). Hacia una historia de la soledad. *Historia y grafía*, (42), 35-63. Recuperado en 29 de marzo de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-09272014000100003&lng=es&tlng=es.

Río González, A.d. (2018). *La evolución de los eSports*. (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Sevilla, Sevilla. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/78511>

Rodríguez, M. (2019). *El streaming y nuevas formas de consumo en videojuegos* (Trabajo de Fin de Grado). Recuperado de <http://hdl.handle.net/10554/46694>.

Ruiz Benítez, B., & Alaminos Romero, F. J. (2019). Cifras y Datos nº 14: Las TIC en la vida de las chicas y chicos. *Cifras y datos*, 14, 1–8. Recuperado de https://www.observatoriodelainfancia.es/oia/esp/documentos_ficha.aspx?id=5872

Sánchez, J. M. (2020, 15 marzo). El tráfico de WhatsApp se multiplica por cinco en España en la pandemia de coronavirus. *ABC*. Recuperado de https://www.ABC.es/tecnologia/redes/ABCI-trafico-whatsapp-multiplica-cinco-espana-pandemia-coronavirus-202003151913_noticia.html

Sanmartín, A., Ballesteros, J.C., Calderón, D., Kuric, S. (2020) *De puertas adentro y de pantallas afuera. Jóvenes en confinamiento*. Madrid. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad. DOI: 10.5281/zenodo.4054836

Sanoja, M. (2019, 17 febrero). La soledad, una realidad con la que debemos aprender a convivir. *EL PAÍS*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2019/02/14/buena-vida/1550133253_465001.html

Sulbarán Lovera, P. (2019, 6 junio). Paseadores de personas: por qué en Los Ángeles hay gente que paga para que los saquen a caminar. *BBC News Mundo*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48426833>

The Objective. (2018, 10 octubre). Por qué la soledad afecta a los jóvenes de 16 y 24 años. *The Objective*. Recuperado de: <https://theobjective.com/further/soledad-afecta-jovenes>

Twitch Tracker. (2021, 7 enero). *STREAM ON JAN 07, 2021*. Recuperado de <https://twitchtracker.com/karchez/streams/40651801964>

Twitch Tracker. (2021b, febrero 8). *Karchez - Streams List and Statistics*. Recuperado de <https://twitchtracker.com/karchez/streams>

Twitch. (s. f.). *Twitch.tv/kalinaann*. Recuperado de <https://www.twitch.tv/kalinaann>

Ugochi, O., Ebe, K. (2019). Television, radio, and telephone: Tools for reducing loneliness among older adults in Nigeria. *Gerontechnology*, 18(1), 36-46. [Recuperado de https://doi.org/10.4017/gt.2019.18.1.004.00](https://doi.org/10.4017/gt.2019.18.1.004.00)

Universidad Complutense de Madrid. (2020, 20 abril). *Los jóvenes entre 18 y 39 años reflejan un menor auto-cuidado emocional y presentan más ansiedad, depresión y sentimientos de soledad que las personas mayores de 60* [Comunicado de prensa]. Recuperado de <https://www.ucm.es/los-jovenes-entre-18-y-39-anos-reflejan-un-menor-auto-cuidado-emocional-y-presentan-mas-ansiedad,-depresion-y-sentimientos-de-soledad-que-las-personas-mayores-de-60>

Vidal, F., & Halty, A. (2020). La soledad del siglo XXI [Capítulo de informe]. En Informe España 2020 (pp. 91–172). Universidad Pontificia Comillas Cátedra J. M. Martín Patino. Recuperado de <https://blogs.comillas.edu/informeespana/wp-content/uploads/sites/93/2020/10/Informe-Espana-2020-Parte-Segunda-1.pdf>

Zamorano, E. (2020, 18 febrero). La soledad de los jóvenes españoles y cómo la explotarán las empresas. *El Confidencial*. Recuperado de https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2020-02-19/social-soledad-jovenes-espanoles-empresas_2460151/

Zhang, K., Kim, K., Silverstein, N. M., Song, Q., & Burr, J. A. (2020). Social Media Communication and Loneliness Among Older Adults: The Mediating Roles of Social Support and Social Contact. *The Gerontologist*, XX, 1–9. <https://doi.org/10.1093/geront/gnaa197>

ANEXO 1

ENCUESTA



1. **¿Conoces la aplicación Twitch? ¿La utilizas?** (obligatoria)
 - a. Sí la conozco y la utilizo
 - b. Sí la conozco, pero no la utilizo
 - c. No la conozco
2. **Si has contestado que sí en la anterior, ¿cuántas horas al día le dedicas a Twitch?** (optativa)
 - a. ___ horas (opción para que los encuestados escriban las horas)
3. **Además de ser usuario en Twitch, ¿has creado algún contenido en esta plataforma?** (optativa)
 - a. Sí, de manera frecuente
 - b. Sí, de manera ocasional
 - c. No, pero me he planteado crearlo
 - d. No he subido contenido y no me planteo crearlo
4. **¿Conoces la aplicación Discord? ¿La utilizas?** (obligatoria)
 - a. Sí la conozco y la utilizo
 - b. Sí la conozco, pero no la utilizo
 - c. No la conozco
5. **Si utilizas Discord ¿con qué frecuencia?** (optativa)
 - a. La utilizo diariamente
 - b. La utilizo con frecuencia (de 2 a 3 veces por semana)
 - c. La utilizo con poca frecuencia (menos de dos veces por semana)
6. **¿Para qué sueles usar Discord?** (optativa y con posibilidad de respuesta múltiple)
 - a. Hablar e interactuar con mis amigos
 - b. Relacionarme con mi entorno laboral y/o educativo
 - c. Conocer nuevas personas o comunidades y formar parte de ellas
 - d. Otros (opción para que ellos escriban su respuesta)
7. **¿Qué aspectos positivos consideras que te ha aportado Twitch?** (optativa y con posibilidad de respuesta múltiple)
 - a. Entretenimiento variado
 - b. Conocer a personas nuevas
 - c. Crear o formar parte de una comunidad
 - d. Otros (opción para que ellos escriban su respuesta)
8. **¿Qué aspectos negativos consideras que te ha aportado Twitch?** (optativa y con posibilidad de respuesta múltiple)
 - a. Ha reducido mi tiempo de estudio/trabajo
 - b. Ha reducido mi tiempo de estar con mis amigos y/o familiares
 - c. Me ha aislado prácticamente de mi entorno social
 - d. Otros (opción para que ellos escriban su respuesta)
9. **¿Qué aspectos positivos consideras que te ha aportado Discord?** (optativa y con posibilidad de respuesta múltiple)
 - a. Mantener el contacto con mis amigos y/o familiares
 - b. Conocer a personas nuevas
 - c. Crear o formar parte de una comunidad
 - d. Otros (opción para que ellos escriban su respuesta)
10. **¿Qué aspectos negativos consideras que te ha aportado Discord?** (optativa y con posibilidad de respuesta múltiple)
 - a. Ha reducido mi tiempo de estudio/trabajo
 - b. Ha reducido mi tiempo de estar con mis amigos y/o familiares
 - c. Me ha aislado prácticamente de mi entorno social
 - d. Otros (opción para que ellos escriban su respuesta)
11. **En general, ¿consideras que estas plataformas favorecen más la integración o el aislamiento de las personas?** (obligatoria)
 - a. Fomentan más la integración social
 - b. Fomentan más el aislamiento social

ANEXO 2

FUENTES ORALES



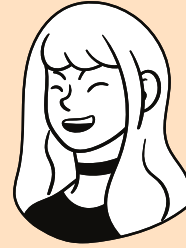
ASOCIACIONES



MANUEL FERNÁNDEZ

COORDINADOR LLAMADAS DEL TELÉFONO
DE LA ESPERANZA EN SEVILLA

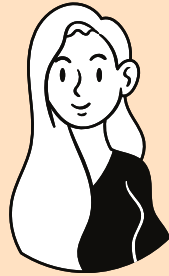
STREAMER



TERESA ARISTA

CREADORA DE CONTENIDOS
EN TWITCH

PERSONAL DE TWITCH Y DISCORD (MODERADORES)



ATREMIS MOONY
(NOMBRE DE USUARIO)

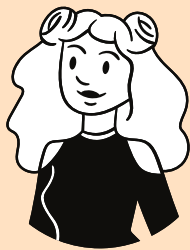
MODERADORA EN TWITCH



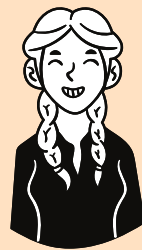
ARES
(NOMBRE DE USUARIO)

MODERADOR EN TWITCH Y DISCORD

USUARIOS



CARMEN FERNÁNDEZ



AITANA DOMÍNGUEZ



CARMEN ÁLVAREZ

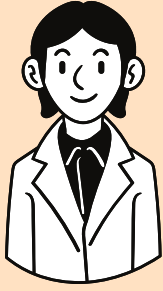


PATRICIA JIMÉNEZ



ELENA ORTEGA

PSICÓLOGOS



RICARDO LÓPEZ

PSIQUIATRA Y
PSICOTERAPEUTA
FAMILIAR SISTÉMICO



LOURDES BERMEJO

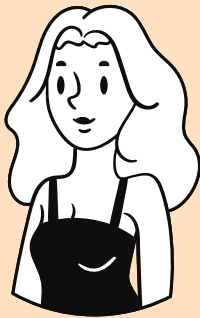
DIPLOMADA EN GERONTOLOGÍA
SOCIAL VICEPRESIDENTA DE
GERONTOLOGÍA DE LA SOCIEDAD
ESPAÑOLA DE GERIATRÍA Y
GERONTOLOGÍA



EDUARDO DELGADO

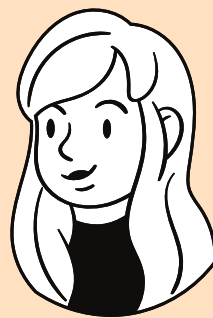
ESPECIALISTA EN
PSIQUIATRÍA
Y GERIATRÍA

INVESTIGADORES



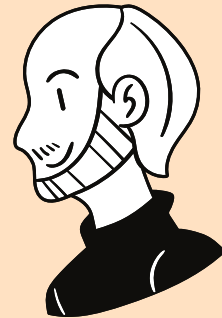
MIRTA NÚÑEZ

HISTORIADORA MIEMBRO DEL GRUPO
DE INVESTIGACIÓN MEDIOS Y
COMUNICACIÓN SOCIAL
(MADRID)



MARGARITA MÁRQUEZ

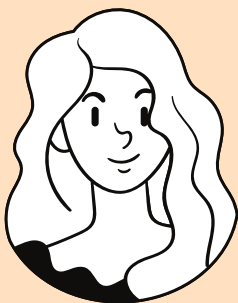
DOCTORA EN HISTORIA
DE LOS MEDIOS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL
(MADRID)



FRANCISCO JOSÉ OLIVARES

PROFESOR DE INNOVACIÓN
CIBERNÉTICA EN EL PERIODISMO
(SEVILLA)

EXPERTAS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN



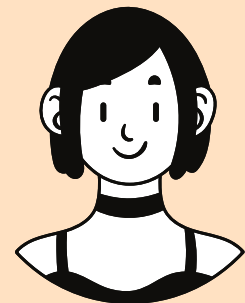
MARINA SEGOVIA

PERIODISTA Y DIGITAL CONTENT
MANAGER ESPECIALIZADA EN
ENTRETENIMIENTO (ANIME Y
VIDEOJUEGOS).



MIREYA VICENT

COMUNICADORA AUDIOVISUAL
MIEMBRO DEL GRUPO DE HISTORIA Y
ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN Y
DEL ENTRETENIMIENTO (MADRID)



ISABEL MARTÍN

PERIODISTA MIEMBRO DEL GRUPO
DE INVESTIGACIÓN MEMORIA Y
MEDIOS DE COMUNICACIÓN
(MADRID)