

INMIGRANTES Y NATIVOS DIGITALES

Explorando la división de audiencias en el streaming

Lucas Sabbione

Universidad de Buenos Aires, Argentina

lucasabione2001@gmail.com - <https://orcid.org/0009-0005-6803-3428>

Elizabeth Ferrufino

Universidad de Buenos Aires, Argentina

elisabrina6@gmail.com - <https://orcid.org/0009-0001-6585-0087>

Recibido: 20 de julio de 2025

Aceptado: 25 de octubre de 2025

Identificadores permanentes

ARK: <https://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/d3rlansql>

DOI: <https://doi.org/10.62174/avatares.2025.10627>

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo explorar la brecha generacional en el consumo de streaming en Argentina, el cual se basa en la fragmentación de audiencias en “nativos digitales” e “inmigrantes digitales”. Hemos decidido poner énfasis en los imaginarios y prácticas del segundo grupo mencionado, dada su poca exploración en la investigación académica. Para ello, realizamos entrevistas en profundidad a individuos de ambos grupos generacionales, permitiendo de esta manera comparar sus hábitos de consumo.

Los resultados obtenidos a partir de nuestro análisis sugieren, en primera instancia, que la línea divisoria entre estos sectores se debe a cuestiones de orden cultural y lingüístico, más que a lo etario. Los inmigrantes digitales no se consideran interpelados por el lenguaje y las categorías utilizadas en el streaming en general. A veces, también se sienten alejados del contenido que emiten, ya sea por su jerga o el tipo de conversaciones que se desarrollan.

El factor decisivo a la hora de que un inmigrante digital se convierta en consumidor de streaming parece ser, principalmente, su entorno social. Relacionarse con personas más jóvenes resulta clave para que el inmigrante digital consuma este tipo de contenido mediático.

Palabras clave: inmigrantes digitales, nativos digitales, streaming, audiencias.



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.



DIGITAL IMMIGRANTS AND DIGITAL NATIVES Exploring the division of audiences on streaming

Abstract

The following investigation explores the generational gap in streaming consumption, which is based on the fragmentation of audiences in “digital natives” and “digital immigrants”. We have prioritized the imaginaries and practices of the latter, given the scarce amount of research done with this group in the academic context. With this objective in mind, we conducted several in-depth interviews with subjects of both groups, thus allowing a comparison of their media consumption habits.

The results of our analysis suggest that the dividing line between these two groups is one of cultural and linguistic nature, instead of age factors. Digital immigrants do not consider themselves questioned by the language and categories used in streaming in general. Sometimes, they feel distanced by the content they produce, and this may be because of the slang or the type of conversation they have.

The decisive factor for a digital immigrant to become a streaming viewer seems to be their social environment. Having relationships with younger people is key for the digital immigrant to consume this kind of mediatic content.

Key words: digital immigrants, digital natives, streaming, audiences

Introducción

En Argentina, en los últimos años, las plataformas de *streaming* se han consolidado como pilares del consumo mediático, compitiendo y ganando terreno contra los medios de comunicación tradicionales que solían ser los más frecuentados por la sociedad. Entendemos al *streaming* como la transmisión o difusión de forma continua, a través de Internet, mediante el cual el usuario recibe el contenido en su dispositivo sin necesidad de descargarlo, se ofrece en plataformas como YouTube, Twitch, Netflix, Amazon Prime, Disney+, entre otras (Marín Pérez, 2021). Decidimos concentrarnos en el *streaming* en YouTube porque entendemos que es la contraparte digital de los medios analógicos. Los programas de *stream* empezaron a adoptar características de los medios tradicionales, así como, de manera simultánea, los canales de televisión (como Telefé y El Trece) comenzaron a emitir su programación por Youtube.

El pasaje entre lo analógico a lo digital, mencionado anteriormente, trae consigo una brecha entre los nativos digitales y las personas no nativas (o inmigrantes digitales) al momento de utilizar los medios tradicionales, las redes sociales, y los medios digitales entre los cuales se encuentran las plataformas de streaming.

Entonces, por un lado tenemos a los nativos digitales, que son aquellas personas que nacieron a partir del final de la década de los 90. Este grupo se encuentra caracterizado



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

por haber crecido en un contexto de disponibilidad y popularización creciente de las tecnologías digitales, siendo internet la principal de ellas. En segundo lugar, tenemos a los inmigrantes digitales, grupo que está marcado por la era analógica, o sea, por el consumo de la televisión y la radio.

Es necesario resaltar que la brecha entre nativos e inmigrantes digitales no puede explicarse puramente por una cuestión de saber usar o no una técnica, tecnología, o dispositivo determinado. Alejandro Piscitelli describe a la brecha como una “discontinuidad epistemológica”, o de naturaleza cognitiva (Piscitelli, 2006, 2007). Lo digital nunca dejará de ser una suerte de segunda lengua para aquellos que no han nacido inmersos en el contexto de la explosión de estas tecnologías. Por lo tanto, y yendo al punto de nuestra investigación, consideramos que la diferencia entre nativos e inmigrantes digitales no puede saldarse por una cuestión de acceso al conocimiento técnico, es decir, al manejo de los aparatos digitales. En cambio, consideramos que existe una barrera cultural y lingüística, tal cual sucede con las personas al momento de conocer o insertarse en otro país ajeno al suyo. Al momento de gestionarse esta acción no basta con observar o tener conocimientos superficiales sobre la cultura del otro. Al contrario, se trata de entender la forma en que los individuos de una cultura entienden y dan sentido a sus experiencias, la cual se construye en el seno de una sociedad (Geertz, 1973).

Dicha línea divisoria entre estos dos grupos no ha sido aún explorada en profundidad. La mayor parte de los esfuerzos de la investigación sobre audiencias se han centrado en realizar trabajos que exploren los hábitos de consumo mediático de los adultos jóvenes, de estudiantes, e incluso de menores de edad (Meneau-Borja, Soria Salvador y Aguar Torres, 2024; López Vidales y Gómez Rubio, 2020; Serna Collazos, Hernández García, Sandoval-Romero y Manrique-Grisales, 2018). Por lo tanto, nosotros nos proponemos explorar la naturaleza de la fragmentación que existe en las audiencias, marcada por los nativos y los inmigrantes digitales, pero poniendo el énfasis en estos últimos.

En consonancia con lo expuesto, damos cuenta de que estamos frente a un caso de “injusticia epistémica” (Fricker, 2017). Si nuestro campo ha enfocado sus investigaciones de manera desproporcionada entre grupos etarios, entonces tenemos aquí una suerte de exclusión cognitiva. Al no estudiar a los inmigrantes digitales en el contexto del consumo de streaming, no estamos generando terminología o marcos conceptuales que permitan explicar las experiencias de ese grupo.

Con este objetivo en mente, realizamos entrevistas en profundidad con personas que pertenecen a la categoría de “inmigrantes digitales”, es decir, personas mayores de 35 años, y, por otro lado, entrevistas breves con nativos digitales, a fin de contrastar ambas realidades. Nuestras entrevistas recorrieron varios ejes temáticos, a través los cuales pretendimos dilucidar los hábitos de consumo mediático de cada individuo, y los imaginarios y percepciones que estos grupos tienen acerca del streaming y de los medios tradicionales.

Recurrimos a esta metodología para poder comprender el contexto y las singularidades de cada consumo. Entendemos que las técnicas estadísticas estandarizadas funcionan para encontrar relaciones entre variables, pero no para comprender a fondo las razones de consumo, que varían de sujeto a sujeto. Parafraseando a Ang (1996), Morley (1996) y Silverstone (2004), el consumo de medios no puede ser domesticado a través de la estandarización impuesta por el investigador, y conviene concentrarse en la experiencia del individuo en lugar de generalizar y establecer patrones si el objetivo es entender las razones por las cuales una persona posee unos hábitos de consumo determinados.

En este sentido, utilizamos el modelo de codificación-decodificación (Hall, 1980) como punto de partida para esta investigación. Stuart Hall explica que los discursos son codificados durante la etapa de producción en base a su visión del mundo e ideología, luego, entran en circulación, para terminar siendo decodificados por un receptor, que a su vez lo hará según su contexto sociocultural e ideológico. Es decir, que los discursos *mass* mediáticos no pueden imponer el sentido, sino que, en buena medida, este depende de la etapa de codificación. Esto identifica a cada individuo de la audiencia como una persona con agencia y poder de interpretación. Aquí yace la razón por la cual estudiamos a estos dos grupos en lugar de realizar un análisis de contenido del discurso mediático.

Además, nos resulta importante que cada receptor comprenda los discursos en función de su contexto sociocultural y su ideología. Nuestra intención es averiguar cuáles son las relaciones, situaciones, dinámicas sociales y razonamientos que llevan a una persona a consumir streaming o no hacerlo.

Metodología

Adoptamos un enfoque cualitativo de tipo exploratorio, con el objetivo de comprender las experiencias, percepciones e imaginarios que los inmigrantes y nativos digitales tienen respecto al consumo de plataformas de streaming.

Con este fin, realizamos cinco entrevistas en profundidad a personas identificadas como inmigrantes digitales. El único criterio de selección fue que tengan 35 o más años de edad. Las entrevistas fueron semiestructuradas, lo que permitió orientar la conversación a partir de una guía temática, pero dejando margen para que los entrevistados aporten aspectos no previstos inicialmente. Nuestra guía tuvo el objetivo de consultar sobre los usos y prácticas de streaming y medios tradicionales, e indagar sobre los imaginarios, percepciones y nociones acerca de estos dos medios. Nuestros ejes temáticos fueron los siguientes: usos y prácticas de medios tradicionales, usos y prácticas del streaming, imaginarios sobre medios tradicionales e imaginarios sobre streaming.

Como complemento, realizamos dos entrevistas breves a nativos digitales. Estas entrevistas no fueron en profundidad, pero sirvieron como punto de contraste para observar en los hábitos de consumo y en la apropiación de la práctica del streaming.



Además, nos hemos apoyado en las entrevistas realizadas en el marco de la materia Audiencias y Recepción (Andrade, Sabbione y Zelaya, 2025).

Las mismas fueron realizadas durante el primer semestre de 2025, en modalidad presencial y virtual. El criterio de selección no requirió de ninguna condición específica. Cabe destacar que la conformación de nuestro corpus se basó en un criterio de accesibilidad. Nuestros entrevistados están vinculados con la carrera de Ciencias de la Comunicación, en la Universidad de Buenos Aires. Es decir, son alumnos o ex alumnos de esa carrera. Se trata, entonces, de un corpus conformado por individuos con una formación especializada en lo mediático.

La información de las entrevistas fue transcrita y sistematizada mediante un análisis, que permitió identificar categorías y experiencias vinculadas a barreras lingüísticas, formas de acceso, relaciones con el entorno, percepciones sobre los contenidos e imaginarios acerca del medio en sí. Este enfoque permitió comprender el vínculo entre prácticas mediáticas y contextos socioculturales, en línea con la perspectiva teórica de Stuart Hall (1980) sobre la codificación y decodificación de los mensajes.

Un acercamiento a los nativos e inmigrantes digitales

El primer acercamiento que tuvimos sobre la problemática entre nativos e inmigrantes digitales fue en febrero del 2025. Tras realizar diferentes entrevistas en profundidad establecimos que hay algunas diferencias en el consumo y la forma de relacionarse en el mundo digital. Por el lado de los nativos hay una preferencia por los formatos audiovisuales y dinámicos, por el contrario, los inmigrantes manifiestan que los mismos son parte de su rutina pero no siempre son de su interés, sin embargo, apelan más a la lectura de portales digitales y la escucha radiofónica.

Los nativos digitales, según los define Alejandro Piscitelli (2007), son aquellos individuos que nacieron con la disponibilidad de tecnologías digitales y que se desarrollaron en un entorno digitalizado. Dada esta descripción, consideramos en este grupo a las personas que nacieron a partir de la década de 1990, debido a que en ese periodo comenzó a popularizarse el uso de Internet, que es la principal tecnología en consideración. Aún así, Piscitelli también considera a los videojuegos y la televisión¹ como parte de este entorno digitalizado. En definitiva, estamos hablando de una generación cuyos consumos mediáticos y culturales se realizan con el uso de las tecnologías mencionadas.

Los inmigrantes digitales, por el contrario, son personas que pasaron gran parte de su vida atravesados por el consumo de medios tradicionales, los cuales tienen soporte en la televisión, la radio y la prensa escrita.

¹ Si bien los inmigrantes digitales también se vieron atravesados por la televisión, en la mayoría de casos no nacieron con ella, como es el caso de los nativos.

Al haber crecido en el paradigma analógico, lo digital implica un choque epistemológico para el inmigrante, dado que el mundo digitalizado se conoce de manera distinta, privilegiando lo visual, lo interactivo, lo inmediato y lo que se denomina *multitasking*, es decir, la capacidad de efectuar más de una tarea al mismo tiempo, sin tener correlación entre sí.

Un punto a destacar sobre los nativos digitales es que, aparte de tener naturalizado el consumo audiovisual, son parte del surgimiento de la era de los *youtubers*. Ahondaremos en esta cuestión más adelante.

Con respecto al streaming, hemos observado que, para el caso de los nativos digitales, este es un medio dominante, pero que se ve complementado por la televisión, la radio y los portales de noticias. El streaming es valorado por la inmediatez de su consumo (también en su versión on-demand) y su espontaneidad. Sobre lo último, los entrevistados marcaron que aprecian el registro informal y el estilo desestructurado de las emisiones. Sin embargo, lo “desestructurado” a veces se presenta como la hibridación entre el formato informativo y el formato de entretenimiento. Este híbrido entre géneros marca una partición significativa entre nativos: algunos lo prefieren, mientras que a otros les parece poco serio.

Los programas tienen una duración de aproximadamente dos horas y de cuatro o más horas cuando se realiza alguna programación especial. El hecho de que sea una “charla de amigos” da pie a que sea un contenido más desestructurado y, por lo tanto, sea más llevadero y se pueda dejar de fondo pudiendo realizar otras actividades a la par, sin necesidad de tener que prestar atención por completo.

Medios tradicionales y streaming, un campo compartido

La televisión tuvo modificaciones y evoluciones a lo largo de los años, desde su surgimiento. Sin embargo, al día de hoy es de los medios de comunicación más importantes. “La televisión está muriendo”, es un discurso que se escucha y reproduce cada vez más. Aun así, nosotros señalamos que no habría que hablar de un “fin”, sino de una “mutación”.

No es la primera vez que se afirma que se está abandonando la televisión. Si bien cada vez hay más dispositivos que le hacen competencia, el dispositivo “televisión” no ha desaparecido, sino más bien que se sostuvo en el tiempo y actualmente convive con un ecosistema de aparatos técnicos (Balian y González, 2024).

Este supuesto abandono viene marcado por la generación de los nativos digitales, ya que al haber nacido en un entorno tecnológico desarrollado hay un mayor acercamiento al celular en vez de la televisión como medio, aunque en Youtube se vea replicado el lenguaje televisivo en algunos casos (Carlón y Scolari, 2009).

Por otra parte, en los inmigrantes digitales los medios tradicionales siguen ocupando un espacio en su vida. Ya sea en mayor o menor medida, la televisión nunca dejó de estar presente pero, actualmente, convive con los canales de streaming.

Pudimos evidenciar la pervivencia de la televisión y la radio, aunque también notamos que el streaming cubre un terreno que antes pertenecía a estos medios. También observamos que la prensa escrita no es parte del hábito de consumo de este grupo, es decir de los inmigrantes digitales. Esta pervivencia, que se encuentra presente en la vida rutinaria de los inmigrantes se desenvuelve de manera directa e indirecta. Las generaciones más adultas consumen streaming de manera voluntaria, pero a veces sencillamente se topan con el streaming: “Es a través de las redes [...] Esas stories o los reels que te hacen con algunos pedazos me llegaron más por ese lado” (entrevistada n°1, 2 de julio de 2025).

Esta situación es frecuente y suele darse con el desplazamiento vertical a través del contenido (ya sea audiovisual o textual) en una red social, también denominado *scrolling*, a través de recortes (Youtube Shorts, Reels, Tiktok). Entendemos a esto como la forma digitalizada del zapping, en el sentido de que se saltea un contenido tras otro, de manera instantánea, sin demasiada consideración por lo que se está observando.

Por otro lado, describimos a los programas de streaming como la transmisión de un contenido audiovisual, en vivo o pregrabado, que se emite a través de una plataforma de streaming. Así definido, encontramos paralelismos entre el streaming y la televisión, que comienzan por lo estético, con los estudios que emiten la transmisión, ya que si bien los programas de streaming no se sincronizan por canales de aire le ponen el mismo, o inclusive más, empeño a la puesta en escena, llegando a un nivel similar o superior al de la televisión. Como decíamos, estas líneas pueden visualizarse tanto en lo estético como hasta en los movimientos, o en los eventos realizados. Es decir, hay acciones de la televisión que no se discontinuaron, sino que pasaron a realizarse en los medios de streaming. Un ejemplo son los eventos que buscan recaudar donaciones para organizaciones sociales: en la televisión argentina, más específicamente en Canal 13, todos los años se lleva a cabo *Un Sol para los Chicos*, organizado por UNICEF y el mencionado canal, donde se realizan musicales en vivo, juegos, entre otras actividades, con el fin de recaudar fondos para los programas de ayuda al sector infantil. En el caso del stream, un canal que realiza actividades de la misma línea es Olga, con sus festivales de música que llevan al final de su nombre la palabra *day*. Para asistir a estos eventos, que son de carácter gratuito, las personas deben llevar alimentos no perecederos.

En los dos eventos solidarios mencionados, podemos ver que hay similitudes entre sí, sólo que el primero empezó en 1992, en la transmisión por la televisión, y el segundo en 2023, cuando la era digital se encontraba, y sigue encontrando día a día, en su mayor expansión. Aparte de este tipo de acciones, también hay expresiones retomadas del género de la televisión, y sus respectivos programas. *Bailando por un Sueño* se emitió en Argentina, Canal 13, desde 2006 hasta principios de 2024 y fue conducido por Marcelo Tinelli. Este programa entra en similitud con comportamientos del streaming

Luzu TV, creado por el productor y conductor, Nicolás Occhiato. Comenzar el programa con mucha energía realizando bailes, cantos, música con mucho volumen, presencia de público en la tribuna -que es enfocada al principio y durante la emisión- saludos largos, presentación de los integrantes y performances son algunas de las acciones propias del programa de Tinelli, que si bien quedó en el pasado se pueden ver en el presente, por ejemplo en *Nadie dice Nada*, conducido por Occhiato, acompañado por Flor Jazmín Peña, Romina “Momi” Giardina, Martín Garabal y Santiago Talledo.

Entonces, afirmamos que la televisión no murió, sino que mutó, y podemos verlo reflejado en los canales de streaming más populares del país, replicando prácticas de programas televisivos de los 2000.

No dejamos de lado la mención de que el consumo de la televisión sí disminuyó (Morales, 2024), algo que expresan los nativos digitales, no optando por este aparato y sino más bien por el celular o la computadora. Lo rutinario de “prender la tele” es poco común en este grupo. Por el contrario, los inmigrantes digitales consumen streaming con regularidad, intentando adaptarse a las nuevas alternativas de consumo: “Cuando estoy cocinando, preparando algunas cosas, me lo pongo de fondo” (entrevistada n°2 de julio de 2025).

A veces se trata de una cuestión obligatoria dado el contexto en el cual se encuentren, y podríamos decir que esto constituye un consumo de tipo “incidental” (Mitchelstein y Boczkowski, 2018). Esta “obligatoriedad” puede darse por el entorno social, como puede ser un familiar o un amigo que ha recomendado un programa o un compañero de trabajo que tiene algún programa de fondo. Así lo mencionaron nuestros entrevistados: “Miro de forma indirecta por mi compañera de trabajo que pone todo el tiempo Luzu TV [...] arranca a las 8 de la mañana [...] y hasta las 5 de la tarde [...] estamos viendo Luzu y vemos toda la programación” (entrevistado n°2, 29 de junio de 2025).

Otra ocasión que destacamos, en donde está el peso de un consumo “incidental”, tiene que ver con los clips subidos a redes sociales como Instagram y Tik Tok, ya sea de las cuentas oficiales de los canales como de cuentas secundarias.

Los videos cortos y concisos no son editados y subidos a la red al azar, sino que en su mayoría son recortes de momentos específicos, donde hubo mayor audiencia, se comentó algún tema interesante para la sociedad o sobre algún momento explosivo, como puede ser una discusión. Este tipo de contenido es considerado interesante para retener a los espectadores y se encuentran presentes en las cuentas personales de los inmigrantes digitales, que consuman o no estos programas es indiferente para el algoritmo.

Por otro lado, el streaming tiene prácticas de consumo muy similares a la radio. Es decir, no siempre se ve streaming, sino que muchas veces solo se lo escucha. Así como existe una delgada línea de similitud, también hay grandes diferencias entre estos medios, como es la interacción con los espectadores. Los programas de streaming tienen el espacio de comentarios donde las personas interactúan entre ellos en el chat y

también con los conductores, inclusive a veces la audiencia llega a direccionar el rumbo de los temas, en los programas de entretenimiento. Esta acción no sucede en la radio en su formato original, y hablamos de original debido a que algunas emisiones empezaron a instalar cámaras en sus estudios, pasando a ocupar el espacio de la pantalla. Esto trajo una reformulación en sus emisiones: se agrega un factor más al cual los conductores y productores deben estar atentos, es decir, el aspecto visual, donde se presta una mayor atención a lo estético, tema que antes no entraba en la discusión de organización de la grilla. En conclusión, en algunos casos podríamos hablar de la transformación de la radio en un medio audiovisual, en lugar de ser solo auditivo.

Retomando a los inmigrantes digitales, en general, no se ven representados por los medios de la era digital. Por más que sean *viewers*, no siempre se sienten interpelados por el streaming. Las razones son múltiples.

En primer lugar, el lenguaje que se utiliza, o el código. El mundo del streaming se desenvuelve, en la mayoría de los casos, con las categorías o el lenguaje utilizado por la generación de los nativos. Según una entrevistada de 42 años, el grupo de amigas de su generación no comprende las categorías de “chad” o “milipili”, mientras que ella sí, dado que tiene acceso a esos términos por su relación con nativos digitales.

En segundo lugar, el contenido en sí puede resultar problemático. Hay un claro disgusto por los programas que se asemejan a “charlas de amigos”, siendo que ese contenido no es relevante ni entretenido para las generaciones más adultas. Además, el contenido que sondea al discurso erótico o sexual es también causal de rechazo y toma de distancia. “Todo lo que se habla es lo que hicieron el fin de semana, si la pasaron bien, si un pibe se comió a otro pibe, otra chica, si tomaron, si fumaron, son esas cosas que por lo general las personas de 40 para arriba ya no le da mucha bola a eso”(entrevistado n°2, 29 de junio de 2025), mencionó un entrevistado de 49 años. En contraposición con esta opinión, una nativa digital de 21 años nos indica que: “En un streaming, genera pertenencia un contenido de la vida del que cuenta, de anécdotas que le pasaron a esa persona. que se toquen temas también que a la gente le llegue, que los demás se puedan reflejar” (entrevistada n°3, 23 de febrero de 2025). Estas dos opiniones dan cuenta del contraste de visiones entre nativos e inmigrantes.

En tercer lugar, la falta de profesionalización entre los streamers es algo que causa rechazo entre los inmigrantes digitales. Lo “desestructurado”, o la falta de rumbo en las transmisiones, no seduce a los inmigrantes digitales, sino más bien que los atrae el tono más serio, y programas con una agenda predefinida. Como menciona una entrevistada: “Una conversación entre amigos sin ningún guión y sin ningún fin y sin ninguna finalidad no me divierte [...] Son cuatro pavotes que se juntan a hablar de boludeces” (entrevistada n°4, 2 de julio de 2025).

Este último punto es una característica destacada para los nativos, pero no como algo negativo, sino más bien que lo ven ameno, como una tonalidad más amigable y cercana para con las personas que conducen los programas de streaming. Que los mismos sean

como una “charla de amigos” es destacado por los nativos, que ven más llevaderas las transmisiones. Ante la pregunta: “¿Qué es lo que te llama de esos canales que te lleva a consumirlos?”, la entrevistada de 24 años respondió que valora “el lenguaje descontracturado y cercano con el oyente”(entrevistada n°5, 9 de marzo 2025)

Los nativos digitales coinciden en que disminuyó el consumo de televisión en su generación, de hecho ellos afirman no verla por su cuenta sino que lo hacen de acuerdo a con quien se encuentren. En estos casos se menciona a familiares como madre, padre o abuelos, es decir, personas en quienes el hábito de “ver la tele” sigue estando intacto.

El descubrimiento y la adaptación al nuevo consumo

En nuestras entrevistas los inmigrantes digitales marcan el año 2020 como el año de su llegada al streaming, debido a la pandemia mundial por COVID-19. Un entrevistado de 49 años de edad, contó que "Lo que surgió con el stream, si no me equivoco, fue en la pandemia, cuando no se podía ni salir ni nada". Algunos han marcado que su comienzo en el streaming tiene su inicio durante la propia cuarentena. Una entrevistada de 42 años mencionó “Creo que fueron 3 o 4 años, no sé hace cuánto están Olga y Luzu, pero más o menos desde esa época”, otros comenzaron en la era post pandemia. Esto tiene pleno sentido, debido a que la escena del streaming en Argentina tuvo su explosión entre 2020 y 2022, con el éxito de canales como Luzu TV (Balian y González, 2024).

Por otro lado, los inmigrantes digitales parecen tener una necesidad particular para que la entrada a este ámbito les sea desbloqueada: su entorno social. Específicamente, las amistades, los lazos familiares y los compañeros de trabajo resultaron ser los vínculos fundamentales para acercarlos al streaming. Es de especial importancia marcar que, en todos los casos, la persona que los introdujo a este tipo de consumo era más joven. A veces esta persona era un nativo digital, pero no siempre (es decir, no siempre eran menores de 35 años). En algunos casos, el inmigrante digital ni siquiera podía imaginar la posibilidad de comenzar a ver streaming si esa persona no les hubiese derivado a este medio: “No por motu propio, sino que me lo trajo más mi hermana, que es un poco más joven que yo [...] si no fuera por mi hermana, tal vez nunca habría llegado” (entrevistada n°1, 2 de julio de 2025).

Este grupo lo consume por medio de YouTube, que si bien no estaba dentro de las redes sociales a las que entraba diariamente, sí se encontraba en su radar. En el caso de los nativos digitales, se reconocen como consumidores activos de esta plataforma. Esto es un tema a destacar, dado que son de la generación de los *youtubers*. Los vlogs, “un día conmigo”, reseñas de libros, películas o series, entre otros, son algunos de los contenidos en formato largo que se popularizó en este grupo que convive y creció en un campo digital desarrollado. Esto es un factor a destacar al momento de hablar del streaming pues su inclusión no tuvo grandes cambios en la vida de los nativos digitales, es decir, fue sumar un click más a sus alternativas de consumo en YouTube. De hecho, las personas entrevistadas de este grupo no tienen recuerdos de cuándo fue la primera

vez que vieron un stream, por lo que hay una continuidad entre la época de los youtubers y la época del streaming para este grupo.

Un caso contrario a esta falta de memoria sobre los primeros recuerdos de streaming son los inmigrantes, ellos sí tienen claro el momento y cómo fue, quién fue la persona que les recomendó y hasta el año en el que eso pasó. Como mencionamos con anterioridad, uno de los factores por los cuales llegan a esta alternativa es su círculo social, que a la vez invitan a otras personas de diferentes grupos a ver programas de stream, generando así un efecto dominó, pero que no siempre tiene un resultado perdurable.

Cada canal de stream dispone una grilla horaria con diferentes programas, cada uno de ellos puede poseer diferentes características, entre ellas el lenguaje. Existen múltiples registros lingüísticos para cada uno, y aunque en algunos puede coincidir y/o ser replicado, esta verbalidad que adoptan termina siendo entendida por sectores sociales determinados (como los nativos). Esta característica acerca a su público pero aleja a otros, y se puede ver que pasa con los no nativos. Manifiestan no sentirse incluidos en los programas, es decir, no sienten que les hablen a ellos.

Discusión

¿Qué pasa con el streaming hoy? Acciones y ramificaciones en el medio

Desde el auge de los canales de streaming, año a año son más los grupos de personas que desde cualquier espacio físico, ya sea su casa o estudio, empezaron a prender la cámara y a transmitir por YouTube y Twitch, muchos con las mismas características que el canal Luzu TV, y otros que fueron replicando su formato basados en distintos géneros, como son política, deportes, humor, actualidad, etcétera.

Como mencionamos, si bien muchos streamers siguen las líneas de los canales que ya poseen un piso firme en la industria, una característica es que en su mayoría apuntan hacia los nativos digitales. Por lo tanto, los inmigrantes digitales, en algún punto, quedan excluidos de dichas emisiones. Con esto queremos decir que la mayoría de los canales de streaming no tienen en cuenta a los nativos digitales, que los elijan o busquen apuntar a ellos directamente. Al momento de estructurar las grillas de los programas y sus contenidos se apunta a un público joven que no solo va desde los temas a tratar sino también desde el código de lenguaje usado, como se mencionó con anterioridad.

Los inmigrantes digitales no sólo quedan excluidos en tanto sector a considerar, sino también de la investigación académica sobre audiencias en el contexto dado por las nuevas tecnologías. Este grupo fue ampliamente analizado con la llegada de la televisión a los hogares o con la implementación de internet en la sociedad, entre otras innovaciones digitales, pero se les dejó de lado al momento de preguntar ¿cómo están viviendo este nuevo cambio en el campo digital? Por el contrario, así como se los estudió en su época, ahora se investiga, con la misma intensidad, a los nativos. Sin

embargo un grupo construye y aporta al otro simultáneamente, por lo que no prestar atención a ambos sectores generacionales implica dejar fuera un tramo de debate.

Como mencionamos al principio, los inmigrantes digitales no forman parte del target en general, pero hay un canal a destacar, Olga. Este programa de streaming creado por Bernarda y Luis Cella fue destacado, en su mayoría, por las personas entrevistadas debido a la diversidad de generaciones etarias que comparten los planteles de los programas, los eventos que realizan, los artistas invitados e incluso, a veces, los temas explorados.

El 1 de mayo del corriente año se llevó a cabo el primer evento, puertas afuera del estudio de Olga, anunciando que realizaría el “Olgapalooza” en la vía pública, sobre las mismas calles en las que se encuentra, Humboldt y José A. Cabrera. Fue el primero de muchos otros eventos realizados tanto en el espacio exterior como también en espacios cerrados, como teatros. Pero ¿qué tienen para destacar estas actividades? Si bien había presencia de artistas de esta nueva generación también lo habían de otras generaciones, de música que atravesó los años ‘80 y ‘90. Es algo no menor, dado que de esa manera no le habla sólo a un grupo, de hecho, el “Charly Day” y “Cris Morena Day” (OLGA, 2024) son algunos de los ejemplos que acercan a un amplio abanico de audiencias, entre ellas nuestro grupo de estudio, los inmigrantes digitales, quienes atravesaron su adolescencia y/o juventud con la presencia de Charly García o las telenovelas de Cris Morena.

Estas son solo algunas alternativas para empezar a ampliar e incluir a los inmigrantes digitales, que frente a intentar consumir canales de streaming no se encuentran interpelados, quedan ajenos al campo.

¿Olga estructuró esos eventos con el fin de incluir una diversidad de audiencias y no un sólo sector? No tenemos una respuesta a esto, pero sí podemos dar cuenta de las consecuencias, el impacto que están teniendo sus actividades en el amplio rango generacional.

Los inmigrantes digitales llegaron a la conclusión de que no hay programas pensados para ellos, donde se toquen temas que los interpelen, y si los hay no tienen un fácil alcance, no están llegando al público objetivo. Blender, aparte de tener su programación semanal de streaming, tiene programas en su canal de YouTube en los que se puede ver cómo se centra en un nicho específico, un ejemplo es *Las Pibas Dicen* (Blender, 2025). Este streaming-podcast audiovisual surge en el año 2023 y sigue presente al día de hoy, conducido por Julieta Ortega, Fernanda Cohen, Rosario Ortega y Ana Paula Dutil. En cada programa hay un invitado y se habla de temas como el duelo, la maternidad, la infidelidad, la depresión, entre otros. Son tópicos que interpelan a otro tipo de público pero que no se muestra para todos. Los clips de entretenimiento pueden visualizarse en los inicios de las redes sociales sin discriminar por generación, pero este tipo de programa mencionado no le aparece a todas las personas, sino más bien se realiza un filtro de a quien sí figurar y a quien no.

Consideraciones finales

La investigación realizada nos ofrece razones para pensar que la brecha entre nativos e inmigrantes digitales no se basa únicamente en cuestiones generacionales o de conocimiento técnico, sino que también hay obstáculos de orden lingüístico y cultural. Los inmigrantes digitales han expresado una distancia respecto al código predominante en el streaming, lo cual se traduce en una falta de interpelación y representación para esta audiencia.

Asimismo, observamos que el entorno social cumple un rol fundamental en la incorporación de inmigrantes digitales al streaming. El contacto con gente más joven parece ser especialmente importante para ello. Las recomendaciones de redes sociales también demostraron ser un factor decisivo para el acercamiento de los inmigrantes digitales a este medio, particularmente a partir de videos cortos (como se pueden ver en Instagram Reels, Youtube Shorts o Tiktok), lo cual está relacionado a un consumo incidental.

Podemos inferir que la producción de contenidos que repliquen las categorías y desarrollen los temas que les importan a los inmigrantes digitales resultaría clave para que el streaming alcance a esta audiencia. Tal cosa ya está sucediendo: Olga es uno de aquellos canales que con pequeñas acciones (como los eventos *day*) incluyen a los inmigrantes digitales. Blender hace lo propio con su programa *Las pibas dicen*. Aún así, desconocemos si es que hay intenciones activas de atraer a otro rango etario al nuevo consumo. Ante la eclosión que implica el streaming, nos preguntamos si el camino a seguir verdaderamente consiste en ofrecer programas que no son novedosos. Es decir, para atraer a nuevas audiencias, y a partir de las conclusiones que pudimos extraer, entendemos que la creación de streamings con un contenido que no sea la “charla de amigos”, muy mediado por la informalidad y lo espontáneo, puede ser un buen horizonte al cual apuntar. Esta fórmula ha resultado exitosa para captar a las audiencias más jóvenes, pero no ha hecho lo mismo con las generaciones más adultas.

En este sentido, consideramos que Olga y Blender están teniendo un éxito relativo en atraer a las audiencias más adultas, y no nos parece casualidad que los programas y eventos más exitosos destinados a esta audiencia cumplan con los requerimientos que nuestros entrevistados han expresado: temas que aborden a su experiencia, que se siga un hilo temático (es decir, que se sepa de qué se hablará en el programa), la utilización de un lenguaje que no replique las categorías de la juventud y que haya un registro ligeramente más serio, y la incorporación de comunicadores y figuras cuya edad sea similar a la de un inmigrante digital.

Otro punto en común que se ha reiterado fue la pandemia como punto de quiebre para el consumo o la llegada a este mundo. Nos resultó llamativo que los inmigrantes digitales tengan tan claro esta cuestión, al contrario de los nativos.

Comenzamos nuestra investigación con las categorías de Piscitelli (2007), sin embargo, a medida que realizábamos las entrevistas, en ellas nos dimos cuenta de que las

categorías eran incompletas y que dejaban de lado otros factores. Lo que determina a un individuo como nativo o inmigrante va más allá del año de nacimiento. Como mínimo, hay que tener en cuenta, también, la dimensión material, debido a que es un punto de partida no menor para que un individuo se integre con las tecnologías. Tampoco nos parece que estas categorías hayan tenido un efecto explicativo importante, dado que no siempre resultó fundamental que el inmigrante se relacione con el nativo para llegar a la práctica del consumo de streaming. A veces, resultó suficiente que el inmigrante se relacione con otro inmigrante, pero más joven. De esta forma, concluimos que pensar a esta división en términos puramente etarios es reduccionista, y que en verdad es un problema que tiene muchas capas. Con esta redefinición, abrimos una línea de investigaciones que indaguen sobre las cuestiones trabajadas aquí, pero que elaboren un corpus de sujetos que tenga en cuenta esta multiplicidad de factores. Además, sería interesante una investigación en base a un corpus de individuos con otra formación académica que no incluya saberes especializados sobre los medios de comunicación.

De igual manera, pese al conocimiento de base que se tenga o no del área de los medios en general, hablar de streaming, en la actualidad, es todavía incierto. Las reglas de este campo no terminaron de establecerse, quizás hasta nunca se empezaron a delimitar.

Referencias bibliográficas

- Andrade, A., Sabbione, L., Zelaya, F. *Informe final*; Chiro Tarrab Abril, Cristaldi Florencia y Palermo Nicolás Jorge. *El caso del streaming: 'Carajo', audiencias, y hábitos informativos en Comunicación*, UBA; Feuillade Candela, Niez Candela, Torruella, Luana. *Informe grupal final*; Ferrufino Elizabeth, De Pietro Martina, Montecinigher Nicolás y Rodríguez Jorge, *Informe final*, 2025. Audiencias y recepción. Titular Calzado, Mercedes. Carrera: Licenciatura en ciencias de la comunicación social. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires
- Ang, I. (1996). Las guerras de la sala de estar. Nuevas tecnologías, índices de audiencia y tácticas en el consumo de la televisión. En R. Silverstone y E. Hirsch (Eds.), *Los efectos de la nueva comunicación* (pp. 193-211). Bosch.
- Carlón, M., y Scolari, C. A. (Eds.). (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. La Crujía.
- Balian, J. C., y González, P. A. (10 de junio de 2024). *El día que prendieron la luz* [Entrada de blog]. *El Gato y La Caja*. <https://elgatoylacaja.com/el-dia-que-prendieron-la-luz>
- Fricker, M. (2017). *Injusticia hermenéutica*. En *Injusticia epistémica: el poder y la ética del conocimiento*. [Traducción de Epistemic Injustice. Power and the Ethics of Knowing, tr. por Ricardo García Pérez]. Herder.
- Geertz, C. (1973). Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura. En *La interpretación de las culturas* (pp. 19-40). Gedisa.

- Hall, S. (1980). Codificar y Decodificar. En *Culture, Media and Language* (pp. 129-139). Hutchinson.
- López Vidales, N., y Gómez Rubio, L. (2021). *Tendencias de cambio en el comportamiento juvenil ante los media: Millennials vs Generación Z. Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 543–552.
<https://doi.org/10.5209/esmp.70170>
- Marín Pérez, B. (2021). Streaming: ventajas, desafíos y oportunidades de las radiotelevisión para captar audiencias. *Revista De Ciencias De La Comunicación E Información*, (26), 45-65.
<https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e85>
- Meneau-Borja, M., Soria Salvador, A. y Aguar Torres, J. (2024). La juventud en el ecosistema mediático: una mirada al consumo y la producción informativos de las nuevas generaciones. *Zer*, 29(56), 153-172.
<https://doi.org/10.1387/zer.26192>
- Mitchelstein, E., y Boczkowski, P. J. (2018). Juventud, estatus y conexiones. Explicación del consumo incidental de noticias en redes sociales. *Revista mexicana de opinión pública*, (24), 131-145.
<https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61647>
- Morales, S. M. (2024). Transformaciones en los consumos audiovisuales de la juventud argentina (2013-2023). *Comunicación y Sociedad*, 1-24.
<https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8785>
- Morley, D. (1996). *Hacia una etnografía de la audiencia*. En *Televisión, audiencias y estudios culturales* (pp. 249-265). Amorrortu.
- Piscitelli, A. (2006). Nativos e inmigrantes digitales: ¿Brecha generacional, brecha cognitiva, o las dos juntas y más aún? *RMIE, Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 11(28), 179-185.
<https://ojs.rmie.mx/index.php/rmie/article/view/1216>
- Piscitelli, A. (2007). Nativos digitales. *Contratexto*, 16, 43-56.
- Serna Collazos, A., Hernández García, M., Sandoval-Romero, Y., y Manrique-Grisales, J. (2018). Prácticas de consumo cultural mediático en jóvenes estudiantes colombianos: Un estudio piloto. *Dixit*, (28), 22–39.
<https://doi.org/10.22235/d.v0i28.1579>
- Silverstone, R. (2004). La textura de la experiencia y Mediatización. En *¿Por qué estudiar los medios?* (pp. 13-40). Amorrortu.

Videografía

- Las Pibas Dicen. (2025). IDEALIZACIÓN con Fio Sargenti [Streaming]. Blender. YouTube. <https://youtu.be/40w60j9AKxE>
- Media Party (2024). El negocio del streaming [Streaming]. Luzu, Gelatina y Blender. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=L5GWv45DIOE>



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.



OLGA Especial (2024a). CRIS MORENA DAY en el Gran Rex con Nati Jota, Cris, Casi Ángeles y más artistas [Streaming]. OLGA. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=_WOwTdzf1XM&t=13098s

OLGA Especial. (2024). CHARLY GARCÍA DAY con León Gieco, Fabi Cantilo, Pedro Aznar y más [Streaming]. OLGA. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=6Uht4dDxw2Q>



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.