

# Representaciones sociales de la distribución informal por streaming: una exploración en TikTok con métodos digitales

## *Social representations of informal streaming distribution: an exploration in TikTok with digital methods*

Enrique Martínez Moreno\*  
Universidad Nacional Autónoma de México  
Escolar S/N, Ciudad Universitaria  
C.P 04510 Coyoacán, Ciudad de México

[enriquemt130@gmail.com](mailto:enriquemt130@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0002-4296-7506>

Editor: Dr. Rogelio Del Prado Flores

<https://doi.org/10.36105/stx.2026n16.02>

Fecha de recepción: 07 de septiembre 2025

Fecha de aceptación: 26 de noviembre 2025

### RESUMEN

Este artículo explora cómo los usuarios de TikTok construyen representaciones sociales sobre el *streaming* en redes informales de distribución audiovisual, conocidas como *streaming* pirata. Desde el marco teórico de Serge Moscovici y mediante métodos digitales, se estudió una muestra de 1274 publicaciones. A través de analítica textual y análisis visual de redes, se exploraron tres dimensiones: las fuentes de información que nutren las representaciones, las imágenes mentales que las organizan y las actitudes que las sustentan. Los hallazgos muestran que el *streaming* pirata no se percibe como ilegal o marginal, sino como una práctica cotidiana y normalizada dentro de la cultura digital. Los usuarios la resignifican como vía legítima de acceso, vinculada a la gratuidad, la viralidad, la experiencia cinematográfica y la

\* Licenciado en Relaciones Internacionales y Maestro En Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Asistente del Programa de Macrodatos, Inteligencia Artificial e Internet del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEIICH) de la UNAM.

CÓMO CITAR: Martínez Moreno, E. (2026). Representaciones sociales de la distribución informal por streaming: una exploración en TikTok con métodos digitales. *Sintaxis, año 9, núm. 16*, DOI: <https://doi.org/10.36105/stx.2026n16.02>



Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional.

comunidad. El estudio aporta evidencia empírica sobre cómo se construye sentido en torno a la piratería digital.

**Palabras clave:** piratería audiovisual, representaciones sociales, cultura digital, métodos computacionales, redes de intercambio alternativo.

## ABSTRACT

This article explores how TikTok users construct social representations of *streaming* on informal audiovisual distribution networks, known as pirate *streaming*. Using Serge Moscovici's theoretical framework and digital methods, a sample of 1,274 posts was studied. Through textual analytics and visual network analysis, three dimensions were explored: the sources of information that feed the representations, the mental images that organize them, and the attitudes that underpin them. The findings show that pirate *streaming* is not perceived as illegal or marginal, but as an everyday and normalized practice within digital culture. Users reframe it as a legitimate means of access, linked to free access, virality, the cinematic experience, and community. The study provides empirical evidence on how meaning is constructed around digital piracy.

**Keywords:** audiovisual piracy, social representations, digital culture, computational methods, alternative sharing networks.

## INTRODUCCIÓN

En años recientes, el *streaming* se ha convertido en una tecnología transformadora del ecosistema mediático. Su capacidad para distribuir cualquier contenido audiovisual desafía las estrategias de negocios tradicionales, motivando el surgimiento de nuevas prácticas en torno al consumo e influyendo tanto en el ámbito oficial como no oficial. Sin embargo, especialmente en cuanto a este último, la producción académica es todavía modesta.

Algunos trabajos mapean, empleando minería de datos y métodos digitales, el ecosistema de plataformas de distribución informal por *streaming*<sup>2</sup> (Aguiar *et al.*, 2018; Aguilar-Paredes *et*

<sup>2</sup> En este texto se utiliza el término *distribución informal por streaming*, retomando la propuesta de Lobato (2012) sobre las economías informales en la circulación audiovisual. Con ello se enfatiza la existencia de canales alternativos que conforman una infraestructura cultural paralela basada en la copia no autorizada, capaz de atender demandas donde las ofertas legales resultan insuficientes. Esta elección responde al interés por destacar

*al.*, 2016; Ibosiola *et al.*, 2018; Jakkur Patalappa & Chandramouli, 2021; Zubair Rafique *et al.*, 2016). Otro grupo de aportaciones analizan, desde metodologías cualitativas, al *streaming* y la piratería como dos fenómenos separados pero interconectados, convergiendo en una relación unidireccional. Estos buscan investigar cómo la aparición del *streaming* en el ecosistema mediático afecta prácticas piratas y de consumo oficial, enfocándose en variables como la disponibilidad de las películas y series (Frick *et al.*, 2023), el acceso y la asequibilidad (Makin y Bowers, 2020), los méritos y las satisfacciones (Riekkinen, 2018), las intenciones (Sardanelli *et al.*, 2019) y el intercambio de cuentas de usuarios (Hoong Loh, 2019).

Los acercamientos desde el ámbito jurídico son escasos (Souza y Mota, 2022; Tan *et al.*, 2024). Lo mismo ocurre desde la perspectiva etnográfica, donde destacan los trabajos de Soilo (2018, 2019), quien expone los procesos de apropiación tecnológica por parte de las grandes empresas de entretenimiento y la forma en que los consumidores se adaptan a nuevas tecnologías. Finalmente, existen otras contribuciones dedicadas a caracterizar y tipificar la experiencia del *streaming* pirata como una forma rápida, cómoda y simple de consumo (Murolo, 2016; Spilker & Colbjørnsen, 2020; Strangelove, 2015; Wang, 2017).

No obstante, en este estado del arte destaca la ausencia de datos empíricos sobre lo que el *streaming* pirata significa para los usuarios, la forma en que construyen este concepto y el contenido de dicha construcción. Hasta donde se tiene conocimiento, no existen aportaciones encaminadas en esa dirección. Este trabajo, por tanto, representa un primer esfuerzo para ofrecer respuestas a estas interrogantes.

Ello es de relevancia en el contexto actual porque, en las últimas décadas, la distribución informal se ha transformado por la aceleración tecnológica (Ballano, 2016; John, 2014; Soilo, 2019; Wang, 2017), la simplificación del acceso (Allen-Robertson, 2013; Makin & Bowers, 2020; Mueller, 2019), la diversificación de modalidades (Allen-Robertson, 2013; Lobato, 2020) y la reacción de la industria (Choi & Perez, 2007; Lobato, 2012; Mueller, 2019; Strangelove, 2015), lo que ha ido diluyendo las fronteras entre el consumo legal y el informal. Este carácter cambiante del ecosistema pirata constituye un terreno fértil para nuevas representaciones sociales.

La pregunta central que entonces guía a esta investigación es: ¿cómo construyen los usuarios de TikTok sus representaciones sociales sobre la distribución informal por *streaming*? Para ello, se plantean como objetivos identificar las fuentes desde las cuales los usuarios obtienen información sobre el tema, examinar los términos asociados con el *streaming* pirata por medio

la dimensión cultural del fenómeno y evitar, en la medida de lo posible, el uso de *piratería*, término cargado de connotaciones criminalizantes impulsadas por la industria del entretenimiento. No obstante, aparece ocasionalmente por razones de redacción. Para fines operativos, se entiende por *piratería digital* el acceso o circulación de contenidos mediante canales no autorizados por los proveedores oficiales.

de *hashtags*, y explorar las actitudes que los usuarios presentan con relación a la piratería. Asimismo, la elección de TikTok como plataforma a estudiar obedece tan sólo a fines exploratorios, sin que exista una característica que la perfile como especial frente a otras redes sociodigitales.

Para lograrlo, se parte de la teoría de las representaciones sociales, en su vertiente más clásica impulsada por Moscovici (1979), por considerarla una herramienta fundamental para comprender cómo los usuarios construyen, negocian y transforman los significados del *streaming* pirata en sus prácticas cotidianas y en sus interacciones en línea. Asimismo, la metodología se basa en los métodos digitales, bajo el supuesto de que los objetos que emergen en lo digital deben analizarse con las herramientas que dicho medio proporciona (Rogers, 2013).

Respecto a su estructura, el artículo desarrolla primero las premisas de la teoría de las representaciones sociales, después presenta y explica la metodología, más adelante da a conocer los resultados y, finalmente, los discute.

### **Sobre las representaciones sociales**

Las representaciones sociales, en su formulación clásica, pueden entenderse como formas de conocimiento socialmente elaboradas y compartidas que orientan la comunicación y la acción en la vida cotidiana. Para Moscovici (1979), constituyen un modo práctico de comprender y apropiarse del mundo, especialmente cuando los individuos carecen de criterios directos para interpretar la realidad y recurren a saberes indirectos y socialmente disponibles. Sobre esta base, Jodelet (1986) profundiza en su carácter funcional al señalar que operan como modalidades de pensamiento práctico orientadas a comunicar, comprender y manejar lo social. En la misma línea, Mora (2002) destaca que se trata de conocimientos de sentido común que permiten a los sujetos situarse dentro del ambiente sociocultural que habitan, en tanto quien conoce se inserta dentro de aquello que conoce.

En tanto tal, estas representaciones son una herramienta empleada para aprehender la realidad, caracterizada por ser caótica, compleja y desorganizada. A decir de Moscovici (1979), este tipo de representaciones existe porque “nos faltan los criterios necesarios para atestiguar esta existencia material” (p. 35), de forma que nos apropiamos del mundo mediante conocimientos indirectos que se ordenan dentro del universo propio —individual y colectivo— ya existente.

Su función no es producir una imagen, sino comprender, explicar y dominar los hechos de la vida diaria, así como asegurar la adaptación de la sociedad a nuevos conjuntos de informaciones, integrando lo extraño y volviéndolo familiar (Villaruel, 2007), haciendo que un grupo

*esté al corriente* de los hechos del entorno social o llenando las *lagunas* o las *casillas vacías* del saber (Moscovici, 1979). De forma que la representación social “no es una simple reproducción, sino una *construcción* y conlleva en la comunicación una parte de *autonomía* y de *creación individual y colectiva*” (Jodelet, 1986, p. 476).

El adjetivo de social obedece a varias razones: 1) las representaciones son producidas y compartidas colectivamente, 2) tienen la función de diferenciar a los grupos sociales entre sí y 3) contribuyen a formar conductas y orientar las comunicaciones sociales (Moscovici, 1979). Es decir, preparan a los grupos sociales para la acción, produciendo comportamientos y relaciones. Específicamente para Jodelet (1986), lo social incide en la representación a través del contexto, la comunicación entre grupos, el bagaje cultural y los códigos, valores e ideologías ligados a las posiciones sociales.

Por otro lado, el concepto de representaciones sociales puede denotar tanto un proceso como un contenido (Herzlich, 1975). El primero implica un poder creador que permite construir y reconstruir, integrar y desintegrar saberes en contextos específicos, haciendo circular las experiencias, los vocabularios y los conceptos de un determinado grupo (Moscovici, 1979). El segundo denota la conformación y delimitación de los saberes en sí. Si bien puede ser interesante estudiar su dimensión de proceso, en este artículo es de interés su dimensión de contenido, pues se considera el primer paso para un estudio exploratorio de cualquier representación.

El contenido de una representación social se compone de tres esferas. La primera es la información, entendida como la organización de conocimientos que posee un grupo sobre un objeto social, sean materiales o abstractos, e incluso estereotipos, trivialidades o prejuicios (Herzlich, 1975; Moscovici, 1979). La segunda corresponde al campo de la representación, asociado a las imágenes o modelos sociales que condensan significados sobre el objeto; sin embargo, reconociendo la ambigüedad de su definición, su contenido se precisará en el apartado metodológico (Moscovici, 1979). Finalmente, la actitud se refiere a la orientación global hacia el objeto, que más que una percepción positiva o negativa, alude a valoraciones y opiniones (Moscovici, 1979).

Ahora bien, para que una representación social emerja, son indispensables tres condiciones enunciadas por Mora (2002). En primer lugar, que en la sociedad la información se encuentre dispersa y desorganizada, además de ser insuficiente para conocer en su totalidad —si es que algo así es posible— aquella cosa a representar. En segundo lugar, que en el proceso de interacción social los individuos hayan encontrado algún hecho, fenómeno u objeto de interés; condición que recibe el nombre de focalización. Finalmente, la presión a la inferencia, es decir, la imperiosa necesidad que existe, en cualquier interacción social, de emitir juicios, opiniones y posturas respecto a un determinado objeto de interés para los individuos.

Por último, si bien existen otros aportes relevantes dentro de la tradición de las representaciones sociales, este estudio no profundizará en ellos. La razón es metodológica más que teórica: al tratarse de una investigación exploratoria, se privilegia una aproximación flexible sustentada en la formulación clásica de Moscovici. Integrar modelos estructurales o perspectivas centradas en la opinión pública requeriría otro tipo de diseño analítico y un tratamiento más amplio que excede el alcance de este trabajo. No obstante, tales enfoques resultan pertinentes para investigaciones futuras.

## Estudiando lo pirata desde los métodos digitales

El universo de sitios dedicados al *streaming* pirata es amplio, imitando mayormente en su diseño y oferta a las plataformas legales como Netflix o Prime Video. Sitios como Cuevana o PopcornTime son emblemáticas en el contexto latinoamericano. Se trata de plataformas con relevancia histórica, mediática y simbólica, pues llevan operando varios años y son mencionadas comúnmente por los medios, además de ser populares entre los usuarios. En menor medida, sobresalen otras plataformas como Pelisplus, Pelisplay, Seriesyonkies, Gnula o Pelispedia. En su conjunto, estas conforman el objeto de estudio del presente artículo.

La metodología bajo la cual se examinaron se basa en métodos digitales, es decir, en una perspectiva metodológica que repiensa los métodos integrados en los dispositivos en línea para estudiar la web desde sus propias herramientas. En lugar de emplear los métodos tradicionales para comprender el contexto digital, estos métodos buscan reapropiarse de las herramientas del medio digital para estudiar objetos nativamente digitales producidos por los usuarios (Rogers, 2013), en este caso, las publicaciones de los usuarios.

Para la recolección de los datos se empleó la técnica del *web scraping*, recolectando automáticamente datos ya estructurados en línea (Sued, 2020). Para su procesamiento, se utilizaron tanto técnicas de analítica textual, para el descubrimiento automático de nueva información en fuentes escritas (Gandomi & Haider, 2015; Moreno & Redondo, 2016; Sued, 2020), como técnicas de análisis visual de redes, para analizar relaciones entre elementos a partir de su representación en forma de nodos y aristas (Golbeck, 2013; Sued, 2020; Venturini *et al.*, 2015).

Dicho esto, el 5 de marzo del 2025 se procedió a la recolección de datos provenientes de TikTok por medio del servicio de *web scraping* Apify (Čurn y Balada, 2024). Dentro de su plataforma, el actor utilizado para extraerlos fue el TikTok Data Extractor, el cual permite conocer distintos metadatos relacionados con las publicaciones de la plataforma.

En lugar de que la extracción de datos partiera de *hashtags* como #distribucioninformal o #streamingpirata, se emplearon los *hashtags* #Cuevana, #PopcornTime, #Pelisplus, #Pelispedia,

#Pelisplay, #Gnula y #Seriesyonkies, en el entendido de que explorar las plataformas y no el concepto mismo brindaría un conjunto de datos más orgánico. La reflexividad y las prenociones que implica denominar a algo como pirata podría haber interferido en los datos obtenidos. El foco se centró entonces en lo que los usuarios entienden por la distribución informal mediante *streaming*, aún si no la nombran así. Asimismo, esta decisión limita los alcances de esta investigación a los usuarios latinoamericanos de TikTok, en tanto las plataformas seleccionadas están entre las más populares de América Latina y están configuradas en español. De este ejercicio, se obtuvieron 1,274 registros, detallados en la Tabla 1, siendo que el video más antiguo de la muestra se publicó el 5 de diciembre de 2019 y el más nuevo el 5 de marzo del 2025.

TABLA 1. CONFORMACIÓN DE LA MUESTRA

<i>Hashtags</i> buscados	Número de registros
#Cuevana	197
#PopcornTime	211
#Pelísplus	176
#Pelispedia	175
#Pelisplay	138
#Gnula	161
#Seriesyonkies	216
<b>Total</b>	<b>1274</b>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE DATOS OBTENIDOS DE LA API DE TIKTOK.

Entre todos los metadatos, se seleccionaron para el estudio 1) las descripciones de los perfiles, 2) los *hashtags* mencionados en los videos y 3) las descripciones de los videos, cada uno en relación con una dimensión de las representaciones sociales. Con el primer grupo, se pretende identificar los espacios de socialización y las comunidades de los usuarios, pues se consideran indicativos de las informaciones de las cuales se apropian. Para ello, se procedió al análisis de frecuencias de las palabras encontradas en las descripciones, utilizando el software Voyant Tools (Sinclair y Rockwell, 2025).

Con el segundo, se busca distinguir las imágenes mentales bajo las cuales los usuarios representan a la distribución informal, en tanto se piensan a los *hashtags* desde su noción de etiqueta, es decir, como herramienta que designa y nombra. El interés en esta categoría no estaba tanto en la frecuencia, sino en las relaciones entre los *hashtags*, por lo que el análisis de coocurrencias se estimó como procedimiento óptimo para revelar patrones y

asociaciones. Con ese fin, los softwares utilizados fueron InfraNodus (Paranyushkin, 2019) y Gephi (Bastian *et al.*, 2009).

Por último, con el tercer grupo, se aspira a conocer las valoraciones de los usuarios sobre la distribución informal, esto es, su apreciación y opiniones. De nueva cuenta, se empleó el análisis de frecuencias con las palabras presentes en las descripciones, dado que en ellas los usuarios encuentran un espacio para compartir información al respecto del tema y, por consiguiente, sobre su posible postura. En síntesis y como se muestra en la Tabla 2, este análisis sigue la siguiente matriz.

TABLA 2. MATRIZ DE ANÁLISIS PARA EL CONCEPTO DE REPRESENTACIONES SOCIALES

Variable	Dimensión	Categoría empírica	Tipo de análisis
Representaciones sociales	Información	Descripción de los perfiles	Frecuencia de palabras
	Campo de la representación	<i>Hashtags</i> en los videos	Red de coocurrencias
	Actitud	Descripciones de los videos	Frecuencia de palabras

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Así, con estas tres categorías se intentará indagar en tres aspectos básicos para la construcción de una representación social: de qué información se sirven los usuarios para generar sus representaciones sociales, qué imágenes mentales moldean a partir de esas informaciones y qué posiciones toman al respecto.

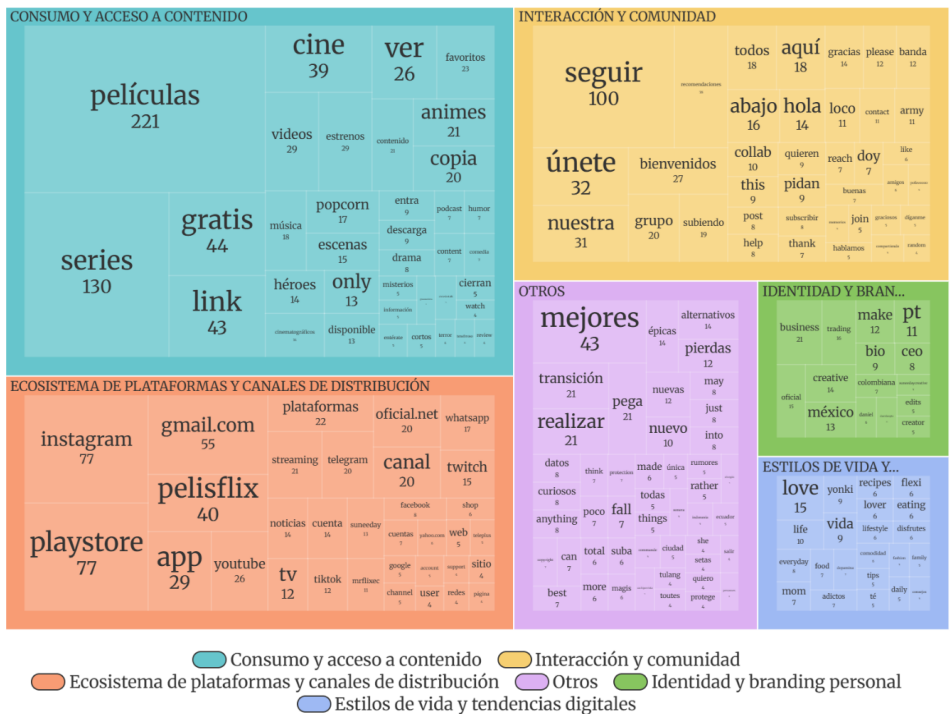
## Representaciones sociales de la distribución informal por *streaming*

### *Información*

Tras realizar el análisis de frecuencia con las palabras presentes en las descripciones de los perfiles, se recuperaron aquellas con más de cuatro repeticiones. Por su afinidad temática, y con el propósito de encontrar patrones, se ordenaron en cinco grupos, obteniendo la Figura 1, cuyas categorías se explican a continuación.



FIGURA 1. PROCEDENCIA DE LOS USUARIOS DE TIKTOK



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE DATOS DESCARGADOS DE LA API DE TIKTOK.

En primer lugar, *el consumo y acceso a contenidos* incluye términos que aluden al acto de consumir contenidos audiovisuales (*películas, series, estrenos, cine, videos*) y a los mecanismos y herramientas para acceder a ellos (*link, gratis, copia, descarga*), así como a los géneros bajo los que comúnmente se clasifican (*drama, animes, terror*). Por medio de esta categoría, se pretende señalar que los usuarios de TikTok obtienen información sobre la distribución informal a través de recomendaciones cinematográficas y televisivas, y de estrategias para evitar restricciones. Estas palabras pueden indicar que los usuarios no solo buscan acceder a contenido, sino compartir estrategias para hacerlo y remarcar su preferencia por cierto tipo de producciones.

En segundo lugar, *el ecosistema de plataformas y canales de distribución* agrupa términos que apuntan a espacios digitales donde se aloja el contenido y desde el cual los usuarios pueden compartirlo o consumirlo. Incluye nombres de plataformas, sitios y servicios de difusión no oficial (*pelisflix, app, streaming, telegram, whatsapp, playstore, canal*). A este respecto, las plataformas digitales y las redes sociales funcionan como medios donde circula la información sobre

esta cuestión. Esto porque la experiencia que se genera al usarlas para dichos fines se traduce en conocimiento, que luego es compartido en otros espacios digitales, de ahí que varias redes sociodigitales aparezcan (*instagram, gmail.com, twitch, tiktok, youtube, facebook*).

En tercer lugar, *la interacción y la comunidad*, cuyos términos reflejan la manera en que los usuarios se comunican, forman comunidades y crean dinámicas de participación en torno a la distribución informal. Se incluyen palabras que indican peticiones (*seguir, únete, díganme, please*), colaboraciones (*collab, contact*), grupos (*grupo, army, banda, amigos*) y conversaciones y expresiones comunes (*loco, hola, buenas, bienvenidos*). A través de este grupo es posible identificar que el *streaming* pirata no gira exclusivamente en torno al consumo, sino que participa de otras interacciones en el espacio digital. Así, los comentarios, respuestas y tendencias en dicho ámbito se configuran como canales por donde circula la información.

En cuarto lugar, *los estilos de vida y las tendencias digitales* incluyen términos que remiten a preferencias y estéticas asociadas al consumo digital (*lifestyle, eating, fashion, vida, love, recipes*). Esta categoría también incorpora referencias a la experiencia de consumo (*comodidad, consejos, disfrutes*). Con ello, es posible argumentar que la piratería se inserta en tendencias digitales. Como tal no constituye una tendencia en sí misma, pero sí se vincula con otras. De tal forma que acceder a contenido no oficial es parte de una cultura de consumo digital que impulsa el contenido más nuevo y de mayor interacción. Por consiguiente, el mundo de lo viral constituye otro espacio desde donde los usuarios obtienen información sobre la piratería.

En quinto lugar, *la identidad y el branding personal* hacen referencia a términos que aluden a estrategias de autopromoción dentro del ecosistema digital. Abarca nombres propios (*daniel, danidanyto, suneedaycreative*) y referencias a creadores de contenido (*creator, oficial, bio, trading, business, ceo*). Se infiere que algunos usuarios también asumen un rol activo como productores, compartiendo hacks y recomendaciones. Por ende, los mismos se posicionan como fuente de información. En principio, señalarlo puede resultar una obviedad, pues son ellos los que suscitan toda interacción en internet y, por esta razón, son los que transmiten cualquier información. Sin embargo, su mención hace notar el papel activo y consciente de algunos usuarios en este proceso.

Por último, la categoría *otros* reúne palabras que no encajan en ninguna de las categorías anteriores, ya sea porque son ambiguas, demasiado genéricas o no tienen una relación evidente con la piratería.

### ***Campo de la representación***

Como resultado del análisis de concurrencia de los *hashtags*, se generó un gráfico de red con aquellos cuya frecuencia fuese igual o mayor a cinco. Éste constó de 150 nodos y 888 aristas,

representando aquellos videos conectados por los mismos *hashtags*. Las estadísticas de la red revelaron un grado medio de 5.92 conexiones por nodo y una centralidad de grado de 0.6, indicando que cada nodo está conectado en promedio con 0.66% de la red. El diámetro de la red es de 6 y su coeficiente de agrupamiento es de 0.28 que, más que mostrar una tendencia a la dispersión y la débil conexión a la red, refleja la dominación de dos clústeres principales.

Los nodos centrales en el gráfico, es decir, aquellos que simbolizan los *hashtags* más recurrentes y conectados, pueden interpretarse como las imágenes mentales clave con que los usuarios representan a las plataformas de distribución informal (*#películas*, *#parati*, *#viral*, *#popcorn*). En tanto, los nodos periféricos, esto es, los menos conectados, representan temas más específicos o nichos dentro las representaciones sociales. Estos pueden incluir *hashtags* tan variados e inconexos como *#bestmovies*, *#entretenimiento*, *#funny*, *#tiktok*, *#disney* o *#español*. Con todo, la sola frecuencia no brinda pistas suficientes para realizar inferencias, por el contrario, las relaciones entre *hashtags* ofrecen mayor potencial interpretativo.

La Figura 2 demuestra el análisis de modularidad, que reveló cuatro principales agrupamientos o clústeres con relación al *streaming* pirata. Primero, uno vinculado a las dinámicas de lo viral en TikTok, que aglutina *hashtags* ligados al contenido humorístico, memes y videos virales. Algunos representativos son *#viral*, *#parati*, *#trend*, *#edit*, *#fyp* y *#humor*. Ello puede significar que para los usuarios este tipo de *streaming* no solo es una actividad práctica que resuelve un problema de falta de acceso, sino también un fenómeno cultural ligado a las últimas tendencias en humor y entretenimiento. Su vinculación con memes y videos virales sugieren que los usuarios normalizan esta práctica incorporándola a su cotidianidad de manera lúdica. En el mundo de las representaciones sociales, la distribución informal se convierte en un tema de risa y complicidad.



Tercero, un clúster en torno a la gratuidad en el consumo de películas y series. Aquí aparecen *hashtags* sobre plataformas de *streaming* pirata, por ejemplo, *#cuevana*, *#pelisplus*, o *#gnulamovie*. Otros que resaltan son *#gratis* y *#tutorial*. La posibilidad de obtener contenido sin costo es una parte central de la actividad informal, por lo que este clúster representa al *streaming* en tanto forma de acceso libre y sin restricciones. Esto refleja una crítica implícita a las plataformas legales, percibidas a veces como caras o limitadas por algunos grupos sociales. La gratuidad se convierte en un valor fundamental para justificar el uso de plataformas piratas.

Por último, el clúster más pequeño lo conforman *hashtags* centrados en la experiencia de ver películas o series en casa. Entre los más representativos, se encuentran *#popcorn*, *#snack*, *#food*, *#familytime* y *#movienight*. De tal forma que el *streaming* no oficial se asocia con momentos de ocio y disfrute en el hogar. Los usuarios no solo consumen contenido, sino que también construyen rituales alrededor de esta actividad, tales como ver películas con amigos, familiares o en solitario con palomitas. También se incluyen otras formas de entretenimiento (*#gaming*, *#music*, *#youtube*), que pueden participar de un uso colectivo y pensarse como otras maneras de crear comunidad. Por tanto, este clúster refleja que la piratería, más allá de representarse como un acto de consumo es una forma de crear experiencias memorables y compartidas.

### *Actitud*

Los datos obtenidos del análisis de frecuencias de palabras en las descripciones de los videos se representaron en una nube, como se observa en la Figura 3, destacando las 25 palabras más utilizadas. Como es posible observar, la palabra con más repeticiones es *parte*, y refleja la popular dinámica de TikTok de subir películas y episodios de programas televisivos por partes. Otra palabra relacionada más con las dinámicas de la plataforma que con el fenómeno pirata es *respuesta*, en referencia a la posibilidad de contestar un video con otro. Por su parte, *popcorn* parece designar a la plataforma PopcornTime, de ahí que *time* sea otro de los términos más frecuentes. Por otro lado, *barbie*, *sonic*, *bubblebee* deben su aparición a un grupo de videos que comparten contenido no oficial relacionado a dichas propiedades intelectuales, aunque igualmente pueden evidenciar que los usuarios consumen contenido relacionado con fenómenos culturales populares. Esto indica una actitud aprobatoria y culturalmente conectada, donde se juzga a la distribución informal por su valor para acceder a contenido relevante y de moda.



a sus necesidades. Al mismo tiempo, *series*, *temporada*, *estreno* y *cine* parecen indicar que los usuarios están interesados en contenido específico (series, películas, estrenos), lo que refleja una actitud orientada al consumo cultural. La distribución informal se valora entonces en tanto funja como una herramienta para acceder a este contenido de manera rápida y eficiente.

En resumen, las actitudes hacia el *streaming* pirata son predominantemente aprobatorias, con un fuerte enfoque en el acceso gratuito y su velocidad, la adaptación cultural y los estrenos. Por último, resulta interesante hallar la palabra *debería*, pues refleja en sí misma una valoración y expresa cómo debería ser la distribución, lo que puede sugerir que, aunque la aprueban, reconocen sus limitaciones. Esto encaja con la teoría de Moscovici (1979), donde las representaciones sociales no son homogéneas, sino que contienen tensiones y contradicciones.

### **Normalización, cotidianidad y legitimidad del streaming informal**

En la dimensión informativa, los usuarios construyen su conocimiento sobre la distribución informal principalmente a partir de sus prácticas cotidianas y de su participación en comunidades en línea. No proviene de marcos legales ni de comprensiones formales sobre derechos de autor, y tampoco se apoya en nociones económicas sobre producción cultural. Para ellos, estos elementos no son determinantes para elaborar su representación del streaming no oficial: la información relevante es la que se vive, se comparte y se experimenta en la circulación cotidiana del contenido. En cuanto al campo de la representación, lo “pirata” se asocia con lo viral, lo recomendado, lo gratuito y lo compartido, antes que con lo ilegal, clandestino o riesgoso. Esto contrasta con el discurso institucional —gubernamental, mediático e industrial— que sitúa la piratería como un problema moral, jurídico y económico. Los usuarios, en cambio, disocian la práctica de esas narrativas y no la vinculan con peligro, fraude o infección informática. La representación que elaboran no se encuentra dominada por ningún actor hegemónico; más bien, surge de la agencia cotidiana, donde la experiencia directa pesa más que los marcos normativos que buscan definir lo pirata desde afuera.

Respecto a la actitud, esta se orienta favorablemente hacia el acceso a contenido no oficial y se articula por motivos culturales y funcionales. Aunque ello no excluye la posibilidad de culpa en otros contextos, en las interacciones orgánicas observadas no aparece de manera explícita, posiblemente porque TikTok no activa la dimensión moral que podría surgir en técnicas declarativas como encuestas o entrevistas. En esta investigación, la actitud se expresa principalmente como justificación pragmática y como integración natural de estas prácticas en la vida digital cotidiana.

Más allá de las dimensiones específicas, resulta relevante destacar hallazgos generales. En primer lugar, el *streaming* pirata no se percibe como ilegal ni marginal, sino como una práctica normalizada en la cultura digital, vinculada al contenido viral, los memes y las tendencias. Lo informal se integra de manera lúdica en la vida cotidiana en línea, de modo que la gratuidad y la facilidad de acceso no son sus únicos atributos legitimadores. Los usuarios recurren a estas redes para suplir carencias de las plataformas oficiales o responder a limitaciones socioeconómicas, pero también porque las incorporan como parte natural de su experiencia digital cotidiana.

Este proceso de normalización está estrechamente ligado al desarrollo tecnológico reciente, que ha reducido la distancia entre las experiencias de consumo legal e informal. La mejora en la calidad de transmisión, la multiplicación de canales y la diversificación de la oferta han hecho que las formas oficiales y no oficiales produzcan sensaciones de uso cada vez más similares. De ahí que las representaciones sociales sobre el streaming pirata se vuelvan más fluidas: lo ilegal y lo legal dejan de percibirse como polos opuestos, y el streaming no oficial deja de ser representado como “piratería” en sentido estricto, transformándose en una alternativa funcional y equivalente en términos de experiencia.

En segundo lugar, la distribución y consumo informal no son actividades individuales, sino prácticas sociales que fomenta la creación de comunidades y rituales compartidos. Los usuarios integran el consumo de contenido no oficial a sus momentos de ocio y disfrute en el hogar. Además, la interacción y la colaboración entre usuarios sugieren que esta distribución es una actividad colectiva y colaborativa, donde consumen, comparten y discuten contenido. En ese sentido, distribuir y consumir informalmente son concebidas como actividades activas que contribuyen a la formación de identidades individuales y colectivas, volviéndose un fenómeno cultural que trasciende la cuestión del acceso.

Por último, el *streaming* pirata se construye en el imaginario social como una herramienta que democratiza el acceso a la cultura. Los usuarios buscan consumir contenido, a la vez que participar en la cultura cinematográfica y mantenerse al día con los estrenos y tendencias. En lugar de ser vista como un acto de robo o hurto, este *streaming* se representa como una forma de acceder a contenido relevante y de moda, fragmentado originalmente en varias plataformas, pero unificadas por el *streaming* en un mismo sitio.

## A MANERA DE CONCLUSIÓN

Este estudio representa un primer esfuerzo por comprender las representaciones sociales que se tienen sobre la distribución informal por *streaming* desde la perspectiva de los usuarios,



utilizando métodos digitales y la propuesta teórica de Moscovici (1979). Los hallazgos muestran que la mal llamada piratería no es solo una actividad económica o tecnológica, sino un fenómeno cultural y social arraigado en las prácticas cotidianas de los usuarios, cuyas relaciones participan de dinámicas más amplias de consumo y cultura digital. Asimismo, es percibida orgánicamente dentro de las interacciones en el ecosistema mediático.

Se estima que las tecnologías más recientes han transformado la experiencia de acceder a contenido no oficial, generando representaciones sociales más fluidas y dinámicas, donde este acceso se normaliza, justifica e integra a la vida cotidiana como una herramienta de acceso, resistencia y comunidad. Todo parece indicar que el *streaming* pirata representa para los usuarios una diversidad de cosas, pero no una actividad asociada a la piratería, lo cual da razones para sugerir que las dicotomías clásicas para pensar dicha categoría, es decir, lo ilegal frente a lo legal, lo informal frente a lo formal y lo pirata frente a lo original se están difuminando.

No obstante, es importante aclarar que los hallazgos, aunque sugerentes para otras manifestaciones de piratería y redes sociodigitales, deben interpretarse sólo con relación a la muestra, es decir, aplican sólo para los usuarios hispanohablantes de TikTok. Futuras investigaciones podrían ampliar la muestra, replicar esta metodología para otras redes sociodigitales o profundizar en cómo las representaciones varían según contextos geográficos, socioeconómicos y culturales específicos, así como detallar los procesos que los originan.

## REFERENCIAS

- Aguar, L., Claussen, J., & Peukert, C. (2018). Catch Me If You Can: Effectiveness and Consequences of Online Copyright Enforcement. *Information Systems Research*, 29(3), 656–678. <https://doi.org/10.1287/isre.2018.0778>
- Aguilar-Paredes, C., Pérez-Montoro, M., & Sánchez-Gómez, L. (2016). The ecosystem for accessing TV series and films in Spain: An outline of the situation following the Intellectual property act 2015. *El Profesional de La Información*, 25(6), 870–881. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.nov.04>
- Allen-Robertson, J. (2013). *Digital Culture Industry. A History of Digital Distribution*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9781137033475>
- Ballano, V. O. (2016). *Sociological Perspectives on Media Piracy in the Philippines and Vietnam*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-287-922-6>
- Bastian, M., Heymann, S., & Jacomy, M. (2009). Gephi: An Open Source Software for Exploring and Manipulating Networks. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 3(1), 361–362. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v3i1.13937>

- Choi, D. Y., & Perez, A. (2007). Online piracy, innovation, and legitimate business models. *Technovation*, 27(4), 168–178. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2006.09.004>
- Čurn, J., & Balada, J. (2024). *Apify*. Apify Technologies s.r.o.
- Frick, S. J., Fletcher, D., & Smith, A. C. (2023). Pirate and chill: The effect of netflix on illegal streaming. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 209, 334–347. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2023.03.013>
- Gandomi, A., & Haider, M. (2015). Beyond the hype: Big data concepts, methods, and analytics. *International Journal of Information Management*, 35(2), 137–144. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.10.007>
- Golbeck, J. (2013). *Analyzing the Social Web*. Morgan Kaufmann. <https://doi.org/10.1016/C2012-0-00171-8>
- Herzlich, C. (1975). La representación social. In S. Moscovici (Ed.), *Introducción a la psicología social*. Editorial Planeta.
- Hoong Loh, B. Y. (2019). Do you have a link? The effects of piracy and online streaming services on the sharing practices of television content. *SEARCH*, 2(11), 41–55.
- Ibosiola, D., Steer, B., Garcia-Recuero, A., Stringhini, G., Uhlig, S., & Tyson, G. (2018). Movie Pirates of the Caribbean: Exploring Illegal Streaming Cyberlockers. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 12(1), 131–140. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v12i1.15008>
- Jakkur Patalappa, K. K., & Chandramouli, S. M. (2021). Exploring Ecosystem of Free Illegal Live Streaming Services and Its Price on Legitimate Services. *2021 IEEE International Conference on Mobile Networks and Wireless Communications (ICMNWC)*, 1–8. <https://doi.org/10.1109/ICMNWC52512.2021.9688551>
- Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. In S. Moscovici (Ed.), *Psicología Social*, 2. Paidós.
- John, N. A. (2014). File Sharing and the History of Computing: Or, Why File Sharing is Called “File Sharing.” *Critical Studies in Media Communication*, 31(3), 198–211. <https://doi.org/10.1080/15295036.2013.824597>
- Lobato, R. (2012). *Shadow Economies of Cinema. Mapping Informal Film Distribution*. The British Film Institute.
- Lobato, R. (2020). Evolving Practices of Informal Distribution in Internet Television. In S. Shimpach (Ed.), *The Routledge Companion to Global Television*. Routledge.
- Makin, D., & Bowers, O. (2020). Netflix as a Piracy Disruptor? A Cross-Sectional Test of Accessibility and Affordability on Interest of Piracy. *International Journal of Cyber Criminology*, 14(2), 417–432. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4769893>

- Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athena Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 1(2). <https://doi.org/10.5565/rev/athenead/vin2.55>
- Moreno, A., & Redondo, T. (2016). Text Analytics: the convergence of Big Data and Artificial Intelligence. *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 3(6), 57–64. <https://doi.org/10.9781/ijimai.2016.369>
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Editorial Huelmul.
- Mueller, G. (2019). *Media Piracy in the Cultural Economy. Intellectual Property and Labor under Neoliberal Restructuring*. Routledge.
- Murolo, N. L. (2016). La pantalla pirata: usos y apropiaciones del audiovisual en Internet. *Divulgatio*, 1(1). <https://bit.ly/486zoGW>
- Paranyushkin, D. (2019). InfraNodus: Generating Insight Using Text Network Analysis. *The World Wide Web Conference*, 3584–3589. <https://doi.org/10.1145/3308558.3314123>
- Riekkinen, J. (2018). Piracy versus Netflix: Subscription Video on Demand Dissatisfaction as an Antecedent of Piracy. *51st Hawaii International Conference on System Sciences*, 3558–3567.
- Rogers, R. (2013). *Digital Methods*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8718.001.0001>
- Sardanelli, D., Vollero, A., Siano, A., & Bottoni, G. (2019). Lowering the pirate flag: a TPB study of the factors influencing the intention to pay for movie streaming services. *Electronic Commerce Research*, 19(3), 549–574. <https://doi.org/10.1007/s10660-019-09346-7>
- Sinclair, S., & Rockwell, G. (2025). *Voyant Tools*. Voyant Consortium.
- Soilo, A. N. (2018). Produções Legais da Pirataria: O Streaming e a Incorporação das Demandas e Discursos Piratas no Mercado do Entretenimento Digital. *Campos - Revista de Antropologia*, 18(1–2). <https://doi.org/10.5380/cra.v18i1-2.55743>
- Soilo, A. N. (2019). Criatividades e instantes: etnografia das práticas de compartilhamento de plataformas de streaming “piratas” no Reddit. *Mediações - Revista de Ciências Sociais*, 24(1), 355. <https://doi.org/10.5433/2176-6665.2019v24n1p355>
- Souza, L. L. de O., & Mota, K. A. G. (2022). Pirataria e streaming audiovisual: crescimento e os efeitos jurídicos da distribuição ilegal de vídeos online. *Revista Thesis Juris*, 11(1), 4–22. <https://doi.org/10.5585/rtj.viii.17625>
- Spilker, H. S., & Colbjørnsen, T. (2020). The dimensions of streaming: toward a typology of an evolving concept. *Media, Culture & Society*, 42(7–8), 1210–1225. <https://doi.org/10.1177/0163443720904587>
- Strangelove, M. (2015). *Post-TV. Piracy, Cord-Cutting and the Future of Television*. University of Toronto Press.

- Sued, G. (2020). Repertorio de técnicas digitales para la investigación con contenidos generados en redes sociodigitales. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 10(19), 1–22. <https://doi.org/10.32870/Pk.a10n19.498>
- Tan, W., Situmeang, A., & Bhaskara, K. I. (2024). TV Broadcast Piracy Through Illegal Live Streaming Applications: Challenges and Legal Protection for Copyright Holders. *Al-Adalab: Jurnal Hukum Dan Politik Islam*, 9(1), 66–79. <https://doi.org/10.30863/ajmp.v9i1.5429>
- Venturini, T., Jacomy, M., & Pereira, D. (2015). *Visual Network Analysis*. [https://www.tomasoventurini.it/wp/wp-content/uploads/2014/08/Venturini-Jacomy\\_Visual-Network-Analysis\\_WorkingPaper.pdf](https://www.tomasoventurini.it/wp/wp-content/uploads/2014/08/Venturini-Jacomy_Visual-Network-Analysis_WorkingPaper.pdf)
- Villarroel, G. E. (2007). Las representaciones sociales: una nueva relación entre el individuo y la sociedad. *Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 17(49), 434–454.
- Wang, S. (2017). The cloud, online piracy and global copyright governance. *International Journal of Cultural Studies*, 20(3), 270–286. <https://doi.org/10.1177/1367877916628239>
- Zubair Rafique, M., Van Goethem, T., Joosen, W., Huygens, C., & Nikiforakis, N. (2016). It's Free for a Reason: Exploring the Ecosystem of Free Live Streaming Services. *Proceedings 2016 Network and Distributed System Security Symposium*, 1–15. <https://doi.org/10.14722/ndss.2016.23030>

Esta obra está bajo Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.

