

Año 14, número 27, septiembre 2024 - febrero 2025

Análisis bibliométrico de la producción científica sobre streaming de videojuegos en Twitch

Bibliometric analysis of scientific production on videogames streaming on Twitch

Mabel Andrea Navarrete Vega*

<http://orcid.org/0000-0002-5290-3127>

Universidad de Colima, México

[Recibido: 26/02/2024 - Aceptado para su publicación: 30/04/2024]

DOI: <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a14n27.861>

Resumen

La investigación explora la producción académica por años sobre streaming de videojuegos en Twitch, resaltando una falta de revisión bibliográfica previa. El estudio usa un enfoque cualitativo, combinando revisión sistemática, análisis bibliométrico y mapeo científico para identificar temas relevantes desde el marco de la Media Ecology. Hallazgos basados en 70 artículos muestran creciente interés desde 2016. A partir de 2020, se enfoca en motivaciones, comportamientos y relaciones de espectadores. Se profundiza en significados asociados al consumo, interacción, compromiso, toxicidad y moderación en los streaming. Se exploran culturas minoritarias como la comunidad queer y mujeres streamers. Se conceptualiza el fenómeno y su monetización. Se

Palabras clave:

bibliometría,
plataforma digital,
consumo digital.

refleja desigualdades sociales evidentes en la producción del campo, con predominio asiático, estadounidense e inglés, y escasa representación latina y femenina. Se sugiere explorar la cultura de streaming en América Latina para entender mejor el fenómeno, considerando a los espectadores hispanohablantes en segundo lugar en Twitch.

Abstract:

The research explores academic production over the years on video game streaming on Twitch, highlighting a lack of prior bibliographic review. The study uses a qualitative approach, combining systematic review, bibliometric analysis and scientific mapping to identify relevant themes from the Media Ecology framework. Findings based on 70 articles show increasing interest since 2016.

As of 2020, it focuses on viewer motivations, behaviors, and relationships. It delves into meanings associated with consumption, interaction, commitment, toxicity and moderation in streaming. Minority cultures such as the queer community and female streamers are explored. The phenomenon and its monetization are conceptualized. Evident social inequalities are reflected in the production of the field, with Asian, American and English predominance, and little Latin and female representation. It is suggested to explore the streaming culture in Latin America to better understand the phenomenon, considering Spanish-speaking viewers in second place on Twitch.

Keywords:

bibliometrics,
digital platform,
digital consumption

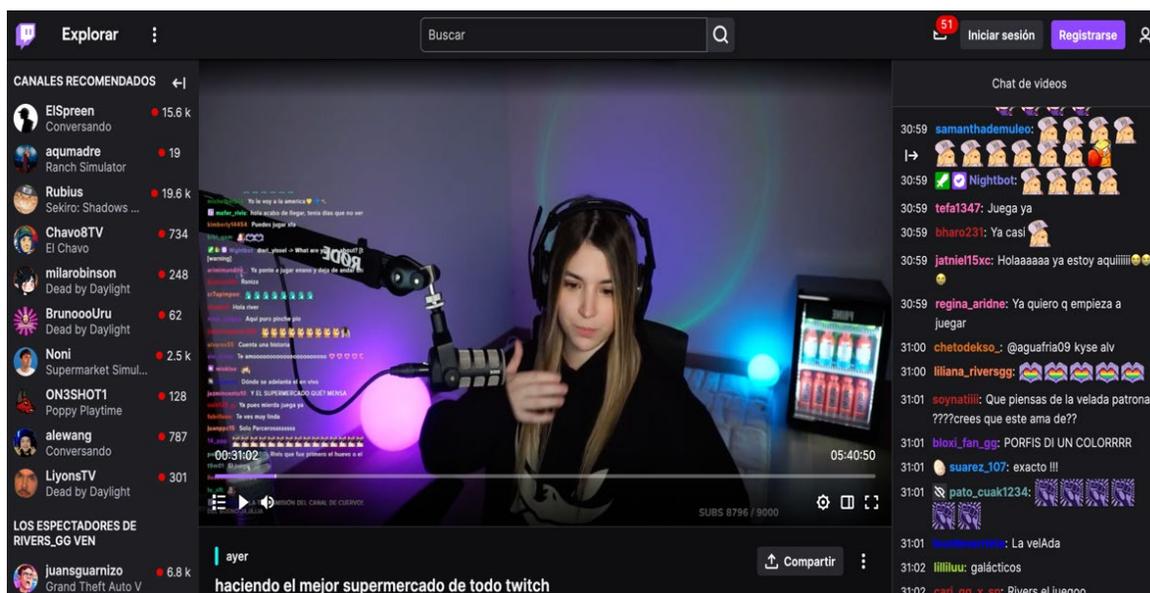
Introducción

Twitch, plataforma de streaming, ha evolucionado desde su creación como Justin.tv en 2007, cuya propiedad fue de ingenieros estadounidenses para luego ser adquirida por Amazon en 2014. Es identificada informalmente como la “plataforma morada”: ofrece transmisiones en vivo de productores desde sus hogares. Brinda una variedad de contenido como música, charlas, arte, etc., siendo protagonistas las transmisiones de videojuegos, con un promedio semanal de 90 mil transmisiones y 2.5 millones de espectadores (Datos de Twitch Tracker, junio de 2023).

Existen dos perfiles: streamer (productor) y viewers (consumidores) con interacciones en tiempo real (Gutiérrez y Cuartero, 2020). El acceso a la plataforma es gratuito, con o sin registro, diferenciado por funcionalidades. Su interfaz inicial presenta imágenes reducidas de diferentes *streaming* destacados y en forma de menú horizontal. Están las categorías de contenidos, para explorar canales de intereses específicos.

Al ingresar a un *streaming* de videojuegos, la pantalla se divide en dos secciones principales: un espacio central de mayor envergadura, que muestra al *streamer* el contenido a la derecha el apartado del chat. Generalmente, la persona *streamer* se encuentra sentada en una silla *gamer* con un micrófono de alta gama y un fondo, donde se observa un espacio acondicionado que busca proyectar el estilo y la estética del *streamer* (Figura 1).

Figura 1. Interfaz de un directo de transmisión en vivo en Twitch



Fuente: elaboración propia.

En el apartado del chat se produce la interacción entre *viewers* y *streamer*, propia de las transmisiones en vivo, así como la comunicación con otros usuarios y/o *bots* informativos. Los espectadores pueden participar durante el directo, ya sea con el *streamer* u otros espectadores para comentar problemas técnicos, preguntar o compartir información, activar alarmas visuales y sonoras, donar dinero al *streamer*, dar consejos sobre el videojuego o simplemente conversar sobre cualquier tema.

La popularidad de la plataforma aumentó durante la pandemia de COVID-19. Tuvo un crecimiento de 200% de usuarios, promediando 2.46 millones de espectadores mensuales en 7.5 millones de canales (Datos de Twitch Tracker, junio de 2023). La mayoría de *viewers* tienen entre 16 y 34 años (Queiruga, 2023), siguiendo, principalmente, *streamers* de videojuegos, destacando figuras como KaiCenat y *streamers* españoles como Ibai y Auronplay o los mexicanos La Rivers y El Mariana.

La pandemia facilitó la exploración y el consumo de canales de videojuegos de *streamers* y, de forma personal, de productores latinos en tendencia y de comunidades pequeñas. Este proceso permite reconocer la plataforma como un medio de entretenimiento que tiene un alcance relevante en públicos diversos, permitiendo la interacción en tiempo real que propicia una ecología de dinámicas comunicativas relevantes de observar como objeto de estudio. Este contexto desencadenó la pregunta de investigación: ¿Qué aspectos, y desde qué ámbitos, se está observando este fenómeno en la producción académica?

En una primera exploración se identifican trabajos en conferencias enfocados a describir el fenómeno de Twitch (Gutiérrez y Cuartero, 2020). Hay otros sobre las interacciones y prácticas de los usuarios en Twitch (Gross *et al.*, 2018; Rodríguez y Cercato, 2020) y algunos referentes como Churchill y Xu (2016) sobre la estructura social de Twitch y las relaciones entre los actores. Por su parte, tanto Cabezas *et al.* (2021) como Li *et al.* (2020) presentan estados del arte sobre la transmisión en vivo de videojuegos.

Sin embargo, estos trabajos documentales se centran en la transmisión en vivo de videojuegos, independientemente de la plataforma de transmisión. Esto posibilita una revisión bibliográfica centrada en Twitch por años, objetivo principal de esta investigación. Se pretende incorporar datos hasta 2023 para exponer la evolución temporal de los estudios sobre este fenómeno. Cabe mencionar que se utiliza el trabajo de Cabezas *et al.* (2021) como guía metodológica, aunque se diferencia al enfocarse específicamente en transmisiones de videojuegos en Twitch, utilizar la base de datos Scopus y buscar reflejar la trayectoria por años de la producción académica sobre el tema.

La *Media Ecology* resulta un marco pertinente para reconocer nuevos ambientes mediáticos que se posicionan en el entorno de la comunicación. De acuerdo con Scolari (2012) continuamente surgen nuevas especies mediáticas que se posicionan, modifican, amplían y tensionan el sistema cognitivo y el ecosistema de la comunicación.

En este contexto, se asume la plataforma Twitch como un componente destacado en la ecología mediática contemporánea. Las visiones de Jenkins (2009) sobre participación activa y convergencia mediática hacen sentido en la configuración de este proceso cultural digital, donde se registra una participación activa de los usuarios, la cual es impulsada en gran medida por los avances de la era digital que está en la base creciente de la interacción social e inteligencia colectiva.

Metodología

Se trata de una revisión bibliográfica desde un enfoque principalmente cualitativo. Sin embargo, se toman los datos de los índices de Scopus para ilustrar las posiciones de la producción del tema. Para la revisión bibliográfica se emplearon tres métodos específicos, buscando proporcionar una visión integral del objeto de estudio (Cabezas *et al.*, 2021). Se describen a continuación:

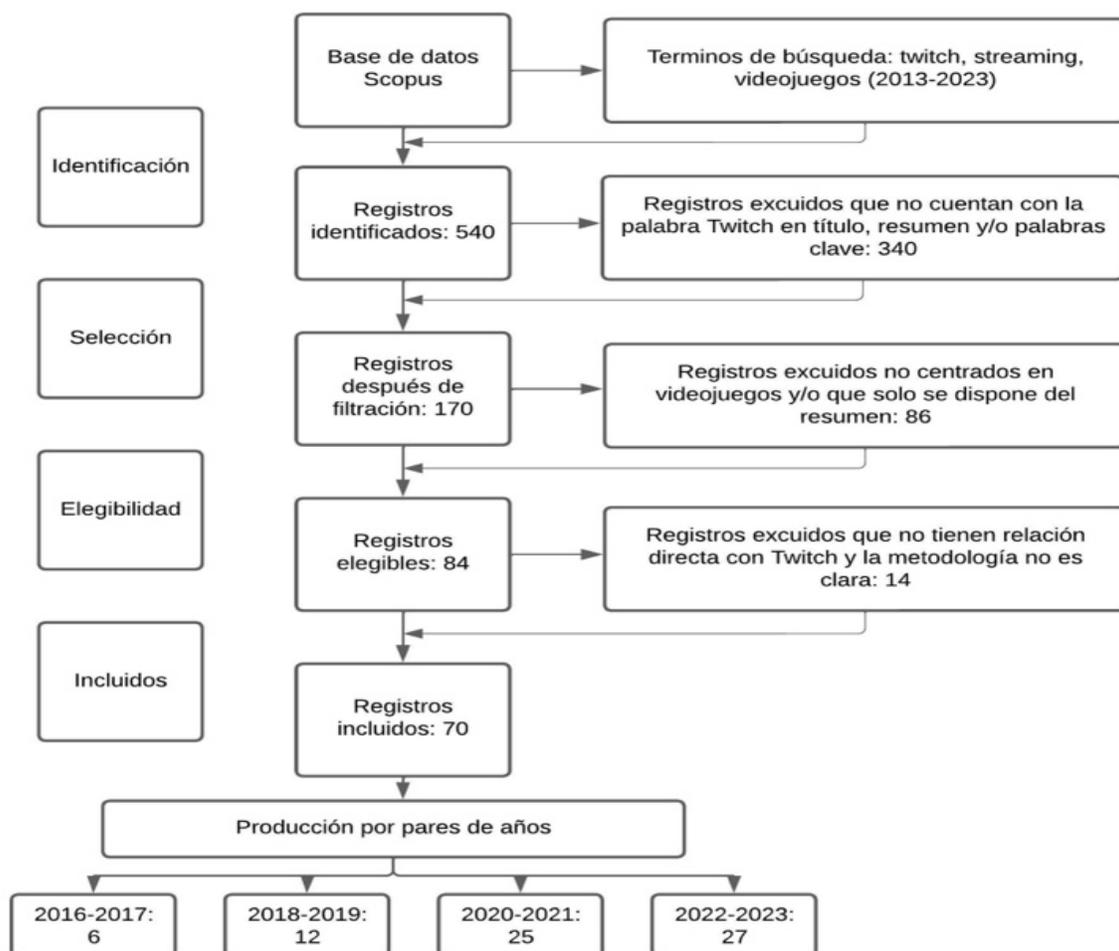
Protocolo PRISMA

El protocolo PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-Analysis) es ampliamente utilizado en la comunidad científica para estructurar el corpus de estudio, garantizando la calidad y precisión de la investigación (Li *et al.*, 2020).

Consiste en cuatro fases: Identificación, donde se utilizaron términos específicos en Scopus para recuperar textos relacionados con los conceptos "Twitch", "Directos", "Streaming", "Live streaming", "Videojuegos" y "Videogames, producidos en los últimos diez años (2013-2023).

En la fase de Selección se excluyeron textos que no mencionaban Twitch y que se dispone solo del resumen. En la Elegibilidad se seleccionaron 84 artículos directamente relacionados con la transmisión de videojuegos en vivo en Twitch; e Inclusión es donde se excluyeron 14 documentos que no cumplían con los criterios de la investigación. El resultado fue un corpus de estudio de 70 artículos obtenidos en Scopus (Figura 2).

Figura 2. Proceso metodológico de la conformación del corpus



Fuente: elaboración propia.

Indicadores bibliométricos

El análisis bibliométrico proporciona información sobre la actividad científica, utilizando métodos estadísticos y matemáticos. Se utilizaron herramientas de Scopus para obtener datos como citación directa, *índice h* e impacto de citas (FWCI)¹, que ayudan a identificar la experiencia y contribución de los autores a lo largo del tiempo. Además, se recuperaron datos básicos de los artículos como idioma del estudio, campo de estudio, país y sexo del primer autor, ámbito y tema de estudio, marco teórico, metodología y resultados para su análisis en Microsoft Excel.

Mapeo científico

VosViewer es una herramienta utilizada para construir y visualizar redes bibliométricas mediante la minería de textos. Se empleó para representar una red de co-ocurrencia de palabras clave del corpus de estudio, con el objetivo de identificar temas y relaciones a lo largo del tiempo.

Resultados

1. Análisis bibliométrico

1.1. Referentes y procedencia

Se presentan las tablas 1 y 2 con los resultados por año del corpus de estudio para reflejar quiénes son las personas que han generado producciones científicas mejor posicionadas en el campo sobre Twitch. La producción en Scopus sobre el tema se identifica a partir de 2016. En esta trayectoria de ocho años se distingue una fuerte cantidad de autores estadounidenses, aunque los más destacados son de origen asiático, y los más citados son varones de Finlandia y Australia con una fuerte trayectoria en el campo de los videojuegos.

Tabla 1: Autores más citados por año

Año	Autores destacados	País	Citas a 2023	Índice h	FWCI	Descargas archivo a 2023	Ámbito del estudio
2016	Gandolfi	Estados Unidos	55	5	1,67	211	Streamer
2017	Sjoblom y Hamari	Finlandia	273	8	14,06	691	Espectadores
2018	Ruvalcaba, et al.	Estados Unidos	48	5	4,94	209	Streamer
2019	Johnson y Woodcock	Australia	81	11	11,09	388	Streamer
2020	Wulf y Schneider	Alemania	51	11	11,66	176	Espectadores
2021	Wulf y Schneider	Alemania	13	11	2,88	83	Espectadores
2022	Joden y Strandell	Suecia	9	1	8,53	74	Streamer
2023	Kim y Kim	Korea	5	5	4,57	38	Espectadores

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2: Promedios de citas, *índice h* y factor de impacto por año

Indicadores	2016 (N=2)	2017 (N=4)	2018 (N=4)	2019 (N=8)	2020 (N=9)	2021 (N=16)	2022 (N=19)	2023 (N=8)
Citas	40,5	89,0	16,0	49,2	19,2	5,4	1,7	11,0
FWCI	1,7	4,6	1,6	10,5	3,6	1,5	1,8	11,2
Índice H	6,5	3,5	5,7	9,8	5,6	7,2	4,2	11,2

Fuente: elaboración propia.

Para robustecer el análisis se agrupan algunos años que presentan pocas producciones en contraste con los otros años. En particular se excluye 2016, porque solo existen dos textos en el corpus.

Años 2017- 2018

Durante 2017 y 2018, las citas en la producción académica sobre Twitch se concentraron en publicaciones con un alto índice h generadas por autores finlandeses: Sjoblom y Hamari (2017). Así como hubo un par de autores provenientes de Estados

Unidos de América: Gandolfi (2018), Payne, *et al.* (2017) y Ruvalcaba *et al.* (2018), quienes contribuyen al cuerpo de conocimientos.

Los artículos creados en este periodo muestran un promedio de 50 citas por artículo, la mayor media en contraste con los demás años, lo cual sugiere una atención considerable en la comunidad académica, en particular durante 2017. Además, el *índice h* revela la influencia de estas publicaciones como un factor de impacto positivo de los textos, lo que indica su relevancia en el campo académico.

En relación con las producciones desde América Latina, un estudio de Montardo y colegas en 2017, de procedencia brasileña, presenta un nivel de impacto bajo en contraste con los referentes del periodo, sin embargo, su publicación refleja la presencia del fenómeno en la región.

Años 2019 – 2020

En los años 2019 y 2020, la investigación sobre Twitch se expande geográficamente, con una participación más diversa de autores de diferentes países. La tabla 2 refleja un aumento en el número de citas por artículo, sugiriendo la importancia del tema en el campo académico, aunque se mantiene la presencia de referentes del periodo anterior como Sjoblom. En 2019 se suman los australianos Johnson y Woodcock, y en 2020 los alemanes Wulf y Schneider como los más citados. El *índice h* muestra un crecimiento relevante, indicando la fuerte influencia de estos estudios en la comunidad académica, respaldada por un factor de impacto robusto.

Esta etapa denota la presencia de mujeres: como primera autora en 20% de las publicaciones, siendo en su mayoría procedentes del sudeste asiático como Chen y Törhönen, y las estadounidenses Nematzadeh y Pollack. Este resultado refleja un hallazgo destacado en cuanto a la representación de autoras mujeres en un campo, tradicionalmente, dominado por hombres.

Año 2021

En 2021 se produce una expansión de la investigación sobre Twitch, con un aumento en el número de publicaciones y la participación de autores de diversa nacionalidad. Esta situación conlleva a una distribución equitativa de las citas por artículos en el periodo, lo que refleja un mayor alcance de la plataforma en el ámbito académico. Sin embargo, se presenta un promedio de cinco citas por texto y un relevante número de publicaciones con cero citas.

La propia variedad en el tipo y cantidad de publicaciones dificulta identificar referentes en este ciclo. No obstante, el *índice h* muestra un incremento respecto del periodo anterior de dos puntos de diferencia, lo que implica el interés en el tema por parte de investigadores con una trayectoria robusta en citaciones como los australianos

Carter, Johnson, la estadounidense Kowert y el alemán Wulf, aunque obtienen un factor de impacto modesto sobre la repercusión de estas publicaciones en el campo.

Año 2022

La producción académica sobre Twitch en 2022 se caracteriza por una globalización mayor, con la presencia de autores de otras partes del mundo como españoles, italianos y suecos, aunque es evidente la fuerte preponderancia de autores estadounidenses con 55% de las publicaciones. La tabla 2 muestra un promedio de 1.7 citas por texto, indicando un descenso paulatino de la investigación sobre el tema en los últimos dos años. *El índice h* se mantiene, sugiriendo una influencia constante de autores con alta producción como el australiano Johnson y los estadounidenses Watanabe y Qian, lo cual conserva un factor de impacto estable en la comunidad académica.

También, en este periodo se observan producciones de primera autoría de origen español como Olivares y Poveda y las autoras, en su totalidad son estadounidenses, como Mihailova, Wolff y Cullen.

Año 2023

En 2023 se presenta un menor número de publicaciones en relación con los años anteriores, el espectro de las producciones se focaliza en autores de Norteamérica y Asia principalmente. Las citas siguen en descenso, llegando a un promedio de una cita por texto con un factor de impacto de valor similar. La participación de autores con alto *índice h* es baja, así como el factor de impacto. La tendencia de 20% y 25% de una mujer como primera autora en las producciones de los años anteriores se mantiene en 2023, y la presencia de autores de América Latina en el campo es prácticamente nula.

1.2 Construcción del objeto de estudio

En la tabla 3 se busca proyectar qué se ha venido estudiando sobre la transmisión de videojuegos en Twitch y cómo se ha construido el objeto de estudio al reconocer, por año, ámbitos y características de las producciones académicas. Cabe mencionar que, en los casos de empate, el criterio fue seleccionar el texto con más citas.

Tabla 3. Producción académica por año.

Año	N°doc.	Ámbito	Campo	Temas	Teorías	Metodología
2016	2	<i>Streamer</i>	Tecnología	Tipos de <i>streamer</i>	Estudios culturales	Cuantitativa
2017	4	Espectadores	Tecnología	Motivaciones de consumo	Usos y gratificaciones	Cuantitativa
2018	4	<i>Streamer</i>	Psicología	Comportamiento de <i>streamer</i>	Enfoque seminaturalista	Cuantitativa
2019	8	<i>Streamer</i>	Comunicación	Elementos y prácticas de <i>streamer</i>	Estudios culturales	Cualitativa
2020	9	<i>Espectadores</i>	Psicología-Sociología	Motivaciones y prácticas espectadores	Estudios de medios y culturales	Cuantitativa
2021	16	<i>Espectadores</i>	Comunicación	Actitudes, comportamientos, interactividad de espectadores	Teoría de medios y audiencia	Cualitativa
2022	19	<i>Espectadores</i>	Comunicación	Significados, comportamientos, género, toxicidad	Estudios de medios y culturales	Cualitativa
2023	8	<i>Espectadores</i>	Comunicación	Motivaciones del espectador	Usos y gratificaciones	Cuantitativa

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con los aspectos que aportan a la comprensión sobre Twitch como plataforma de transmisión en vivo, en un primer momento se destaca el trabajo de Gandolfi (2016), quien establece una categoría para denominar a los *streamers* de Twitch en profesionales, hedonistas y acompañantes. Este interés coincide con el lanzamiento de IRL (*In Real Life*) en la plataforma, lo que brindó la posibilidad de ampliar los contenidos más allá de los videojuegos. Los *streamers* pudieron compartir sus intereses, pasatiempos y momentos de la vida diaria, facilitando una conexión más personal y directa con su audiencia.

Para 2017, la relación entre *streamer* y espectadores de Twitch es un tema que sobresale en la academia. Los estudios de Anderson y Montardo *et al.* reflejan un interés en las interacciones sociales durante las transmisiones, plantean que la exhibición de jugadores y espectadores en los directos propician la vinculación. Para la brasileña Montardo, esta dinámica denota una superioridad jerárquica del *streamer* ante sus consumidores, aunque en contraparte, los seguidores demandan una alta capacidad de autenticidad y entretenimiento al *streamer*. Lo anterior sugiere un equilibrio delicado entre la autoridad del creador de contenido y las expectativas de la audiencia. A esta tensión, se añade la incorporación del programa de Afiliados en Twitch, otorgando al *streamer* la posibilidad de ganar dinero por su alcance en las transmisiones y, por su parte, el espectador tiene el poder de suscribirse a un *streamer* por su membresía en Amazon Prime.

Sjöblom y Hamari (2017), autores con un alto número de citas, exponen que las motivaciones que impulsan la visualización se relacionan con la reducción de la tensión, la integración social y la motivación emocional. Esto sugiere que los espectadores buscan contenido que les proporcione entretenimiento, les permita conectarse con otros usuarios y les brinde una experiencia emocionalmente satisfactoria.

En 2018, el foco se posiciona en los comportamientos de los *streamers* y la dinámica de aprendizaje al realizar transmisiones en Twitch. Un resultado destacado de Gandolfi refiere que dentro de las prácticas claves del *streamer* para capturar espectadores en Twitch pasa por su capacidad de *performance*, esto se complementa con las observaciones de Montardo en 2017 sobre el peso en la construcción de la imagen del *streamer*.

Estos hallazgos sugieren que el éxito de un *streamer* en Twitch está intrínsecamente ligado a su capacidad de desempeño durante las transmisiones y, en su capacidad para crear una experiencia atractiva para la audiencia. Durante este año, coincidentemente la plataforma realiza el lanzamiento de su herramienta *Creator Cam*, donde los *streamer* pueden otorgar su identidad visual al panel público de su canal.

Por su parte, Li *et al.* (2018) exploran elementos asociados a la gestión de la privacidad de los *streamer*. La naturaleza compleja de los entornos de transmisión de

videojuegos en línea conlleva cuestiones relacionadas con la protección de los datos personales y la gestión de la exposición continua en línea. Para los *streamer* resulta demandante estar conscientes y generar diversas estrategias para prevenir estos riesgos latentes. Los procedimientos son situados y resueltos de forma colaborativa con pares *streamers*.

En este mismo año resulta notable el trabajo de Ruvalcaba *et al.* como uno de los primeros registros del corpus que resalta las desafiantes realidades que enfrentan las mujeres, quienes padecen niveles significativamente más altos de acoso sexual en comparación con sus contrapartes masculinas en entornos competitivos de videojuegos en Twitch. La visibilidad de la violencia de género en espacios virtuales subraya la necesidad de implementar políticas y medidas efectivas para proteger a los *streamers* de todos los géneros y promover una cultura de respeto e inclusión en la comunidad de Twitch.

Durante 2019, el interés se mantiene en el *streamer*, aunque más focalizado en las implicaciones de la producción y los aspectos sociotécnicos involucrados en el proceso de realizar *streaming*. Johnson y Woodcock precisan las características de un buen *streamer* en términos de operación y de la alta cantidad de trabajo afectivo que involucra realizar un directo. Estos hallazgos destacan la complejidad y la demanda multidimensional del streaming en Twitch, donde no solo importa la habilidad de entretener, sino también la capacidad técnica y emocional para gestionar y mantener una transmisión en vivo.

En este año, se entrelazan los estudios de Sjöblom *et al.* y un segundo trabajo de Johnson y Woodcock sobre los modelos comerciales que comienzan a establecerse en la plataforma y que evidencian elementos de negocios y captura de audiencias. Estos intereses dan señales sobre determinados componentes que comienzan a modificar la actividad del streaming en una intersección entre entretenimiento y emprendimiento digital.

Destaca en este periodo la aproximación de la estadounidense Nematzadeh (2019) para observar la comunicación en el chat de Twitch, aludiendo que se presenta una transición de un estado conversacional a una cacofonía que abre paso a una mayor repetición y menor información por mensaje, a medida que avanza la interacción. En este contexto se reconoce en los chats de Twitch el uso de frases cortas, emotes y respuestas rápidas y repetitivas como norma, facilitando que los espectadores sigan participando activamente a pesar de la sobrecarga de información.

En 2020, se busca reconocer cómo se generan las relaciones de proximidad entre *streamer* y espectadores. Se reconoce el impacto positivo a nivel emocional y social que produce Twitch en sus espectadores, al ofrecer entretenimiento, distracción

y sentido de comunidad en periodos de vida difíciles, así como la conformación de relaciones cercanas marcadas por la confianza (Coavoux y Roques; Sheng y Kairam; Wulf *et al.*).

El interés en estos temas concuerda con el momento sociohistórico de la pandemia COVID-19. Resulta revelador cómo el estudio de Cabezas, *et al.* con datos de 2019 confirma que los espectadores priorizan el nivel de juego del *streamer* y de la información sobre el videojuego para consumir en Twitch, a diferencia de las motivaciones sociales que destacan en 2020.

La presencia de la lógica de negocio se intensifica en Twitch en 2020, evidenciando la integración entre trabajo y ocio en la plataforma. Esto se manifiesta en prácticas como la promoción de productos, el aumento de horas de streaming para ampliar la audiencia y cumplir con los requisitos de la plataforma para obtener beneficios económicos (Pollack, *et al.*; Törhönen, *et al.*).

Sin embargo, se plantean preocupaciones sobre el deterioro del rendimiento de los jugadores y la percepción negativa de las comunidades hacia los *streamers* más centrados en aspectos económicos que en la pasión por los videojuegos (Matsui, *et al.*). Estas investigaciones sugieren una evolución de las acciones en Twitch hacia un modelo de negocio. No obstante, también advierten sobre la necesidad de equilibrar los aspectos comerciales con la autenticidad y la integridad de la comunidad.

Para 2021, los comportamientos, actitudes e interactividad del espectador pasan a ser los temas de mayor interés para la academia. El estudio de Cabezas *et al.* categoriza a los espectadores de Twitch en cuatro grupos: casual, social, hobby y problemático. Las mujeres y personas usuarias mayores se ubican en las dos primeras categorías, ya que tienden a tener un consumo menos regular y con un perfil bajo en el chat, en tanto que menores de edad se encuentran en las últimas categorías como sujetos que presentan un alto consumo y con una tendencia a presentar conductas y comentarios inadecuados en los espacios comunes.

Los espectadores de Twitch buscan que los *streamers* les presten atención a su audiencia, se dirijan a ellos, lean y respondan mensajes de chat. En la medida que más interactúan los *streamers* con los espectadores es menos probable que los consumidores cambien de *streamer* o participen en *trolling* o *flaming* (Wulf *et al.*, 2021).

Este proceso de interacción en las transmisiones en vivo facilita un alto nivel de compromiso emocional por parte de la comunidad y la formación de grupos muy unidos a largo plazo en torno a un *streamer*. Así, por ejemplo, este vínculo o nivel de confianza permite el tratamiento de temas sensibles como la autoestima y la salud mental (Ghandi *et al.*; Kowert y Daniel; Obreja, 2021).

Por otra parte, durante este año, se identifican varios trabajos como Zhao *et al.*; Carter y Egliston; Chen *et al.* y Pollack, *et al.* enfocados en ofrecer recomendaciones comerciales para orientar a patrocinadores y/o lograr transmisiones eficientes para mejorar ingresos. En esta línea profundiza Johnson (2021) sobre el detrás de cámara del *streamer* para realizar transmisiones en Twitch y el sentido empresarial que podría estar vinculado a las tensiones que conlleva para el *streamer* y los espectadores asumir esta actividad como un trabajo o un juego. Estos resultados sugieren una evolución en la percepción de Twitch como un espacio laboral de videojuegos con implicaciones económicas significativas, tanto para los creadores de contenido como para los patrocinadores.

En 2022, se mantiene el interés en los espectadores de Twitch en particular en sus comportamientos y reacciones emocionales durante los directos. Posterior al estallido de la pandemia los espectadores reflejaron en los espacios de interacción emociones vinculadas principalmente a la ansiedad y la ira por sobre la tristeza de acuerdo con el trabajo de Chae y Lee. Se fortalece la premisa en los estudios de Jodén y Strandell y Watanabe *et al.* que los factores estructurales asociados a la interacción son fundamentales para desencadenar el apego y la participación en las transmisiones de Twitch.

El chat del *streaming* pasa a ser un tema de interés para la academia. Mancini *et al.* confirman que el chat es un poderoso controlador de atención en Twitch y otros estudios de autoría de Gandolfi y Ferdig; Johnson; Kim *et al.* y Mihailova refieren situaciones evidentes en los chats de los *streaming* relacionadas con los niveles de toxicidad entre los espectadores o hacia el *streamer*, donde los discursos violentos, ironía, burlas, discriminación y negatividad se presentan cotidianamente. Existen ciertas coincidencias que dichos aspectos se negocian en función de los significados y las reglas específicas de cada comunidad.

En este mismo entorno, un actor que destaca son los moderadores del chat de los *streaming*, personas cercanas y elegidas por el *streamer* que moderan el comportamiento del chat con base en las reglas y normas establecidas por la política de Twitch y del *streamer*. Reconocer las motivaciones y las prácticas de estos actores para moderar el comportamiento de la audiencia, así como el alcance de su proceder para promover donaciones o determinadas respuestas de los espectadores; son objeto de interés en los trabajos de Cullen y Kairam; Thach *et al.* y Wolff y Shen.

Un tema emergente se relaciona con estudios enfocados a describir el trabajo, la estética y la creación de contenido en vivo de los *streamers queer*. Estudios de Youngblood, Persaud y Perks (2022) refieren a que las personas drag quienes juegan videojuegos buscan, entre otros propósitos, fortalecer las comunidades *drag* y desarrollar identidades de marca en espacios en tiempo real.

En un contexto donde la diversidad y la inclusión son cada vez más valoradas, los *streamers queer* han encontrado en Twitch un espacio para expresarse y construir comunidades que reflejen sus identidades. Este fenómeno no solo responde a una demanda por visibilidad de la diversidad sexual y de género, sino que también puede estar impulsado por el deseo de crear espacios seguros donde todas las identidades sean respetadas.

Para 2023, las producciones continúan enfocadas en los propósitos de los consumidores de Twitch y, en menor medida, relacionadas con los *streamers*. Los trabajos de Koay *et al.* y Kim aluden que las motivaciones de los espectadores hacia la plataforma tienen relación con la búsqueda de entretenimiento, información y por la capacidad del *streamer*. En este ámbito, confluyen los resultados del estudio de Thambusamy y Church sobre la homofilia en las transmisiones, aludiendo a que existe una tendencia de los espectadores a gravitar hacia los *streamers* que se parecen más a ellos.

De forma adicional, Speed *et al.* identifican grupos de espectadores con diferentes comportamientos durante las transmisiones: exploradores, espectadores antisociales, seguidores leales y espectadores sociales. Esta atención a los perfiles y las motivaciones del consumidor sugiere una comprensión cada vez más refinada de lo que impulsa la participación y el consumo en Twitch; esto puede ser útil para establecer estrategias de contenido. Se refuerza la idea que la autenticidad y la capacidad de establecer vínculos del *streamer* con la audiencia son elementos clave para construir y retener un público comprometido.

En el caso de los *streamers*, se identifica un estudio de Houssard *et al.* que ponen sobre la mesa las desigualdades de la plataforma y la capacidad de los principales *streamers* para diversificar sus fuentes de ingresos. Por otra parte, se destaca la importancia del intercambio de capital, las colaboraciones y el esfuerzo en el éxito de los *streamers* en el estudio de Consalvo *et al.*

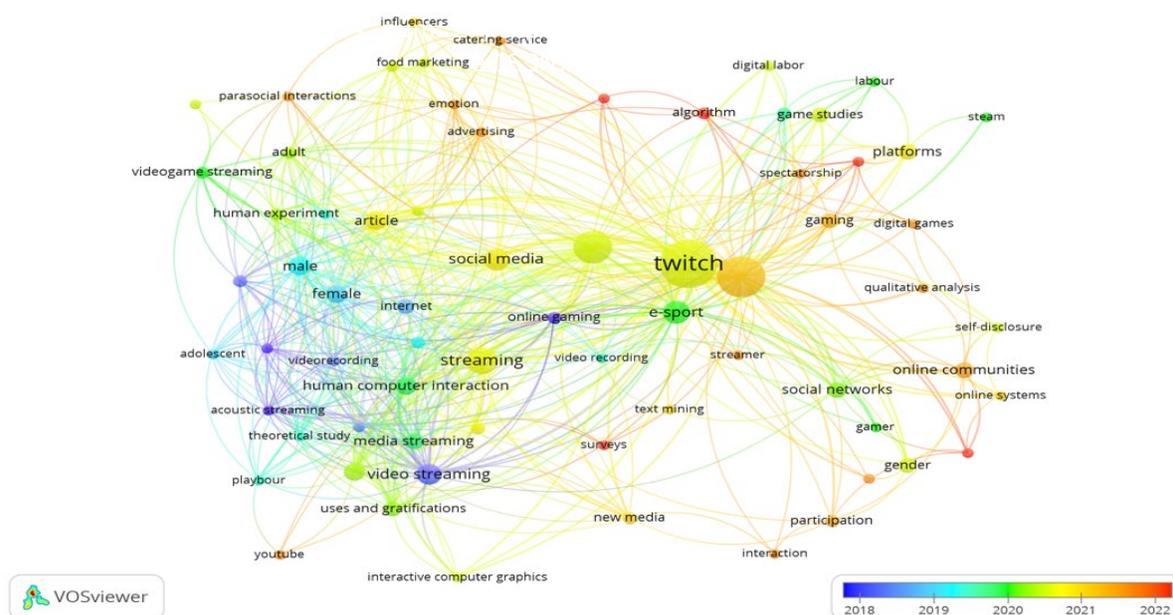
Por su parte, Garvey expone las diferencias de género en el trabajo en *streaming* y las estrategias de las *streamers* mujeres sobre el control de acceso a sus directos para la conformación de canales inclusivos y sostenibles. Estos hallazgos revelan una estructura que favorece a los *streamers* establecidos, resaltan la importancia de la colaboración para el éxito y evidencian diferencias de género en el acceso y la sostenibilidad. En resumen, reflejan la complejidad y la necesidad de abordar cuestiones de equidad y colaboración en la plataforma.

2. Mapeo científico

La herramienta *Vosviewer* permite generar un mapeo científico que revela los principales temas de investigación en la literatura, a través del análisis de coocurrencia

de palabras clave. En este ejercicio se procedió a limpiar la base para evitar duplicaciones y se consideró un mínimo de dos ocurrencias del total de 403 palabras del corpus de 70 textos. El resultado fue una red que expresa los términos que presentan mayor presencia y relación con el corpus en el transcurso de los años (Figura 3). El software arroja seis grupos temáticos centrales que evidencian la estructura conceptual del campo de investigación (tabla 4).

Figura 3. Coocurrencia de palabras claves del corpus por año



Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Clústeres de coocurrencia de palabras claves

Clúster	Interpretación
Clúster morado: video <i>streaming</i> , <i>acoustic streaming</i> , online gaming, video recording, internet, media usage.	Se observa una mayor relación en el uso de medios digitales en línea a través de internet, en particular en la transmisión y grabación de contenido audiovisual de videojuegos.
Clúster celeste: male, affordance, playboard, adolescent, theoretical study, female.	Se vinculan los roles de género que se manifiestan en los <i>streaming</i> de videojuegos, así como la experiencia del usuario asociada a la efectividad de la plataforma.

Clúster verde: e-sport, digital economy, digital labor, human computer interaction, media <i>streaming</i> , uses and gratifications.	El campo de la interacción humano-computadora refleja el enlace entre las motivaciones y prácticas de los productores y consumidores a través de una tecnología digital. Se observa una asociación entre la economía y el trabajo digital.
Clúster amarillo: twitch, video game, social media, <i>streaming</i> , influencers, platforms, online systems.	Muestra una asociación relevante entre los conceptos twitch y transmisión en vivo de videojuegos. Se advierte la importancia de la infraestructura tecnológica que sostiene estas actividades de transmisión en línea y sobre la conexión entre la promoción y el alcance del contenido transmitido.
Clúster naranja: <i>live streaming</i> , online communities, interaction, participation, parasocial interaction, emotion.	Presenta relaciones entre la dinámica de las comunidades en línea con la participación e interacción de los usuarios, así como una fuerte conexión entre las interacciones parasociales y su influencia en las emociones de los usuarios.
Clúster rojo: algorithm, natural language, internet video, moderators, surveys.	Se presenta un interés en considerar el lenguaje natural en la comunicación dentro de esta plataforma y sus formas de regulación.

Fuente: elaboración propia

Los resultados muestran que el uso de medios digitales, en especial el streaming de videojuegos, está estrechamente relacionado con una amplia gama de actividades y experiencias, desde el entretenimiento y la socialización hasta el aprendizaje y las oportunidades económicas. La infraestructura técnica, la interacción y la comunicación son los principales aspectos de este entorno digital.

Conclusiones

Durante los primeros seis años del estudio, hubo mucha preocupación académica en Twitch, pero en los últimos dos años esa motivación ha disminuido. Probablemente, este cambio esté relacionado con la repentina atracción en las transmisiones en vivo durante la pandemia. Ahora la producción académica se limita a investigadores especializados o personas con interés ocasional en el tema.

Los estudios sobre Twitch no tiene un grupo de autores referentes que surgieron con el fenómeno, más bien sus referentes provienen del campo de videojuegos, fueron ellos quienes tomaron este fenómeno y se posicionaron. Esto indica que el elemento que moviliza el campo de estudio son los videojuegos, quedando rezagado la plataforma.

Twitch no solo es un espacio de entretenimiento, sino también un ecosistema complejo donde las relaciones entre *streamers* y espectadores, así como las motivaciones y comportamientos de ambos, juegan un papel crucial en la configuración de la experiencia del usuario y del posicionamiento de la plataforma.

La evolución de los estudios en Twitch en el mundo de los videojuegos revela cómo los medios digitales están modificando la cultura del entretenimiento en línea, conectando a las personas y permitiendo nuevas experiencias para el entretenimiento y el consumo, evidenciando a su vez aciertos y retos latentes.

De cara al futuro es fundamental considerar la dirección hacia la cual se dirige la plataforma. La paulatina integración de la inteligencia artificial, el mayor acceso a herramientas de realidad aumentada o realidad virtual junto con la creciente influencia de la cultura asiática en el consumo latino donde el *streaming* en vivo es una práctica predominante en los jóvenes; plantea interrogantes sobre las fronteras posibles en el entretenimiento en línea.

La aparición de nuevas plataformas como Xcloud y Amazon Luna ha creado una competencia dinámica en el mercado, lo que sugiere un panorama en constante cambio para el streaming de videojuegos y el contenido en vivo en general. En este contexto, es necesario ser conscientes de estas tendencias emergentes para promover desde nuestras posiciones la promoción de un entorno digital inclusivo, diverso y seguro para todos los participantes. Dentro de las limitaciones del trabajo se encuentra la exclusiva incorporación de la base de datos Scopus para la obtención de los artículos que conformaron el corpus, excluyendo otras bases de amplia gama.

La exploración bibliográfica realizada revela varios temas posibles de observar dentro de la dinámica de Twitch. Entre estos, están reconocer si los cambios en la plataforma son impulsados por los intereses de la propia plataforma o por el comportamiento de la audiencia. Además, se busca identificar las representaciones simbólicas de los emojis creados por las comunidades para interactuar en el chat; el paulatino posicionamiento de mujeres mayores y *Vtuber* como productores en Twitch; la evolución del espacio de interacción desde un enfoque informativo hacia uno más centrado en el espectáculo; la respuesta de la plataforma ante las modalidades de acoso entre *streamers* y su consecuente reacción de las comunidades seguidoras ante estos incidente; el desgaste de *streamers* y espectadores para mantener y disfrutar de un mismo estilo de contenido en una exposición persistente en vivo; entre otros.

Esta revisión de la literatura refleja evidentes desigualdades sociales en el campo de la ciencia. Al igual que el ámbito de los videojuegos se mantiene la supremacía de autores asiáticos, estadounidenses e ingleses. Los textos en su totalidad son en idioma inglés, y los referentes en el campo son varones de las áreas de tecnologías. Resulta poco menos que difícil identificar a mujeres y académicos latinos que escriben sobre el fenómeno y quienes lo hacen pertenecen principalmente al campo de la comunicación con una leve tendencia a investigar con datos más modestos o de contextos específicos.

El escenario en la investigación académica sobre esta temática ha tendido a centrarse en contextos predominantemente angloparlantes, dejando de lado las realidades culturales y lingüísticas de América Latina, a pesar del alto número de productores y consumidores latinos en Twitch. Desde la perspectiva de la Media Ecology resulta una oportunidad realizar y divulgar estudios que den cuenta de otras realidades hasta ahora ausentes en los corpus de estudio y las bases de las revistas internacionales de alto impacto, lo que contribuye a la diversidad y a la equidad en la investigación sobre los medios digitales y sobre la cultura en línea.

Referencias

- Anderson, S. (2017). Watching people is not a game: Interactive online corporeality, Twitch. tv and videogame streams. *Game Studies*, 17(1), 1- 16. <https://gamestudies.org/1701/articles/anderson>
- Cabeza, L., Muñoz, G. & Santos, L. (2021). Video game streaming in young people and teenagers: Uptake, user groups, dangers, and opportunities. *Healthcare*, 9 (2), 192. MDPI. <https://10.3390/healthcare9020192>
- Cabeza-Ramírez, L., Fuentes-García, F., & Muñoz-Fernández, G. (2021). Exploring the emerging domain of research on video game live streaming in web of science: State of the art, changes and trends. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(6), 2917. <https://doi.org/10.3390/ijerph18062917>
- Cabezas, L., Sánchez, S. & Fuentes, F. (2020). Motivations for the use of video game streaming platforms: The moderating effect of sex, age and self-perception of level as a player. *International journal of environmental research and public health*, 17(19), 7019. <https://10.3390/ijerph17197019>
- Carter, M. & Egliston, B. (2021). The work of watching Twitch: Audience labor in livestreaming and esports. *Journal of Gaming & Virtual Worlds*, 13(1), 3-20. https://10.1386/JGVW_00025_1
- Chae, S. & Lee, S. (2022). Sharing emotion while spectating video game play: Exploring Twitch users' emotional change after the outbreak of the COVID-19 pandemic. *Computers in human behavior*, 131, 107211. <https://10.1016/j.chb.2022.107211>
- Chen, C. & Chang, S. (2019). Moderating effects of information-oriented versus escapism-oriented motivations on the relationship between psychological well-being and problematic use of video game live-streaming services. *Journal of behavioral addictions*, 8(3), 564-573. <https://10.1556/2006.8.2019.34>
- Chen, W., Chen, L. & Pan, Y. (2021). A text mining-based framework to discover the important factors in text reviews for predicting the views of live streaming. *Applied Soft Computing*, 111, 107704. <https://10.1016/j.asoc.2021.107704>
- Churchill, B. & Xu, W. (2016). The modern nation: A first study on Twitch. TV social structure and player/game relationships. In *IEEE international conferences on big data and cloud computing, social computing and networking, sustainable computing and communications* (pp. 223-228). IEEE. <https://10.1109/BDCloud-SocialCom-SustainCom.2016.43>

- Coavoux, S. & Roques, N. (2020). Une profession de l'authenticité: Le régime de proximité des intermédiaires du jeu vidéo sur Twitch et YouTube 1. *Réseaux*, (6), 169-196. <https://10.3917/res.224.0169>
- Consalvo, M., Boudreau, K., Bowman, N. & Phelps, A. (2023). Fame! I wanna stream forever: Analysis and critique of successful streamers' advice to the next generation. In T. X. Bui (Ed.), *Proceedings of the 56th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, HICSS 2023* (pp. 2326-2335). IEEE Computer Society.
- Cullen, A. & Kairam, S. (2022). Practicing moderation: Community moderation as reflective practice. *Proceedings of the ACM on Human-computer Interaction*, 6(CSCW1), 1-32. <https://10.1145/3512958>
- Gandhi, R., Cook, C., LaMastra, N., Uttarapong, J., & Wohn, D. (2021). An exploration of mental health discussions in live streaming gaming communities. *Frontiers in psychology*, 12, 575653. <https://10.3389/fpsyg.2021.575653>
- Gandolfi, E. (2016). To watch or to play, it is in the game: The game culture on Twitch. tv among performers, plays and audiences. *Journal of gaming & virtual worlds*, 8(1), 63-82. https://10.1386/jgvw.8.1.63_1
- Gandolfi, E. (2018). Enjoying death among gamers, viewers, and users: A network visualization of Dark Souls 3's trends on Twitch. tv and Steam platforms. *Information Visualization*, 17(3), 218-238. <https://10.1177/1473871617717075>
- Gandolfi, E. & Ferdig, R. (2022). Sharing dark sides on game service platforms: Disruptive behaviors and toxicity in DOTA2 through a platform lens. *Convergence*, 28(2), 468-487. <https://10.1177/13548565211028809>
- Garvey, K. (2023). Reimagining "True Gamers" via Twitch Platform Tool. In Bui (Ed.), *Proceedings of the 56th Annual Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 2336). HICSS.
- Gros, D., Hackenholt, A., Zawadzki, P., & Wanner, B. (2018). Interactions of Twitch users and their usage behavior. In *Social Computing and Social Media. Technologies and Analytics: 10th International Conference, SCSM, Part II 10* (pp. 201-213). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-91485-5_15
- Gutiérrez, J. y 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), 159-175. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i50.11>
- Houssard, A., Pilati, F., Tartari, M., Sacco, P. & Gallotti, R. (2023). Monetization in online streaming platforms: an exploration of inequalities in Twitch. tv. *Scientific Reports*, 13(1), 1103. <https://10.1038/s41598-022-26727-5>
- Jenkins, H. (2009). *Fans, bloggers y videojuegos: la cultura de la colaboración* (Vol. 180). Grupo Planeta (GBS).
- Jodén, H. & Strandell, J. (2022). Building viewer engagement through interaction rituals on Twitch. tv. *Information, Communication & Society*, 25(13), 1969-1986. <https://10.1080/1369118X.2021.1913211>
- Johnson, M. (2021). Behind the streams: The off-camera labor of game live streaming. *Games and Culture*, 16(8), 1001-1020. <https://10.1177/15554120211005239>
- Johnson, M. (2022). Humor and comedy in digital game live streaming. *New Media & Society*, 4. <https://10.1177/14614448221095160>

- Johnson, M. & Jackson, N. (2022). Twitch, Fish, Pokémon and Plumbers: Game live streaming by nonhuman actors. *Convergence*, 28(2), 431-450. <https://10.1177/13548565221074804>
- Johnson, M. & Woodcock, J. (2019a). The impacts of live streaming and Twitch. tv on the video game industry. *Media, Culture & Society*, 41(5), 670-688. <https://10.1177/0163443718818363>
- Johnson, M. & Woodcock, J. (2019b). 'It's like the gold rush': the lives and careers of professional video game streamers on Twitch. tv. *Information, Communication & Society*, 22(3), 336-351. <https://10.1080/1369118X.2017.1386229>
- Kim, H. & Kim, M. (2023). Viewership motivations of live game streaming via over-the-top apps: measurement scale development and validation. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39(10), 2102-2114. <https://10.1080/10447318.2022.2074644>
- Kim, J., Wohn, D. & Cha, M. (2022). Understanding and identifying the use of emotes in toxic chat on Twitch. *Online Social Networks and Media*, 27, 100180. <https://10.1016/j.osnem.2021.100180>
- Koay, K., Teoh, J., & Cheung, M. (2023). Understanding factors influencing viewers' intention to watch video game live streaming on Twitch: Combined use of PLS-SEM and NCA. *First Monday*, 28(5). <https://10.5210/fm.v28i5.12644>
- Kowert, R. & Daniel, E. (2021). The one-and-a-half sided parasocial relationship: The curious case of live streaming. *Computers in human behavior reports*, 4. <https://10.1016/j.chbr.2021.100150>
- Li, Y., Kou, Y., Lee, J. & Kobsa, A. (2018). Tell me before you stream me: Managing information disclosure in video game live streaming. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 2(CSCW), 1-18. <https://10.1145/3274376>
- Li, Y., Wang, C. & Liu, J. (2020). A systematic review of literature on user behavior in video game live streaming. *International journal of environmental research and public health*, 17(9), 3328. <https://10.3390/ijerph17093328>
- Mancini, M., Cherubino, P., Cartocci, G., Martinez, A., Di Flumeri, G., Petruzzellis, L., & Babiloni, F. (2022). Esports and Visual Attention: Evaluating In-Game Advertising through Eye-Tracking during the Game Viewing Experience. *Brain Sciences*, 12(10), 1345. <https://10.3390/brainsci12101345>
- Matsui, A., Sapienza, A. & Ferrara, E. (2020). Does streaming esports affect players' behavior and performance? *Games and Culture*, 15(1), 9-31. <https://10.1177/1555412019838095>
- Mihailova, T. (2022). Navigating ambiguous negativity: A case study of Twitch. tv live chats. *New Media & Society*, 24(8), 1830-1851. <https://10.1177/1461444820978999>
- Montardo, S., Fragoso, S., Cruz, M. & Paz, S. (2017). Consumo digital como performance sociotécnica: Análise dos usos da plataforma de streaming de games Twitch. *Comunicação, mídia e consumo*, 14(40), 46-69. <https://10.18568/cmc.v14i40.1301>
- Nematzadeh, A., Ciampaglia, G., Ahn, Y. & Flammini, A. (2019). Information overload in group communication: From conversation to cacophony in the twitch chat. *Royal Society open science*, 6(10). <https://10.1098/rsos.191412>
- Obreja, D. (2021). Toward a multidimensional streaming: A thematic case study of two Twitch channels. *New media & society*, 25(6), 1354-1373. <https://10.1177/14614448211020692>

- Olivares, F. & Majuelos, I. (2022). Journalists and communicators on Twitch: media beyond social networks. *Analisi*, pp.45-61. <https://10.5565/REV/ANALISI.3473>
- Payne, K. Keith, M. Schuetzler, R. & Giboney, J. (2017). Examining the learning effects of live streaming video game instruction over Twitch. *Computers in Human Behavior*, 77, 95-109. <https://10.1016/j.chb.2017.08.029>
- Persaud, C. & Perks, M. (2022). Beauty From the Waist Up: Twitch Drag, Digital Labor, and Queer Mediated Liveness. *Television & New Media*, 23(5), 475-486. <https://10.1177/15274764221080912>
- Pollack, C., Gilbert, D., Emond, J., Eschholz, A., Evans, K., Boyland, E. & Masterson, T. (2021). Twitch user perceptions, attitudes and behaviors in relation to food and beverage marketing on Twitch compared with YouTube. *Journal of nutritional science*, 10, e32. <https://10.1017/jns.2021.22>
- Pollack, C., Kim, J., Emond, J., Brand, J., Gilbert, D. & Masterson, T. (2020). Prevalence and strategies of energy drink, soda, processed snack, candy and restaurant product marketing on the online streaming platform Twitch. *Public Health Nutrition*, 23(15), 2793-2803. <https://10.1017/S1368980020002128>
- Poveda, M. (2022). Las narrativas periodísticas de la plataforma twitch en medios de comunicación. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture*, 10(3), 1-8. <https://10.37467/REVVISUAL.V9.3608>
- Qian, T. (2022). Watching sports on Twitch? A study of factors influencing continuance intentions to watch Thursday Night Football co-streaming. *Sport Management Review*, 25(1), 59-80. <https://10.1080/14413523.2021.1930700>
- Rodríguez, S. & Cercato, M. (2020). Consumos juveniles durante el ASPO: análisis de usos y prácticas dentro de la plataforma Twitch. *Actas de Periodismo y Comunicación Social*, 6. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/124122>
- Ruvalcaba, O., Shulze, J., Kim, A., Berzenski, S. & Otten, M. (2018). Women's experiences in eSports: Gendered differences in peer and spectator feedback during competitive video game play. *Journal of Sport and Social Issues*, 42(4), 295-311. <https://10.1177/0193723518773287>
- Scolari, C. (2012). Media ecology: Exploring the metaphor to expand the theory. *Communication theory*, 22(2), pp. 204-225. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2012.01404.x>
- Sheng, J. & Kairam, S. (2020). From virtual strangers to irl friends: relationship development in livestreaming communities on twitch. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4(CSCW2), pp. 1-34. <https://10.1145/3415165>
- Sjöblom, M. & Hamari, J. (2017). Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users. *Computers in human behavior*, 75, pp. 985-996. <https://10.1016/j.chb.2016.10.019>
- Sjöblom, M., Törhönen, M., Hamari, J. & Macey, J. (2019). The ingredients of Twitch streaming: Affordances of game streams. *Computers in Human Behavior*, pp. 92, 20-28. <https://10.1016/j.chb.2018.10.012>
- Speed, A., Burnett, A. & Robinson II, T. (2023). Beyond the Game: Understanding why people enjoy viewing Twitch. *Entertainment Computing*, 45, 100545. <https://10.1016/j.entcom.2022.100545>

- Thach, H., Mayworm, S., Delmonaco, D. & Haimson, O. (2022). (In) visible moderation: A digital ethnography of marginalized users and content moderation on Twitch and Reddit. *New media & society*, 5. <https://10.1177/14614448221109804>
- Thambusamy, R. & Church, E. (2023). "Nerds of a Feather": Homophilic Drivers of Worldwide Video Game Viewership on Twitch. *Journal of Global Information Technology Management*, 26(3), pp. 197-223. <https://10.1080/1097198X.2023.2235231>
- Törhönen, M., Sjöblom, M., Hassan, L. & Hamari, J. (2020). Fame and fortune, or just fun? A study on why people create content on video platforms. *Internet Research*, 30(1), 165-190. <https://10.1108/INTR-06-2018-0270>
- Twitch Tracker (14 de junio de 2023). *Twitch statistics & charts*. <https://twitchtracker.com/statistics>
- Watanabe, N., Xue, H., Newman, J. & Yan, G. (2022). The attention economy and esports: An econometric analysis of Twitch viewership. *Journal of Sport Management*, 36(2), 145-158. <https://10.1123/jsm.2020-0383>
- Wolff, G. & Shen, C. (2022). Audience size, moderator activity, gender, and content diversity: Exploring user participation and financial commitment on Twitch. tv. *New media & society*, 26(2). <https://10.1177/14614448211069996>
- Woodcock, J. & Johnson, M. (2019). The affective labor and performance of live streaming on Twitch. tv. *Television & New Media*, 20(8), pp. 813-823. <https://10.1177/1527476419851077>
- Wulf, T., Schneider, F. & Beckert, S. (2020). Watching players: An exploration of media enjoyment on Twitch. *Games and culture*, 15(3), 328-346. <https://10.1177/1555412018788161>
- Wulf, T., Schneider, F. & Queck, J. (2021). Exploring viewers' experiences of parasocial interactions with videogame streamers on twitch. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(10), 648-653. <https://10.1089/cyber.2020.0546>
- Youngblood, J. (2022). A Labor of (Queer) Love: Maintaining "Cozy Wholesomeness" on Twitch During COVID-19 and Beyond. *Television & New Media*, 23(5), 531-541. <https://10.1177/15274764221080966>
- Zhao, K., Hu, Y., Hong, Y. & Westland, J. (2021). Understanding characteristics of popular streamers on live streaming platforms: Evidence from Twitch. tv. *Journal of the Association for Information Systems, Forthcoming*. <https://10.17705/1jais.00689>

Este artículo es de acceso abierto. Los usuarios pueden leer, descargar, distribuir, imprimir y enlazar al texto completo, siempre y cuando sea sin fines de lucro y se cite la fuente.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO:

Navarrete Vega, M. A. (2024). Análisis bibliométrico de la producción científica sobre streaming de videojuegos en Twitch. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 14(27). <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a14n27.861>

* Mabel Andrea Navarrete Vega es Profesora-Investigadora de la Facultad de Trabajo Social de la Universidad de Colima, México. Es Doctora en Innovación en Tecnología Educativa por la Universidad Autónoma de Querétaro y se encuentra adscrita al Centro Universitario de Investigaciones Sociales de la Universidad de Colima, donde ha desarrollado proyectos de inclusión digital a nivel local y nacional vinculados a la línea de conocimiento tecnologías de información y comunicación para el desarrollo.

¹ *Field-Weighted Citation Impact* es un valor numérico, donde el superior a 1,0 refleja que el documento está más citado de lo esperado según el promedio.