

Gaming Y Streaming: Simbiosis Cultural En Las Industrias Digitales Contemporáneas

Cristian Daniel Torres Osuna^{1(*)}; Alfonso Aramis Franco²

1Profesor e Investigador de Tiempo Completo Titular “C” en la Facultad de Ciencias Sociales de Mazatlán de la Universidad Autónoma de Sinaloa

2Profesor de la facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Sinaloa

Resumen: El presente artículo analiza la relación simbiótica entre el videojuego y las plataformas de streaming online como un fenómeno central en la configuración de las industrias culturales digitales contemporáneas. A partir de un enfoque cualitativo sustentado en la etnografía digital, se examina cómo el streaming ha dejado de ser un canal secundario de difusión para convertirse en un dispositivo clave de captación de usuarios, producción de sentido y articulación económica dentro del ecosistema del gaming. Asimismo, se analizan los modelos de negocio emergentes y las dinámicas algorítmicas que condicionan la experiencia del videojuego en entornos digitales. Desde una perspectiva crítica, el artículo dialoga con la teoría de las industrias culturales y la economía política de la comunicación para comprender las tensiones entre mercantilización, creatividad y participación de los usuarios. Se concluye que la simbiosis entre videojuego y streaming redefine el acto de jugar, transformándolo en una experiencia cultural compartida que articula entretenimiento, trabajo digital y construcción de comunidades en el capitalismo contemporáneo.

Palabras clave: videojuego, streaming, industrias culturales, economía digital, etnografía digital, cultura gamer.

Recibido: 26 de marzo de 2026. Aceptado: 10 de junio de 2026

Received: March 26th, 2026. Accepted: June 10th, 2026

Gaming and Streaming: Cultural Symbiosis in Contemporary Digital Industries

Abstract: This article analyzes the symbiotic relationship between video games and online streaming platforms as a central phenomenon in the configuration of contemporary digital cultural industries. Using a qualitative approach supported by digital ethnography, we examine how streaming has ceased to be a secondary dissemination channel and has become a key device for attracting users, producing meaning and economic articulation within the gaming ecosystem. Likewise, the emerging business models and algorithmic dynamics that determine the video game experience in digital environments are analyzed. From a critical perspective, the article dialogues with the theory of cultural industries and the political economy of communication to understand the tensions between commercialization, creativity and user participation. It is concluded that the symbiosis between video games and streaming redefines the act of playing, transforming it into a shared cultural experience that articulates entertainment, digital work and community building in contemporary capitalism.

Keywords: video game, streaming, cultural industries, digital economy, digital ethnography, gamer culture.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el videojuego y el streaming han dejado de ser expresiones aisladas del ocio digital para convertirse en una forma compleja de producción cultural. Ambos configuran un ecosistema simbiótico donde se entrelazan la creatividad, la economía y la comunicación. La tesis central de esta reflexión sostiene que la unión entre la industria del videojuego y las plataformas de streaming no solo redefine el consumo mediático, sino que produce nuevas formas de sociabilidad, identidad y trabajo dentro del capitalismo digital (Durkheim, 2007).

El crecimiento de plataformas como Twitch, YouTube Gaming o Netflix evidencia una reconfiguración cultural sin precedentes. En ellas, los jugadores y espectadores interactúan en un flujo continuo de producción simbólica. Fenómenos como *The Last of Us* o *Arcane* muestran cómo las narrativas transmedia multiplican la experiencia cultural al conectar lo audiovisual con lo participativo (Scolari, 2014). Estos datos empíricos permiten observar que la industria del videojuego, al operar junto al streaming, genera comunidades digitales donde se difuminan las fronteras entre espectador y creador, entre entretenimiento y producción.

El razonamiento detrás de este planteamiento se apoya en la noción de industria cultural formulada por Adorno y Horkheimer (1974), quienes advirtieron que el entretenimiento puede funcionar como un mecanismo de control simbólico. Sin embargo, en la era digital, el usuario se convierte también en productor: un *prosumidor* cuya actividad genera valor económico y cultural. Desde la perspectiva de Canclini (1977) y

Bustamante (2000), este fenómeno se entiende como una industria cultural híbrida, donde el capital y la creatividad coexisten bajo nuevas formas de hegemonía mediática.

El aporte de Althusser (Ritzer, 1997) ayuda a comprender cómo el videojuego y el streaming operan como aparatos ideológicos que naturalizan valores y estructuras de poder mediante la diversión.

No obstante, también abren espacios de resistencia simbólica: comunidades que se apropian del juego para crear significados propios, desafiando los discursos dominantes. En esta tensión entre control y creación, la cultura digital se revela como un campo de disputa, donde cada interacción encierra una negociación entre autonomía y mercantilización.

Se podría objetar que el videojuego es una práctica de ocio sin incidencia real en la cultura o que su consumo es puramente lúdico o comercial. Sin embargo, los estudios de campo y los análisis de comunidades digitales demuestran que el videojuego configura espacios de identidad, creatividad y relación social (Corona, 2018), y que su presencia en el streaming amplifica la producción simbólica, convirtiéndolo en un fenómeno social relevante para las ciencias sociales.

La relación entre videojuegos y streaming ilustra la complejidad del presente cultural. Más que un entretenimiento, conforman un laboratorio social donde se experimentan las nuevas formas de relación, producción y sentido. Comprender esta simbiosis es comprender la manera en que el capitalismo digital reconfigura la cultura y la subjetividad, pero también reconocer

que, incluso dentro del sistema, persisten espacios para la creación, la reflexión y la resistencia crítica.

2. METODOLOGIA

Enfoque metodológico: la etnografía digital como estrategia de análisis del streaming gaming

La investigación se sustenta en un enfoque cualitativo que privilegia la comprensión de los procesos sociales, culturales y simbólicos que atraviesan a la industria del videojuego en su articulación con las plataformas de streaming online. Más que medir impactos cuantificables, el interés metodológico se centra en interpretar cómo el streaming opera como un espacio de socialización, producción de sentido y captación de nuevos usuarios dentro del ecosistema del gaming contemporáneo. En este marco, la etnografía digital (Hammersley y Arkinson, 2019) se consolida como la estrategia metodológica más pertinente para observar dichas dinámicas en su contexto natural de desarrollo.

La etnografía digital permite aproximarse a las prácticas cotidianas de los usuarios, streamers y comunidades que interactúan en plataformas como Netflix, Amazon Prime Video, HBOMax, Disney+, entre otras, reconociendo estos espacios no solo como canales de difusión de contenido, sino como territorios culturales de donde fluyen diversas experiencias visuales que serán compartidas por los espectadores en otros medios sociales online. Desde esta perspectiva, el streaming es entendido como una experiencia social en la que la interacción en tiempo real, el lenguaje compartido y las dinámicas de participación juegan un papel central en la incorporación de nuevos jugadores y espectadores al

universo del videojuego y producciones derivadas del Gaming (películas y series).

El trabajo metodológico se apoya en técnicas propias de la etnografía digital, como la observación participante y no participante, el registro sistemático mediante diarios de campo y el uso de listas de cotejo (Guber, 2001) que permiten identificar patrones recurrentes de interacción, estrategias de captación y formas de mediación entre industria, creadores de contenido y audiencias. Estas herramientas posibilitan una lectura profunda de los procesos simbólicos que acompañan al streaming, evitando una mirada reduccionista centrada únicamente en indicadores técnicos o económicos.

Esta aproximación metodológica reconoce que la captación de nuevos usuarios en la industria del gaming no puede explicarse únicamente desde lógicas de mercado, sino que requiere comprender los entramados culturales y comunicativos que se despliegan en el streaming. La etnografía digital, en este sentido, se presenta como una vía fundamental para interpretar el papel del streaming como espacio de encuentro, legitimación y expansión del videojuego en el escenario digital contemporáneo.

Plataformas de streaming y modelos de negocio

En un escenario mediático hipercompetitivo definido en luchas por la atención del usuario, las plataformas de streaming están implementando estrategias duales para asegurar su dominio. Un análisis comparativo revela una marcada diferenciación estratégica: Netflix y Amazon Prime Video apuestan por sistemas algorítmicos altamente dinámicos y personalizados. En contraste, Disney+ y HBO Max, de desarrollo

algorítmico más reciente, confían más en la fortaleza de sus marcas y en una percepción de calidad curada (Mondría, 2022).

Por un lado, expanden sus ofertas de contenido a través de la convergencia de medios, como demuestra la incursión de Netflix en el sector de los videojuegos. Esta iniciativa, asegura Matt Craig (2025), lanzada en noviembre de 2021, no busca establecer una nueva fuente de ingresos principal, sino reforzar el valor de la suscripción, aumentar la retención de usuarios y recopilar valiosos conjuntos de datos sobre nuevas formas de interacción. La oferta inicial se centra en entretenimiento "liviano" y casual, aunque ya se vislumbran futuras aplicaciones en narrativas transmedia y promoción de propiedades intelectuales existentes.

La incursión de Netflix en el sector de los videojuegos no puede entenderse como un movimiento aislado ni improvisado, sino como una extensión lógica de su modelo de plataforma y de su lectura estratégica del ecosistema digital contemporáneo (Craig, 2025). Tras consolidarse como actor dominante en el video bajo demanda, la empresa identifica en el videojuego no solo un nuevo producto cultural, sino un dispositivo clave para sostener la atención, el engagement y la permanencia de sus usuarios dentro de un entorno saturado de ofertas audiovisuales.

Este viraje resulta especialmente significativo si se observa el abandono progresivo de proyectos AAA en favor de experiencias lúdicas más accesibles, integradas a la vida cotidiana del usuario y diseñadas para coexistir con el consumo audiovisual tradicional (Craig, 2025). En este sentido, Netflix no busca competir frontalmente con consolas o tiendas

digitales especializadas —Playstation, Xbox, Nintendo, cada una con su respectiva suscripción o game pass donde mes tras mes actualizan catálogo y “regalan” videojuegos—, sino redefinir el lugar del videojuego como contenido complementario dentro de un ecosistema cerrado, donde el televisor se convierte en consola y el teléfono móvil en extensión interactiva. Tal lógica refuerza la idea del videojuego como parte de una estrategia de captación y retención de usuarios más amplia, mediada por las plataformas de streaming.

La ausencia de microtransacciones y publicidad directa no responde a un gesto altruista, sino a una racionalidad económica distinta: el videojuego opera como un mecanismo de fidelización simbólica y narrativa. Al integrarse con franquicias transmedia, Netflix convierte el acto de jugar en una prolongación de la experiencia de ver, reforzando el vínculo emocional con sus propiedades intelectuales y consolidando una economía de la atención profundamente integrada.

Simbiosis entre Videojuegos y Plataformas de Streaming Online

En el ecosistema mediático contemporáneo, los videojuegos han dejado de ser simples productos de ocio para convertirse en un punto de convergencia entre industrias culturales, tecnológicas y simbólicas. Este fenómeno, que articula el universo del gaming con el cine y las plataformas de streaming, representa una nueva fase de la cultura digital global. Entender esta transformación implica mirar más allá del entretenimiento y observar la red de relaciones económicas, sociales y culturales que sostienen esta simbiosis.

El videojuego, como industria cultural, comparte con el cine la capacidad de construir narrativas, emociones y mundos posibles (Adorno y Horkheimer, 1974). Sin embargo, su singularidad radica en la interactividad: en el poder que otorga al usuario para transformar la historia. Las plataformas de streaming —tanto de *Home Streaming* como *Personal Streaming*— han encontrado en este rasgo un potencial inmenso para capturar audiencias. Netflix, Prime Video, HBO Max y Disney+ producen películas y series derivadas de videojuegos, mientras Twitch o YouTube transforman el acto de jugar en un espectáculo colectivo. En ambas direcciones, la cultura digital se retroalimenta.

La pospandemia acentuó este proceso de convergencia. El confinamiento global intensificó el consumo audiovisual y amplió las comunidades en línea. El videojuego, por su naturaleza interactiva, se convirtió en un espacio de encuentro y resistencia simbólica frente al aislamiento. En este contexto, el streaming actuó como el puente que conectó las prácticas de juego con las dinámicas de sociabilidad digital. Las categorías de *gamers*, *viewers* y *streamers* representan más que roles: configuran los sujetos contemporáneos de la cultura participativa.

El análisis de Gómez-García y Vicent-Ibáñez (2022) permite comprender la incursión de Netflix en el gaming como un proceso multietapa, coherente con la lógica de expansión de valor de su modelo de suscripción. Al integrar videojuegos sin monetización directa —jugables directo en el televisor del televidente convirtiéndolo en usuario del Gaming—, la plataforma los concibe como extensiones narrativas de su catálogo audiovisual, reforzando la experiencia transmedia y evitando la fragmentación del consumo.

Un aspecto relevante es la lectura del videojuego como fuente de datos. A diferencia del contenido lineal, la interacción lúdica produce información detallada sobre preferencias, comportamientos y formas de participación del usuario, convirtiendo al juego en un laboratorio privilegiado de observación cultural (Gómez-García y Vicent-Ibáñez, 2022). Esta dimensión conecta directamente con la importancia de la etnografía digital para comprender las prácticas de los usuarios en entornos de streaming.

La adquisición de estudios independientes refuerza, además, la consolidación de un músculo productivo propio, orientado a controlar no solo la distribución, sino también la creación de contenidos, cerrando el círculo de producción, consumo y análisis de datos.

El Mecanismo de Coadyuvación y Captación de Usuarios

La industria del videojuego *online* ha permitido el desarrollo comercial en las operaciones de las plataformas de *streaming*, lo que conlleva la gestión de nuevos mecanismos para la captación de usuarios. Existe una correlación muy estrecha entre el *streaming* y el comportamiento social y económico de los consumidores adeptos al mundo de los videojuegos. La industria cultural ha comenzado a priorizar la creación de contenido derivado de una fuente proveniente del *gaming*.

Este proceso es un método de captación de nuevos usuarios de plataformas de videojuego, aunado al uso comercial, social y económico que se realiza por medio de las plataformas de *streaming*. La dualidad y simbiosis de estas creaciones de uso exclusivo para las plataformas de

Home Streaming son un punto clave de observación.

Las empresas de *streaming* buscan generar interés en el usuario a través de producciones audiovisuales basadas en contenido proveniente del universo *gaming*. La hipótesis que subyace es que las compañías de videojuegos han comenzado a invertir en otro tipo de producciones audiovisuales para continuar acrecentando la comunidad de videojugadores, esta convergencia refuerza la idea de que el videojuego ha dejado de ser un producto periférico para convertirse en un eje articulador de estrategias transmedia y de modelos híbridos de consumo. El lanzamiento simultáneo de videojuegos AAA y series, concebidos como experiencias narrativas interconectadas, redefine las lógicas de captación de usuarios y profundiza la dependencia del público a ecosistemas cerrados.

El videojuego, en este contexto, deja de ser únicamente un espacio de ocio para convertirse en un territorio estratégico donde se disputa la lealtad del usuario y se reconfigura el sentido mismo de la propiedad cultural en la era de las plataformas.

3. LA MIGRACIÓN DE USUARIOS

La correlación se logra a través de la interacción de los usuarios, la cual está ligada a la oferta recreativa y lúdica existente en las plataformas de *streaming*. Las compañías de videojuegos generan mecanismos para provocar una migración natural entre las plataformas de *streaming* de índole social y las plataformas de *streaming* de índole audiovisual.

Este fenómeno opera en un doble sentido, creando una simbiosis de producción y entretenimiento lúdico:

1. Si un videojuego ha tenido éxito, la industria del cine y la televisión (y por extensión, las plataformas de *streaming*) procurará crear contenidos audiovisuales para los usuarios.
2. Si un usuario de dichas plataformas ha visto con agrado una producción fílmica o televisiva derivada del universo *gaming*, puede optar por querer jugar dicho videojuego en la consola de su preferencia.

Esta simbiosis no es fortuita, sino el resultado de una estrategia industrial y cultural. Las empresas comprendieron que la producción audiovisual derivada del universo gaming genera fidelización y consumo cruzado. Un ejemplo paradigmático es el de *The Last of Us*, cuya adaptación televisiva consolidó una audiencia híbrida de jugadores y espectadores. Casos como *Arcane*, *Cyberpunk: Edgerunners* o *Fallout* demuestran que las narrativas transmedia no solo amplían universos ficcionales, sino también mercados y comunidades. El éxito de la serie *Fallout* (Amazon Prime Video, 2024), que impulsó un aumento del 7500% en las ventas del videojuego original lanzado en 2015, ilustra esta circularidad económica y simbólica.

El caso de *Fallout* evidencia con claridad la potencia de la convergencia mediática en el contexto actual de las industrias culturales. A diferencia del modelo impulsado por Netflix, aquí no se trata de crear videojuegos desde la plataforma audiovisual, sino de reactivar universos

lúdicos preexistentes mediante adaptaciones seriales de alto impacto (Espinoza de los Montero, 2024). El incremento exponencial en las horas de visualización de los videojuegos de la franquicia tras el estreno de la serie demuestra que el streaming no solo distribuye contenidos, sino que reconfigura prácticas de consumo.

Las plataformas de streaming funcionan como nodos de circulación simbólica que influyen directamente en la economía del gaming. La serie no sustituye al videojuego, sino que lo resignifica, lo actualiza y lo devuelve al centro de la conversación cultural, activando tanto la nostalgia como la curiosidad de nuevos públicos.

La participación de streamers consolidados como amplificadores de este proceso revela además la dimensión social del consumo lúdico contemporáneo. El tránsito del espectador al jugador se ve mediado por figuras que operan como intermediarios culturales, legitimando el retorno a títulos antiguos y reforzando la lógica de comunidad que atraviesa las plataformas de streaming online.

Desde la Teoría Crítica, este fenómeno puede interpretarse como una extensión de la *industria cultural* formulada por Adorno y Horkheimer (1974). En la era digital, el entretenimiento continúa siendo un dispositivo de producción de sentido y control social. Sin embargo, el usuario actual, lejos de ser un receptor pasivo, actúa como prosumidor: produce, comenta y reinterpreta el contenido. Aquí emerge una tensión fundamental entre participación y capitalización. Las plataformas promueven la ilusión de libertad creativa, pero traducen cada interacción en datos, métricas y monetización.

A la luz del pensamiento de Gramsci y Althusser, podríamos afirmar que el ecosistema gamer opera como un nuevo aparato ideológico que articula hegemonía cultural a través de la diversión. Las narrativas de los videojuegos y las series basadas en ellos transmiten valores, identidades y visiones del mundo. En títulos como *Call of Duty*, *Assassin's Creed* o *GTA*, la estética del poder y la violencia se convierte en parte del consumo simbólico cotidiano. Sin embargo, también existen producciones que desafían esta lógica, proponiendo discursos alternativos y experiencias sensibles que interpelan al jugador desde lo ético y lo político.

La Lógica Transmedia y los Productos Derivados

La relación entre videojuego y cine ha evolucionado. En el pasado, las adaptaciones cinematográficas buscaban capitalizar el éxito de un título popular, aunque con resultados dispares. Hoy, la dirección del intercambio se ha invertido: el videojuego se ha convertido en la vanguardia cultural que inspira al cine. *Super Mario Bros: La película* (2023) no solo rompió récords de taquilla, sino que consolidó la idea de que el gaming es un lenguaje universal capaz de unir generaciones. Esta inversión de jerarquías marca el surgimiento de una nueva hegemonía cultural donde el videojuego lidera la narrativa audiovisual global.

En el plano metodológico, la etnografía digital permite observar estas transformaciones desde dentro. Las comunidades gamer y de streaming no son espacios abstractos: son escenarios de interacción simbólica, de afectos compartidos y de construcción de

identidad. Estudiarlas cualitativamente implica reconocer que las prácticas digitales producen significados, y que el juego —como decía Huizinga— sigue siendo una forma esencial de cultura. En Twitch, por ejemplo, el juego es conversación, performance y sociabilidad simultáneamente.

La lógica transmedia se define como una forma particular de relato que se expande a través de diferentes sistemas de significación (Scolari, 2014) lo verbal, lo icónico, lo audiovisual; fuentes necesarias para que el videojuego genere sinergia con el usuario y provoque esa cohesión necesaria para que la interactividad tenga efecto en la psique del usuario. A esto agregamos la transversalidad, pues las narrativas transmedia son, ante todo, esa posibilidad de usar múltiples medios y plataformas de comunicación, abarcando un amplio abanico (cine, cómic, televisión, libros, revistas y un largo etcétera) mediante el cual la persona puede interactuar con su personaje favorito.

La simbiosis entre videojuego, cine y streaming también redefine el trabajo. Lo lúdico se convierte en productividad, y la exposición personal —el *streaming*— se vuelve fuente de ingreso. Esta mutación del ocio en trabajo encarna el espíritu del capitalismo contemporáneo: un sistema que convierte el placer en rendimiento. Sin embargo, al mismo tiempo, ofrece espacios de creatividad y resistencia simbólica donde los sujetos negocian su lugar frente a la industria.

4. CONCLUSIONES

En conclusión, la convergencia entre videojuegos, cine y plataformas de streaming representa un laboratorio de la cultura digital actual. Su estudio permite comprender cómo las fronteras entre

productor y consumidor, entre ficción y realidad, entre ocio y trabajo, se diluyen en una red interconectada de significados. La industria del videojuego no solo entretiene: moldea subjetividades, economías y formas de vida. Al problematizar esta realidad, podemos vislumbrar no solo las lógicas de poder que la sostienen, sino también las oportunidades para pensar un nuevo horizonte crítico de la cultura digital.

La simbiosis entre el videojuego y las plataformas de streaming permite comprender con mayor claridad las transformaciones culturales que atraviesan al capitalismo digital contemporáneo. A lo largo de este trabajo se ha mostrado que el videojuego ya no puede ser pensado únicamente como una práctica de ocio, sino como un nodo central donde convergen industrias culturales, tecnologías de comunicación y formas emergentes de sociabilidad. El streaming, en este sentido, no opera solo como un canal de difusión, sino como un dispositivo activo de captación, fidelización y resignificación del consumo lúdico, capaz de articular narrativas, comunidades y economías en un mismo ecosistema simbólico.

Desde la perspectiva de la Teoría Crítica, esta convergencia evidencia la persistencia de las lógicas de la industria cultural señaladas por Adorno y Horkheimer, ahora actualizadas mediante algoritmos, métricas de interacción y modelos de negocio basados en la atención. Sin embargo, el análisis también permite matizar esta mirada: el usuario contemporáneo no es un receptor pasivo, sino un prosumidor que participa, interpreta y resignifica los contenidos. En la tensión entre control y creatividad, el videojuego y el streaming se configuran como espacios ambivalentes, donde

coexisten procesos de mercantilización intensiva y posibilidades de apropiación simbólica, comunidad y resistencia cultural.

Observar las prácticas, discursos e interacciones de los usuarios en plataformas de streaming permite comprender cómo se construyen identidades, afectos y vínculos sociales en torno al gaming. Más que medir impactos aislados, esta aproximación posibilita leer el videojuego como experiencia cultural situada, atravesada por relaciones de poder, dinámicas económicas y procesos de subjetivación. En este sentido, el estudio de la simbiosis entre videojuego y streaming no solo aporta al análisis de la cultura digital, sino que abre un horizonte crítico para pensar cómo, incluso dentro de los marcos del capitalismo contemporáneo, los sujetos negocian sentidos, construyen comunidad y producen nuevas formas de vida cultural.

5. REFERENCIAS

- BUSTAMANTE, E. (2000) Las industrias culturales y creativas. *Periférica Revista para el análisis de la cultura y el territorio*.
- CANCLINI, Néstor García (1977) Las culturas populares en la posmodernidad.
- CORONA Reyes, Sergio Antonio (2018) *Identidad-Agencia-Espacio: el videojuego desde los estudios culturales*. Editorial Fontamara.
- CRAIG, Matt. (2025, 25 de marzo). Así es el plan de Netflix para crecer en el rubro de videojuegos. *Forbes Argentina*. <https://www.forbesargentina.com/negocios/asi-plan-netflix-crecer-rubro-videojuegos-n69575>
- DURKHEIM, Émile (2007). *La división del trabajo social*. México: Colofón.
- ESPINOSA DE LOS MONTEROS, Rafael. (2024, 21 de abril). La serie de televisión de Fallout impulsa el interés en el streaming de sus videojuegos. *Esports Bureau*. <https://esportsbureau.com/la-serie-de-television-de-fallout-impulsa-el-interes-en-el-streaming-de-sus-videojuegos/>
- GÓMEZ-GARCÍA, Salvador y Vicent-Ibáñez, Mireya (2022). ¿A qué juega Netflix? La convergencia de contenidos a través de los videojuegos en su estrategia multietapa. *Revista de Comunicación*, 21(2), 115-134. <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A6>
- GUBER, Rosana (2001) *La etnografía, método, campo y reflexividad*. Grupo Editorial Norma.
- HAMMERSLEY, Martyn y Arkinson, Paul (2019) *Ethnography, principles in practice*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- HORKHEIMER, M. y Adorno, Theodor W., (1974) *La industria cultural en industria cultural y sociedad de masas*. Monte Ávila Editores. Madrid.
- MONDRÍA TEROL, T. (2022). Discoverability en plataformas de streaming: sistemas y algoritmos de recomendación de contenido audiovisual [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Carlos III de Madrid].
- RITZER, George (1997). *Teoría sociológica contemporánea*. México: McGraw Hill.
- SCOLARI, Carlos A. (2014) *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital*. Anuario AC/E de Cultura Digital.