

Título: Teatrix, la plataforma de teatro streaming desde la lógica de las industrias culturales

Autor: Motta, Leonardo Damian

Institución: Universidad Nacional de Misiones

Espacio de proyección y debate sobre narrativas audiovisuales

Resumen

El tema de investigación que abordará el presente trabajo es “Teatrix”, una plataforma digital argentina que ofrece contenido de obras de teatro nacional –principalmente- por medio de un servicio pago. La razón de su elección se debe a lo original de la propuesta en el mercado local de streaming y la escasez de trabajos académicos que aborden el análisis de servicios de teatro digital en las industrias culturales. Inclusive, Teatrix aborda una modalidad de servicio bastante reciente en Argentina que inició en el 2016 –año de lanzamiento de la plataforma-, el cual no tiene antecedente en el mercado de Latinoamérica. Por eso, este texto se aboca a analizar la plataforma en base a la teoría de las industrias culturales y describir las características de la misma teniendo en cuenta su proceso de tecnologización, como también su lugar en el mercado, trabajo creativo, relación con la competencia, y la afectación de los recursos humanos involucrados. Para ello se recurre a una metodología que se sustenta en análisis de un producto/servicio de las industrias culturales teniendo en cuenta un paradigma interpretativo por medio de una investigación del tipo exploratoria del servicio.

Palabras claves: industrias culturales – teatro digital – streaming – mercado

Teatrix, una entrada al teatro digital

El tema de investigación que abordará el presente trabajo es “Teatrix”, una plataforma digital argentina que ofrece contenido de obras de teatro nacional –principalmente- por medio de un servicio pago. La razón de su elección se debe a lo original de la propuesta en el mercado local de streaming y la escasez de trabajos académicos que aborden el análisis de servicios de teatro digital en las industrias culturales. Inclusive, Teatrix aborda una modalidad de servicio bastante reciente en Argentina que inició en el 2016 –año de lanzamiento de la plataforma-, el cual no tiene antecedente en el mercado de Latinoamérica.

En la misma línea del tema planteado, el objetivo de este texto es analizar la plataforma en base a la teoría de las industrias culturales y describir las características de la plataforma teniendo en cuenta su proceso de tecnologización, como también su lugar en el mercado, trabajo creativo, relación con la competencia, y la afectación de los recursos humanos involucrados.

La hipótesis que se propone a los efectos de esta instancia es que: “Teatrix retoma y adapta una expresión artística tradicional en un formato digital mediante un proceso de mercantilización, espacialización, estructuración y tecnologización que derivan en un cambio en su modo de consumo, el uso de tecnologías y cambio en las ritualidades con el público”.

En el contexto de las industrias culturales

En primer lugar, antes de avanzar con el texto, es primordial definir que es industrias culturales, a pesar que un concepto con un gran trasfondo de análisis y con aportes de diversos autores. A efectos prácticos, industrias culturales pueden entenderse, de acuerdo a Zallo (1988) como se cinto en Mastrini y Becerra (2006), como un conjunto de “actividades auxiliares industriales, productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social”.

Es más, ese conjunto ya mencionado no está alejado de un sistema de producción cultural que pueden considerarse dentro de las principales ramas de las industrias culturales que:

Son la editorial discontinua (que incluye la producción de libros, discos y filmes), la editorial continúa (la prensa gráfica) y el audiovisual continuo (la radio, la televisión abierta y la televisión de pago) [...] nos referiremos a industrias infocomunicacionales para denominar al conjunto integrado por las industrias culturales, las telecomunicaciones e Internet. (Mastrini y Becerra, 2006).

En ese marco, “todas las industrias se constituyen en un contexto cultural específico que determina la manera en que la gente piensa, siente y actúa en las organizaciones” (Bustamante, 2009, p.13). Especialmente “porque todas producen productos y servicios que poseen significados culturales y que no hablan por sí mismos en cuanto productos sino que continuamente requieren ser interpretados”. (Bustamante, 2009, p.13).

Esto nos lleva dar cuenta de lo que es la cultura tanto en su variante artesanal como industrial que tienen características singulares que:

...nacen de su exclusiva finalidad de comunicación simbólica, sin ninguna otra función utilitarista: no tiene, por ejemplo, estándares posibles de calidad que el precio no puede remediar; son bienes de “experiencia” que exigen una inversión individual de recursos escasos (tiempo y dinero); su consumo está ligado al “capital cultural” de cada persona y cada grupo social; precisa de banqueros “simbólicos” que actúan de intermediarios y, al mismo tiempo, ayudan a formar las normas de valoración (el habitus de Bourdieu); y, sobre todo, mantiene funciones esenciales que han hecho de esas actividades un protagonista absoluto en los procesos de desarrollo: construyen la identidad de una sociedad, la cimentan en consenso, la anclan en un territorio “social”, la proyectan en el tiempo hacia el futuro. (Bustamante, 2009, p.17).

Esta cultura se expresa mediante prácticas y diversos contenidos en forma de productos o servicios, como el caso de Teatrix que es una plataforma que brinda estos elementos. En el tiempo que vivimos en continua evolución digital los usuarios para su entretenimiento, trabajo, ocio pasan constantemente de una plataforma a otra en su consumo cultura. Sin embargo, al fin y al cabo ¿Qué es una plataforma? Básicamente, puede comprenderse como, más que un sistema complejo, como un conjunto de hardware y software que:

...se desarrollan, gestionan y distribuyen los contenidos, la interactividad y la conexión de diversos dispositivos a la red y es, asimismo, el punto de encuentro entre proveedores, usuarios e intermediarios de un servicio o bien. Una plataforma puede ser abierta o cerrada, de acuerdo a los controles de acceso y el carácter propietario de la misma. Pueden ser de diferente naturaleza: señales de TV o vídeo, proveedores de servicios de voz, aplicaciones de mensajería, publicidad y otros. Google, Netflix, Whatsapp, Facebook, Twitter, Youtube y Dropbox son algunos de los ejemplos. Estos se pueden utilizar a través del teléfono móvil, una tablet, un smart TV, una notebook/netbook o PC. (Becerra, y Rodríguez Miranda, 2021,p.6).

Aparte de ello es esencial precisar de qué hablamos cuando nos referíamos a teatro streaming, porque es necesario catalogarlo como:

El conjunto de contenidos difundidos de manera digital, vía plataformas audiovisuales, dentro de las modalidades expuestas, pero que reconocen en alguno de sus aspectos raíces probables de teatralidad, ha recibido el nombre genérico de teatro streaming, denominación que debe su origen más a la necesidad de otorgarle un nombre abarcativo que a un sustento técnico, ya que, como es sabido, streaming es el nombre del soporte técnico que propicia cualquier transmisión de cualquier contenido audiovisual por la vía de plataformas audiovisuales, y no solamente de teatro. (San Honorio y Sáez, s.f).

Ya planteado los lineamientos teóricos del marco, es necesario avanzar con los siguientes puntos.

Estrategia metodológica

Por otro lado, la metodología al que recurre este trabajo se sustenta en análisis de un producto/servicio de las industrias culturales teniendo en cuenta un paradigma interpretativo por medio de una investigación del tipo exploratoria

Análisis

Mercantilización, espacialización y estructuración

A todo esto debemos entrar de lleno a lo que es Teatrix, que de acuerdo a su propia definición es la primera plataforma en Argentina:

...para disfrutar obras de teatro online, a través de dispositivos conectados a internet. Invitamos a los amantes de las artes escénicas a acceder a un catálogo con más de 100 títulos de diferentes géneros que recorren el teatro argentino (su actualidad e historia), de Broadway y Brasil inclusive, a través de una accesible suscripción mensual. (Teatrix, sf).

Ante esta propia definición, aludiendo a conceptos de economía política relacionada con industrias culturales, se puede entrever un proceso de mercantilización y espacialización. El primero alude a un “proceso de transformar cosas valoradas por su uso en productos comercializables que son valorados por lo que de ellos se puede obtener en un intercambio” (Mosco, 2006, p.58). Es decir, la plataforma toma una una cosa, es este caso algo inmaterial como es una obra de teatro grabada, y lo pone a disposición de los usuarios como un producto que se puede acceder mediante el pago por el servicio streaming.

Si bien, se puede aventurar que aquí hay una doble transformación ya que las piezas teatrales, en caso de ser grabada con público presente, ya es un producto comercializado como un espectáculo en vivo.

En cuanto a la espacialización es “el proceso de trascender los límites del espacio geográfico a través de, principalmente, los medios masivos y las tecnologías de la comunicación” (Mosco, 2006, p.58). Teniendo en cuenta tal definición, Teatrix acorta las distancias al proveer espectáculos a quien haga uso de la plataforma, mientras la empresa toma sus datos de visualización para retroalimentar, supervisar, informar sobre su sistema de negocios para moverse en el mercado.

Con todo, todavía nos falta mencionar un proceso más, el de la estructuración que se define como “la forma de crear relaciones sociales, principalmente aquellas organizadas alrededor de la clase social, el género y la raza” (Mosco, 2006, p.58). En este aspecto, solo podemos aventurar, el acceso a esta plataforma depende y se ve influenciada por el nivel de ingreso y riqueza del usuario que pueda hacer pago de ella, inclusive que tenga la tecnología y la conexión para visualizarla.

En referencia a tales procesos, no viene mal traer a colación la noción en que la “economía de la cultura el concepto de hilera (filière) intenta dar cuenta transversalmente de actividades culturales que conectan la cultura clásica mercantilizada (desde las artes escénicas a las plásticas) con las industrias culturales” (Bustamante, 2009, p. 4).

Una obra teatral transmitida por servicio streaming o difundida por televisión no es algo ajeno a las industrias culturales. Inclusive puede darse “al igual la película que, vivificada por el guión-novela y la música-banda sonora atraviesa su prolongado windowing desde la sala al vídeo, a la pay per view, la pay TV, la televisión abierta, Internet..., no necesariamente por este orden” (Bustamante, 2009, p. 4).

La tecnologización de fondo

En otra arista analizar, más allá de la discusión si las obras de teatro “tradicionales” forman parte de las industrias culturales¹ debido que sus formas de creación, difusión y recepción son diferentes, la plataforma Teatrix ofrece productos de consumo cultural –artes escénicas o visuales- mediante un servicio de streaming que lo ofrece dentro un formato audiovisual de contenidos digitales. Es decir tiene un proceso de tecnologización de fondo, que traduce al lenguaje audiovisual una producción teatral.

Al respecto, Teatrix puede decirse –de modo debatible- que pertenece a la industria de contenidos digitales sobre artes visuales y escénicas, eso no implica que el arte se pierda en una simple grabación.

Y a pesar de discusiones en torno del teatro online, digital o streaming, al fin al cabo termina siendo un producto, un producto grabado o digitalizado, pero un producto en sí más de las industrias culturales, al respecto ya Mieke (1989) hablaba de:

Los grabados y lo que él llama “realisations audio-visuelles”, se produce casi únicamente con trabajo artesano, no es fácilmente reproducible, y requiere inyecciones relativamente bajas de capital. Ello soporta un sector artesanal dominado por pequeños negocios y posibilita el control generalizado del productor o el trabajo. (Mosco, 2006, p.64).

¿Pero qué trabajo creativo hay de fondo? Más allá de la puesta en escena que tiene un complejo proceso creativo de producción teatral (dirección, guion, musicalización, etc), Teatrix, en lo referentes a obras argentinas, graba esas presentaciones, las edita, y las pone a disposición del público que paga por el servicio de la plataforma, con un respectivo trabajo de marketing y difusión por sus redes sociales. Hay un proceso técnico de fondo –luces, cámaras, sonido- para registrar un “producto tradicional” que ya tiene un proceso artístico y técnico en su puesta en escena.

Las cuestiones del mercado

¿Cómo accede a estas obras Teatrix? Lo hace mediante acuerdos comerciales con los teatros y en caso de obras internacionales, como las de Broadway, fueron adquiridos mediante licencias con el servicio de streaming estadounidense Broadway HD.

Aparte de ello, según la asociación Argentores (s.f) para cualquier emisión de una obra teatral, realizada en Argentina, a través de streaming, se deberá contar con la debida y expresa autorización del autor a través de Argentores.

En relación a su estructura de mercado, con sus limitaciones e implicaciones, la creadora y CEO de la plataforma Mirta Romay declaró para *Infobae* que:

"Trabajamos con un modelo de negocios de sociedades. Sería imposible comprar los derechos porque el teatro es y será un nicho chico. De hecho, jamás vamos a ser una plataforma masiva como Netflix. Nos vemos como una boutique para gente a la que le gusta el teatro", resume Romay. Si bien muchos piensan que tener las obras online puede ir en contra del trabajo de los artistas y productores, ella asegura que su público no suele comprar tickets [...] Otras de las grandes ventajas de Teatrix es que

¹ Las compañías teatrales especialmente las grandes que se manejan como verdaderas empresas del entretenimiento, como las de las ciudades de Londres y New York, con sus grandes presupuestos, puestas en escena y uso de tecnologías pueden calificar como “industrias culturales”.

le da una segunda vida a todos esos títulos que bajan de cartelera y, de esta manera, pueden mantenerse vigentes y recaudando dinero". (*Infobae*, 2019).

Es decir, la plataforma da la posibilidad de acceder a las obras a quienes no pueden acceder de manera presencial a ellas por razones de distancia, además ofrece la posibilidad de visualizar aquellas que ya no están en producción.

Pero, en todo caso, si hablamos del negocio en sí de Teatrix hay que afirmar que:

El modelo de negocio que la sustentó en un comienzo y que la sigue sustentando a la fecha consiste en un arancel fijo, que permite acceso a todos los contenidos (obras) puestos a disposición, a la manera de las plataformas pioneras en contenidos audiovisuales para cine y series, como por ejemplo la insoslayable Netflix. (San Honorio y Sáez, s.f)

Además, para ser más específico ¿cuál sería el mercado donde opera? Teatrix opera dentro de las propuestas de servicios streaming como Netflix, Amazon Prime, etc pero enfocada específicamente en productos de origen teatral. Si bien las grandes plataformas, mencionadas previamente, ofrecen algunas producciones teatrales, pero solo son casos puntuales en sus catálogos. Básicamente, ofrecen stand ups y contadísimos musicales teatrales.

El mercado que consume el streaming teatral es reducido, si tenemos en cuenta las declaraciones de la CEO del producto analizado en *Infobae* (2019) comentó que su público es en "mayoría son personas del interior que no pueden ir a la calle Corrientes todos los fines de semana, gente grande que no sale, estudiantes de teatro, productores y los mismos actores", Aquí da cuenta que parte de los consumidores tienen cierta relación o bagaje cultural relacionado a la producción teatral.

Por otra parte, cabe mencionar que esta declaración fue hecha en el 2019, y no tiene en cuenta la suspensión de actividades artísticas que sujeto la Argentina durante las etapas de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) y el Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio (DISPO). El aumento de consumo de la plataforma se puede deber, posiblemente, a que parte del público que asistía a las funciones presenciales se haya volcado a Teatrix y que también haya captado público no concurrente al teatro por la novedad.

La competencia

¿Tiene competencia? En realidad, la plataforma opera, ya su mismo nombre da cuenta de ello, como el "Netflix" de las obras de teatro y de momento es la única en su tipo, en Argentina, que ofrece este tipo de oferta tan variada en alta calidad en el mercado.

Si bien los teatros porteños como Paseo La Plaza, Teatro Coliseo y el Teatro Nacional Cervantes ofrecen ciclos de obras para la red, algunos se pagan por eventos, estos están limitados a las obras que presentan en sus instalaciones, pero esto se debe a la actual situación pandémica que transita el planeta. Empero, alguno de estos teatros presentan algunas de sus obras completas de forma gratuita en Youtube.

Se puede mencionar que Netflix, como se ha dicho antes, ofrece algunas piezas teatrales –principalmente stand up- pero son productos que representan un pequeño porcentaje de su catálogo. Tal característica no representa una competencia para Teatrix, para ser un poco más específico, al menos no en contenidos de corte teatral. Y existen otras plataformas extranjeras de streaming teatral pagas como BroadwayHD o la mediateca española gratuita de obras teatrales como Teotrecra, pero sus servicios no están disponibles para la Argentina.

La afectación de los recursos humanos involucrados

Todos los aspectos previamente desarrollados nos llevan a preguntar ¿cuál es el precio del servicio? A noviembre de 2021 en su dirección web Teatrix (s.f) da cuenta de tres paquetes a elección de pago a pesos argentinos. El primero, uno mensual, de \$599, el segundo es de modalidad trimestral a \$1797 y por último, el semestral a \$2995. Cada una de las opciones tiene sus respectivas ofertas y modo de pago.

Otro interrogante es ¿cómo es el arreglo con los autores con estas nuevas tecnologías? De acuerdo a la Sociedad General de Autores de la Argentina (Argentores) establece aranceles según tipo de streaming, en el caso del modelo de transmisiones por plataformas, como el caso de Teatrix, que tiene suscriptores mensuales se recaudará por derechos de autor, hasta el 3% de cada abonado o suscriptor.

Sin embargo, existe el reconocimiento legal por reproducciones asincrónicas en la plataforma paga regalías a actores, compositores, directores y productores, en vistas de continuar manteniendo una cadena de valor de las artes escénicas.

Para ser más precisos, de acuerdo al Liponetzky (2020), Teatrix paga a Sociedad Argentina de Gestión de Actores Intérpretes (SAGAI), Argentores y La Sociedad Argentina de Autores y Compositores (SADAIC) el 2% de la ganancia de la plataforma tal como se indica en convenios para producción audiovisual.

Esto último es punto a destacar importante porque, como pasa con las nuevas formas de consumo digital al entrar en la escena comercial, todavía no existen medidas, leyes, normativas específicas que regulen el teatro online, digital, streaming, sobre todo por ser un “fenómeno” relativamente reciente que surgió prácticamente en 2016 con la aparición de Teatrix, aunque eso no quita que puede estar regulados como contenidos de producción audiovisual.

Conclusiones

Ante lo todo expuesto a lo largo de estas páginas es posible afirmar que los las expresiones artísticas tradicionales, en este caso el teatro, en su mercantilización están sujetos a los constantes cambios y procesos que repercuten en los modos de consumo y las tecnologías implicadas para tal consumo. Es algo que ha demostrado esta novedosa –mejor dicho, diferente- de ver teatro llamada Teatrix. Con la salvedad que las personas, en su mayoría, que consumen esta plataforma son un público bagaje cultural relacionado a la producción teatral. No obstante, eso no quita que el servicio no esté abierto a una “democratización” al acceso al teatro solo limitado por el pago de un arancel similar al de otras plataformas de contenidos digitales.

Si bien la “mística” o ritualidades que implica ver una función en vivo presencialmente se pierden en el streaming –o se viven de otra forma-, con todo lo que implica como pagar la entrada, la búsqueda de las butacas, las charlas pre obra, los silencios durante la trasmisión y los aplausos al cierre, etc. El contacto con escena con los interpretes no es la misma, algo que a los puristas de la escena teatral ya que consideran que es la esencia de una de las más antiguas expresiones del sexto arte.

Sin embargo, esa ritualidad se transforma con el uso de las plataformas en donde se puede ver una obra de forma asincrónica desde cualquier dispositivo desde cualquier lugar con conexión. Cabe señalar que hablar si el teatro online es o no teatro es algo amplio para desarrollar, el cual no fue el fin del presente trabajo, pero se puede dar cuenta que desde las posiciones más acérrimas no lo reconocen como industria cultural sino como simple “registro de teatro”. Esto demuestra, como lo ha manifestado la historia, que siempre entrarán en escena defensores y detractores entre el transcurrir del uso de nuevos y viejos formatos.

Si nos explayamos un poco más allá, es válido traer a colación una perspectiva que afirma que:

Si algo está claro en esta larga lista de reproducciones es que eso que se ve no es teatro. En todo caso, es un registro del teatro, de una función teatral, por lo tanto el soporte del registro y la plataforma (tevé, computadoras, celulares, entre más) son audiovisuales, un dato que parece obvio pero que, extrañamente, en medio de este afán de entretenimiento permanente para pasar el tiempo de aislamiento generó un gran interés, también, en un sector que no consume teatro a lo largo del año y que ve con muy buenos ojos esto del “teatro en casa”, desde todo punto de vista, un gran eufemismo. Porque el teatro sólo acontece en

vivo, independientemente de que se haga en una sala o en el living, la cocina, el patio, el baño, en la calle o donde sea.

(Passarini, 2020)

Es curioso señalar que el registro de teatro es algo que estuvo presente desde la aparición de mecanismos tecnológicos que permitían el hecho grabar una función, tanto en su variante audiovisual o radial. Sin ir más lejos, la primera transmisión radial de la historia se dio el 27 de agosto de 1920 en la Ciudad de Buenos Aires con una grabación en directo de Parsifal, un festival escénico sacro. Ante tal antecedente de características pioneras, que marcó un antes y un después la historia de los medios de comunicación como la cultura, no podemos evitar preguntarnos ¿acaso el teatro digital no es una nueva forma de “democratizar el acceso” así como fue la irrupción de la radio o la televisión a otras nuevas del consumo?

Así, en varios casos, la irrupción de una nueva/diferente forma de consumo en la historia de los medios de comunicación o de las industrias culturales no marco el fin de las viejas/tradicionales formas aunque no se puede negar que si afecta el nivel de su consumo. La fotografía no marco el fin de la pintura, el cine no provocó el fin del teatro, la televisión no marco el fin del cine, los diarios digitales no marcó el fin de las noticias en papel, la música grabada no marco el fin de los conciertos en vivo y así podemos dar varios ejemplos en el que todos estos elementos terminaron conviviendo o adaptándose al contexto.

Aunque hablar del “fin de algo” uno puede pecar de ser extremista o generalista sirve para plantear un panorama. Tampoco se puede decir que el teatro digital sea el futuro de este arte que existe desde los tiempos de la Antigua Grecia, eso solo el tiempo lo dirá porque ¿acaso esto no recuerda el fenómeno del radioteatro? Un producto cultural de gran consumo popular de mediados del siglo XX que entró en declive con la aparición de la televisión y que hoy tiene un nuevo resurgimiento con la irrupción de los podcast.

Igualmente, más allá de la polémicas, paralelismos o teorizaciones que se pueden hacer de los diferentes tipos de productos, una de las nuevas formas de consumir que se ha potenciado desde el inicio de la pandemia de Covid-19 es el teatro online. Especialmente, porque durante el 2020 los teatros pasaron un pleno proceso de reconversión de sus productos, a eso se suma un aumento del consumo de plataformas de streaming, entre ellas Teatrix en Argentina, hasta su modelo de negocios llevo a que el servicio tenga sus propias versiones en México y Paraguay, con los respectivos catálogos propios de esos países. Claramente, allí hay todo un nicho de consumo para seguir investigando.

Indistintamente, el streaming teatral, el servicio que ofrece Teatrix es una industria cultural muy reciente, en el que durante el 2020 ha tenido un incremento de suscriptores y proceso de readaptación de su base –las obras presenciales- que ofrece otro tipo de ritualidad que el teatro tradicional. Hasta cabe mencionar que hay ofertas en sus catálogos que fueron íntegramente grabadas en pandemia para ser directamente exhibidas en las plataformas, es decir obras de teatro que no fueron exhibidas al público y que ahora se pueden apreciar de forma digital.

Por otro lado, en el 2021 Teatrix sufrió una pérdida de suscriptores, es un fenómeno interesante para abordar en próximos trabajos. Como también el desarrollo de discusiones si el teatro online es una forma de democratización de un producto cultural que es para un público selecto que no está al alcance de todos. En síntesis, Teatrix abre un panorama de estudio que tiene mucha tela para cortar o mejor dicho, abre el telón para muchas funciones de dar por delante

Referencias bibliográficas

Argentores (s.f) Teatro y Streaming. El derecho de autor es el salario del dramaturgo <https://argentores.org.ar/teatro-y-streaming/>

Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo (2006), “Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina”
Editorial Prometeo. Buenos Aires.

Becerra, Martín y Rodríguez Miranda, Carla (2021), Clase N°7 Desarrollo informacional, globalización e industrias culturales. Seminario Estructura de Industrias Culturales. Maestría en Industrias Culturales: políticas y gestión. 13 de agosto de 2021. Pp 1 - 12

Bustamante, Enrique (2009), “De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos y nuevos señuelos para la investigación de la cultura”. Revista Diálogos de la Comunicación, N° 78, enero-julio. Pp 1-25.

Mattelart, Armand y Jean-Marie Piemme (1982), "Las industrias culturales: génesis de una idea", en VVAA, Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego, Fondo de Cultura Económica, México, p. 62-75.

Mosco, Vincent (2006), "Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después", en Cuadernos de Información y Comunicación vol 11, Universidad Complutense de Madrid, p. 57-79

San Honorio, Ramiro y Sáez, Luis (s.f) Nuevas Tecnologías: Plataformas, teatro y pandemia. Revista Florencio. Argentores.
<https://argentores.org.ar/plataformas-teatro-y-pandemia/>

Teatrix (s,f) Quienes somos. <https://conoce.teatrix.com/quienes-somos/>

Referencias del material periodístico citado

Infobae (9 de enero de 2019), Mirta Romay, creadora de Teatrix: "Espero estar a la altura de lo que hizo mi viejo". *Infobae*. Recuperado de:
<https://www.infobae.com/parati/news/2019/01/09/mirta-romay-creadora-de-teatrix-espero-estar-a-la-altura-de-lo-que-hizo-mi-viejo/>

Liponetzky, Carolina (19 de marzo de 2020), El entretenimiento hogareño es la única opción en estos días. *Ámbito*. Recuperado de:
<https://www.ambito.com/espectaculos/obras/el-entretenimiento-hogareno-es-la-unica-opcion-estos-dias-n5089680>

Passarini, Miguel (14 de abril de 2020), Pandemia y debate. El teatro online no es teatro. *El Ciudadano Web*. Recuperado de:
<https://www.elciudadanoweb.com/el-teatro-online-no-es-teatro/>

Anexos

Artículo de interés

● Cruz Alejandro (15 de julio de 2020). Streaming teatral en tiempos de pandemia: ¿del boom al agotamiento? *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/teatro/streaming-teatral-tiempos-pandemia-del-boom-al-nid2388958/>

● Cruz Alejandro (23 de mayo de 2021) En tiempos de salas cerradas, el streaming teatral lucha por instalarse. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/teatro/en-tiempos-de-salas-cerradas-el-streaming-teatral-lucha-por-instalarse-nid21052021/>

● Infonegocios (16 de febrero de 2021). Crece y crece: Teatrix triplicó sus suscriptores de la mano de Verizon Media. *Infonegocios*. Recuperado de <https://infonegocios.info/y-ademas/crece-y-crece-teatrix-triplico-sus-suscriptores-de-la-mano-de-verizon-media>

● Liponetzky Carolina (19 de mayo de 2021). Disminuye interés por el teatro en streaming. *Ámbito*. Recuperado de: <https://www.ambito.com/espectaculos/disminuye-interes-el-teatro-streaming-n5193645>