



Universidad de Ciencias  
y Artes de América Latina

FACULTAD DE NEGOCIOS E INNOVACIÓN

# **ACTITUDES DE LOS JÓVENES LIMEÑOS (18 A 25 AÑOS) EN RELACIÓN AL CONTENIDO DE NETFLIX QUE INCLUYE TEMÁTICA LGBT Y ESTA COMUNIDAD EN EL 2020**

PLAN DE INVESTIGACIÓN

ÁREA: Marketing e Innovación

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Impactos del marketing: más allá del mercado y del consumo en la sociedad.

TIPO DE INVESTIGACIÓN: Básica

*Integrante(s):* Piña Espinoza, Mauri; López Solis, Nathalia Patricia.

*Curso:* Metodología de la Investigación

*Asesor metodológico:* Kate O'Connor

*Fecha:* 07 / 07 / 2020

## **Resumen**

Esta investigación consiste en la comprensión de las actitudes de jóvenes limeños de 18 a 25 años frente a contenido transmitido por Netflix con temática LGBT. De esta manera, el plan de investigación tipo básico y con enfoque cualitativo se trabajó bajo un diseño fenomenológico, así pues, se hizo trabajo de campo con 2 grupos de 8 personas cada uno empleando una guía de entrevista para indagar en su punto de vista, opiniones y conductas frente a Netflix y la comunidad LGBT. Asimismo, se aplicó una guía de análisis de contenido para conocer y examinar y conocer las características de las piezas audiovisuales con temática LGBT que Netflix en el 2020. Los resultados de estas intervenciones permitirán encontrar patrones de ideas con respecto a la representación mediática LGBT en la actualidad, así como su importancia o, en el otro caso, su irrelevancia. Así pues, ayudarán a a futuras investigaciones con mirada a fenómenos sociales y culturales.

## Índice

<b>Introducción</b>	<b>5</b>
<b>I. Planteamiento del problema de investigación</b>	<b>6</b>
1.1 Descripción de la situación problemática	6
1.2 Formulación del problema	9
1.3 Objetivos de Investigación	9
1.4 Justificación	9
1.5 Limitaciones	10
1.6 Recursos a favor y viabilidad	11
<b>II. Marco teórico</b>	<b>12</b>
2.1 Antecedentes	12
2.2 Bases teóricas	15
2.2.1 Internet, nuevos modelos e impacto sociocultural.	15
2.2.2 Comunidad LGBTIQ+	19
2.3 Definición de términos básicos	24
<b>III. Marco Metodológico</b>	<b>26</b>
3.1 Enfoque y diseño de investigación	26
3.2 Supuestos de investigación	26
3.3 Categorización	27
3.3.1 Categorías	27
3.3.2 Definición operacional	27
3.3.3 Aspectos y subaspectos	28
3.4 Población, muestreo y muestra	29
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31

3.5.1 Descripción de técnicas e instrumentos	31
3.5.2 Validación de instrumentos por expertos	32
3.6 Procesamiento y análisis de datos	32
3.7 Aspectos éticos	33
<b>IV. Administración de la investigación</b>	<b>34</b>
4.1 Recursos	34
4.2 Cronograma de investigación	35
<b>V. Fuentes de información</b>	<b>36</b>
<b>Anexos</b>	<b>40</b>
A. Matriz de consistencia	40
B. Matriz de categorización	43
C. Instrumentos de recolección de datos	46
D. Validación de expertos	55
E. Declaración jurada de autenticidad y autorización	56

## Introducción

Desde que Netflix fue creado en 1997 hasta el día de hoy, ha sido reconocido como la empresa líder en el mercado de *Video On Demand*, trayendo consigo cambios importantes que afectarían impresionantemente la industria del entretenimiento. Estos cambios han traído consigo nuevas puertas para la creación de contenido original y nuevas oportunidades para el consumo, de series o películas, enfocado en la demanda de nuevas generaciones que piden productos cada vez más orientados a sus necesidades y gustos personales. Es así como dirigimos esta investigación en la plataforma *streaming* Netflix y en las actitudes que los jóvenes limeños pueden tener frente a un contenido audiovisual enfocado a tratar temas sociales y relevantes hoy en día, como la inclusividad, respeto y empatía por grupos específicos como la comunidad LGBT. Esta relación es muy interesante, en el sentido en que se vinculan Netflix, empresa mundial con presencia en más de 190 países con suscriptores de todas las edades y gustos diferentes, y el contenido con temática de la comunidad LGBT, la cual por muchos no es aceptada, ya sea por tabúes, homofobia o religión.

En definitiva, la presencia de temas sociales en contenido de entretenimiento está generando un impacto en las actitudes, percepciones u opiniones de los usuarios de Netflix, las cuales se juntan y viralizan en redes sociales. Este proyecto pretende indagar en la perspectiva de jóvenes limeños frente al material audiovisual con temática LGBT y la misma comunidad, con una mirada de interés social y, al mismo tiempo, de carácter empresarial.

## **I. Planteamiento del problema**

### **1.1 Descripción de la situación problemática**

El impacto del internet y de las nuevas tecnologías a inicios del siglo XXI ha reestructurado y cambiado las reglas del juego para diferentes industrias, como el cine, la música o el comercio. En esta línea, Netflix supo muy bien cómo utilizar nueva información flexible y adaptativa al entorno, y así, en apenas dos décadas, aportar un nuevo modelo de negocio (Fernández-Manzano, Neira y Clares-Gavilán, 2016). Desde esta perspectiva, nuestro ensayo aborda como tema general los procesos y cultura de esta empresa. Además, hemos identificado ciertas ventajas y desventajas que nos ayudarán a reconocer mejor el tema específico de investigación.

Netflix destaca en el sector de transmisión inmediata de películas, series y documentales por internet (Lusted, 2013, p.7). En el sentido de ofrecer a sus suscriptores contenido para su consumo ilimitado, Netflix produce títulos propios y al mismo tiempo adquiere contenido de terceros, que es el grueso de su catálogo, de otras casas productoras. Las negociaciones que Netflix debe articular con los proveedores aumentan a la medida que el negocio crece y se expande más (Izquiero-Castillo, 2015). Esto supone una debilidad porque la empresa depende de otros agentes para incluir nuevos títulos, lo cual puede desembocar retraso en estrenos. Como consecuencia, su capacidad de transmitir material a sus miembros puede verse afectada negativamente y esto perjudicaría a la empresa directamente en sus ingresos, porque como otra debilidad, la rentabilidad de Netflix depende, casi exclusivamente del crecimiento de suscriptores y del propio negocio *Video On Demand*, a diferencia de sus competidores. Una relación de dependencia muy parecida es la que mantiene con sus proveedores de servicio de internet (PSI), ya que a través de esta asociación es que Netflix puede garantizar un correcto servicio de datos o banda ancha (Izquierdo-Castillo, 2015); y también con los operadores satelitales y de telecomunicaciones, quienes permiten que Netflix pueda ofrecer su servicio en diferentes dispositivos o plataformas tecnológicas, como celulares, laptops, tablets o televisores (Netflix, 2019).

Estas vinculaciones resultan al mismo tiempo amenazantes, ya que cualquier falla, desacuerdo o discontinuidad de los agentes externos podrían causar un impacto negativo en el negocio de Netflix. A esto se le suman otros factores tecnológicos, económicos, políticos, legales y de seguridad que podrían desfavorecer a la empresa y provocar cambios en sus relaciones organizacionales o en su sistema operativo (Netflix, 2019).

Otra amenaza para Netflix es la presencia de competidores (HBO, Hulu, Disney+, Amazon Prime) y/o sustitutos en el mercado con diferentes precios y contenido. Al mismo tiempo, también existen alternativas desleales y de mala práctica como la piratería. Este último en especial es difícil de competir porque ofrece material material gratuito y está sujeta a rápido crecimiento global (Netflix, 2019).

Dadas las debilidades y amenazas, Netflix está expuesto a eventos que podrían ser muy desfavorables si es que no son controlados a tiempo, como una caída del sistema o robo de información, de tal manera, debilitaría a la compañía y afectaría de manera directa su relación con sus consumidores, proveedores y/o accionistas. Así no podría mantener más su negocio a largo plazo por pérdida de ingresos. Como ejemplo de un, la empresa, en el 2011 separó las opciones de alquiler de DVDs y contenido streaming en dos cuentas diferentes, lo cual causó graves molestias en los clientes y, además, significó una pérdida del 7% de los 23 millones de suscriptores que tenía en ese entonces (Lusted, 2013, p.77-79).

A pesar de lo negativo, Lusted señala que Netflix siempre ha sabido mirar hacia adelante para descubrir nuevas tecnologías que podrían mejorar la experiencia del usuario. Es que una de las muchas fortalezas que posee la empresa en cuestión es la importancia y relevancia que tiene el suscriptor en su modelo de negocio, participando como el foco principal para la definición de ideas y de filosofía de su cultura organizacional. Este enfoque hacia el usuario va acompañado de innovación. Hastings dice: “Nuestra tarea es mejorar constantemente la calidad de nuestro servicio y mantenernos dos pasos adelante” (Lusted, 2013, p.90-94). Una de estas mejoras se refleja en la tecnología *big data* (grandes datos), término utilizado para referirse a la monumental cantidad de datos que, dadas sus características, no pueden ser procesados por sistemas informáticos tradicionales (Fernández-Manzano, Neira y Clares-Gavilán, 2016). Todos estos datos son provenientes de las acciones de los usuarios de Netflix, es decir, la empresa tiene la ventaja de saber cuándo alguien comienza, detiene, rebobina, adelante o pausa videos, además de registrar la hora, el día, la ubicación y dispositivo donde se produjo la transmisión, y más (Hallinan y Striphas, 2016). El espectador de hoy en día genera información, la cual es analizada y utilizada por Netflix para conocer mejor a sus clientes y estar orientados para saber qué contenido ofrecerles, cómo presentarlo y en qué cantidad (Fernández-Manzano, Neira y Clares-Gavilán, 2016). Aparte de ello, como otra fortaleza, a partir del 2012 y 2013, Netflix empezó a incluir títulos propios y a producir contenido original, los cuales han podido penetrar el *zeitgeist* global e influenciar la cultura popular, hasta el día de hoy

(Netflix, 2020). Esto se evidencia, concretamente, en el éxito de series como ‘The Witcher’, la que mejor acogida ha tenido en toda la historia (76 millones de usuarios transmitieron su primera temporada en el primer mes de estreno); en la excelente calidad de películas reflejada en las 24 nominaciones en los Academy Award 2020, repartidas en 8 títulos distintos; y en el increíble grupo de creadores de animación, quienes lideran los próximos proyectos de Netflix, con experiencia en Disney Animation, Pixar, DreamWorks Animation e Illumination.

Así pues, Netflix reconoce el impacto que tiene alrededor de 190 países en todo el mundo. Pues, es una oportunidad para esta empresa reconocer que las audiencias locales, como India, Corea, o el Reino Unido, prefieren contenido local (Netflix, 2020). Esto ayuda a Netflix expandirse de manera más precisa en el comercio internacional e identificar mismos segmentos de mercado en el mismo territorio (Fernández-Manzano, Neira y Clares-Gavilán, 2016). Actualmente, el inglés es el idioma más consumido por los usuarios, en relación de 60% - 40% con los usuarios de otros países (Lamkhede y Das, 2019). Asimismo, los cambios en los hábitos de consumo, así de interés en temas relevantes y sociales, en los más jóvenes favorecen convenientemente el crecimiento de Netflix. Es otra oportunidad que el desarrollo del internet y dispositivos móviles haya provocado, en las nuevas generaciones, una inclinación por el consumo personal e individualizado, especialmente a través de plataformas online, de fácil y sencillo acceso para ver los contenidos cuando y donde prefieran (Ojer y Capapé, 2012).

Por otro lado, Lamkhede y Das (2019), revelan que, para Netflix, el trabajo de recomendar y conocer a sus usuarios se les hace sencillo debido a la identificación de las mentalidades con las que los miembros interactúan con el buscador: “fetch, find y explore”. Este nombramiento demuestra la importancia del trabajo de los sistemas de búsqueda para la generación de buenas experiencias para el usuario.

En definitiva, muy aparte de la tecnología o procesos que Netflix practique para incrementar sus suscriptores e ingresos, es la cultura de innovación, para indagar en siempre nuevas alternativas de proyectos exitosos, y el enfoque en el usuario, en su modelo de negocio, lo que nos lleva a pensar que esta empresa seguirá liderando por los próximos años el mercado *Video On Demand*, en incluso, que llegará a redefinir con nuevos procesos creativos y tecnológicos, el entretenimiento para el mundo entero desde sus casas.

## **1.2 Formulación del problema**

Problema general:

- ¿Cuáles son las actitudes de los jóvenes limeños de 18 a 25 años en relación al contenido de Netflix que incluye la temática LGBT y esta comunidad en el 2020?

Partiendo de nuestro problema general, hemos decidido elaborar problemas específicos, los cuales están relacionados con nuestra problemática.

- ¿Cuáles son las motivaciones de los jóvenes limeños de 18 a 25 años para contratar Netflix y preferirlo frente a otras plataformas streaming en el año 2020?
- ¿Cuáles son las actitudes y conductas de los jóvenes limeños de 18 a 25 años en relación a la comunidad LGBT en el 2020?
- ¿Cuáles son las características del contenido generado por Netflix en relación a la temática LGBT desde su inicio hasta el año 2020?

## **1.3 Objetivos de investigación**

Objetivo General:

- Comprender las actitudes de los jóvenes limeños de 18 a 25 años en relación al contenido de Netflix que incluye temática LGBT y esta comunidad en el 2020.

Hemos planteado los objetivos específicos de la investigación considerando que tienen relación con la problemática planteada.

- Indagar en las motivaciones de los jóvenes limeños de 18 a 25 años para contratar Netflix y preferirlo frente a otras plataformas streaming en el año 2020.
- Averiguar las actitudes y conductas de los jóvenes limeños de 18 a 25 años en relación a la comunidad LGBT en el 2020.
- Conocer las características del contenido generado por Netflix en relación a la temática LGBT desde su inicio hasta el año 2020.

## **1.4 Justificación**

Nuestro tema es importante de investigar, por un lado, al ser relevante y beneficioso en temas sociales hoy en día populares, uno de estos es la inclusión y respeto a la comunidad LGBT. Antes este grupo era marginado en distintas medidas y en diferentes contextos,

acto que ha disminuido en los últimos años. Una medida que apoya esta causa es la creación de contenido original, enfocado en la inclusión y enseñanza de elementos y conceptos que definen y defienden a la comunidad LGBT. Estos cambios han producido que más personas, pertenecientes a esta comunidad, en diferentes ciudades y países reclamen sus derechos como seres dignos, con total libertad y con la misma equidad que cualquier persona. Este proyecto, en la misma línea, aportaría a la sociedad limeña, en el sentido de que contribuiría con información, para empresas de cualquier tipo, para ser más inclusivos y respetuosos con la comunidad LGBT, tomando como ejemplo a Netflix, quien ha podido contener material de este tipo en su lista de series y películas principal, soportando comentarios y críticas. Esta información podría asistir a diferentes grupos u organizaciones que tienen necesidad de dar capacitaciones u orientación respecto al tema. El realizar esta investigación, también tiene un aporte teórico para futuros trabajos de investigación de la misma índole, con contenido empresarial como de valor social, como de inclusividad en ambientes organizacionales o de interseccionalidad. Por otro lado, puede que empresas busquen mejorar sus procesos de relación con el cliente, sistema de operaciones, estrategia de expansión o interacción mediante redes sociales. Para ellos este trabajo les puede ser necesario.

## **1.5 Limitaciones**

Para realizar la investigación nos encontramos con la dificultad de que existen pocas fuentes confiables o de difícil acceso, sobre la relación de Netflix con su contenido, en sus series o películas, con temática LGBT; así como referencias al impacto que generan en las personas el contenido de Netflix a nivel mundial. En este sentido, precisamos que mucha menor información existe sobre la influencia de este contenido mencionado en el contexto de Lima, Perú, lugar de investigación. Además, no tenemos ni contamos con acceso directo al personal de la empresa como para la recolección de información sobre Netflix de primera mano.

Por otro lado, tenemos tiempo limitado en cuanto a la búsqueda de información confiable y realización de trabajo de campo. Lo primero se debe a que somos solo dos investigadoras, mientras que lo segundo es consecuencia de la coyuntura actual y mundial que estamos atravesando. Desde el mes de marzo todos los ciudadanos de Perú estamos en cuarentena obligatoria como consecuencia de la rápida y peligrosa propagación del

COVID-19. En este sentido, hacer encuestas, observaciones, entrevistas o focus group de manera presencial y directa se nos hace imposible.

### **1.6 Recursos a favor y viabilidad**

Para realizar la investigación tenemos como beneficio que Netflix adjunte, de manera cuatrimestral y anual, reportes para el alcance y descarga de todos por medio de su página web. Estos informes presentan transparentemente los números de la empresa, datos del directorio, relación con sus inversionistas, planes futuros y conceptos básicos de identidad organizacional y cultural. También, las investigadoras tenemos acceso a la plataforma de Netflix, esto nos permite acceder a su parrilla de contenidos en cualquier momento que requiramos visualizar algún título en específico. Este acceso se nos permite las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Finalmente, tenemos acceso a diversos artículos con casos de estudio sobre Netflix e información netamente empresarial, a los cuales se pueden acceder de forma online y gratuita.

A pesar de las limitaciones y recursos a favor que tenemos en la investigación, consideramos que nuestro proyecto va por buen camino y es realizable su ejecución.

## II. Marco Teórico

### 2.1 Antecedentes

Para el desarrollo de la investigación, hemos encontrado algunos trabajos realizados por otros autores que tienen similitud con nuestro proyecto.

Wille (2018), en el artículo académico publicado en *Scientific Electronic Library Online (SciELO)*, con el título “Usos, hábitos, actitudes y experiencias usuario de jóvenes universitarios en el consumo audiovisual de Netflix”, tuvo como objetivo central identificar los efectos de Netflix en el consumo de contenido audiovisual, y, de forma consecutiva, se identificaron los usos, los hábitos de consumo, las actitudes y las experiencias del usuario con la plataforma web Netflix. Utilizó una metodología cuasi-experimental, realizando encuestas de muestreo probabilístico, con una muestra de 382 estudiantes de universidades públicas y privadas de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, considerando un nivel de confianza del 95%; y no probabilístico, para el cual se realizó un focus group con una población de 7 personas dividiéndose en dos grupos (4 mujeres y 3 hombres). Su principal resultado fue que Netflix mantiene un vínculo evidente entre tecnologías en la cultura convergente. Se llegó a concluir que Netflix es popular entre los jóvenes universitarios, de los cuales, más de un tercio es miembro y de aquellos que no son miembros, el 80% afirma desear serlo, más aún las mujeres y los más jóvenes.

En segundo lugar, Céspedes (2018), en la tesis para obtener el Título en Comunicación Organizacional, sustentada en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador con el título “Usos y gratificaciones del binge-watching entre jóvenes adultos suscriptores de Netflix”, tuvo como objetivo central entender cómo la práctica del binge-watching, o atracón de series, (que consiste en ver varios capítulos de una serie seguidos y sin descanso) puede afectar en la satisfacción de las necesidades de los públicos. Utilizó una metodología cuantitativa a través de una encuesta de 15 preguntas a una muestra de 273 estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Sus principales resultados fueron que el binge-watching sí mejora la experiencia de los consumidores debido a que causa beneficios como desconectarse de la realidad, entender y comprender los contenidos de mejor manera, además de divertirse. Se llegó a concluir que más del 80% de los suscriptores encuestados han practicado alguna vez el atracón de series, lo que refleja la creciente popularidad de esta conducta.

En tercer lugar, Gillig y Murphy (2016), en el artículo académico publicado en la revista *International Journal of Communication* con el título “Los efectos de una representación en los medios de comunicación de adolescentes homosexuales en espectadores jóvenes” tuvo como objetivo central examinar los efectos de una representación mediática sobre dos personajes homosexuales de 13 años en las actitudes de espectadores jóvenes hacia las personas y los problemas de la comunidad LGBTQ, explorando la influencia de la identidad de género y la orientación sexual en las reacciones de los espectadores. Utilizó una metodología cuasi - experimental en el que una muestra de 469 participantes, exigidos a tener entre 13 y 21 años, reclutados a través de Qualtrics. Los resultados subrayan el poder de las narrativas para influir en las actitudes de los miembros de la audiencia, sin embargo, revelan que ciertas características pueden conducir a una divergencia tanto en la identificación con los personajes como en la respuesta emocional a una narrativa. En conclusión, este estudio proporciona información sobre profundos procesos psicológicos a la hora de procesar una representación en los medios que incluye personajes que formaban parte de un grupo para algunos participantes (LGBTQ), mientras que era parte del grupo externo para otros.

En cuarto lugar, Corfield (2014), en la tesis de Maestría, sustentada en la Universidad de Carolina del Sur, con el título “Network vs. Netflix: un análisis de contenido comparativo sobre la demografía a través de la televisión en horario estelar y la programación original de Netflix”, tuvo como objetivo principal examinar y hacer una comparación entre cómo la televisión en horario estelar y la programación original de Netflix representan y escenifican el origen étnico, edad, ocupación, criminalidad, género y sexualidad de sus personajes. Empleó una metodología descriptiva, en la que realizó un análisis de contenido y comparó varios datos demográficos en diversos géneros multimedia. Los resultados revelaron que ha habido un aumento en la cantidad de personajes minoritarios y femeninos en la televisión de horario estelar y la programación de Netflix. Sin embargo, los roles que forman estos grupos marginados son menos significativos a comparación de papeles desempeñados por personajes blancos y masculinos. Se concluyó que la plataforma Netflix ofrece más promesas con aumentar la cantidad de personajes de grupos marginados; sin embargo, es la calidad de su representación la que aún necesita mejorar.

En quinto lugar, Kahn (2014), en la Tesis de Honores sustentada en la Universidad del Sur de Mississippi, con el título “Padres LGBT en la televisión estadounidense”, tuvo como objetivo central demostrar y documentar cómo las representaciones televisivas de

grupos marginados pueden cambiar con el tiempo, centrándose específicamente en el subconjunto de padres LGBT. Se utilizó una metodología cualitativa, en la que los personajes de padres representados en 14 series, entre televisión y plataformas como Netflix y Amazon, fueron analizados de acuerdo con el género, la raza, la clase y la sexualidad. El investigador presentó los resultados en contextos históricos, con lo cual ofreció una perspectiva de las expectativas y retos sociales de dichos personajes al momento de ser transmitidas las series. Se concluyó que, en general, los problemas que enfrentan los padres LGBT se han presentado a partir de un trasfondo cómico. La mayoría de los personajes representados son caucásicos y ricos. Y, por último, a medida que la educación pública sobre los problemas LGBT ha aumentado, también las representaciones, más precisas, de los personajes de padres LGBT.

Y, por último, Cook (2018), en la Tesis de Honores sustentada en la Universidad de Tennessee en Chattanooga, con el título “Un análisis de contenido de la representación LGBT los modelos streaming y emisión televisiva”, tuvo como objetivo principal comprender la representación de personajes lésbicos, homosexuales, bisexuales y transgénero en series emitidas por televisión y por plataformas streaming. Se empleó una metodología descriptiva, en la que se analizaron nueve programas de televisión de la temporada 2016-2017 en plataformas de emisión por TV y streaming, además se tomó en cuenta la publicación de Amber Raley y Jennifer Lucas del 2006 para hacer un análisis de contenido el cual estudió la temporada televisiva del 2001. Los hallazgos sugieren que la representación y muestras de afecto de personajes bisexuales y transgénero ha aumentado desde 2001. El análisis también muestra que la representación de personajes bisexuales y transgénero aún van a la zaga de los personajes homosexuales y, así mismo, existe más representación LGBT en plataformas streaming que en emisión por televisión. Se concluyó que, en la medida de los años, tanto la representación de personajes gays, lesbianas, bisexuales y transgénero han ido aumentando, en mayor cantidad en plataformas como Netflix o Amazon, sin embargo, la verdadera igualdad social no se logrará hasta que los personajes LGBT puedan encontrarse en todas las formas de televisión, sean tratados con respeto y reflejen la diversidad total de la comunidad.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Internet, nuevos modelos e impacto sociocultural**

#### **Revolución del internet**

Castells (2001) considera que el internet es parte de nuestras vidas actualmente, aunque este tenga una poca interacción con la sociedad por el reciente acojo del mismo. A su vez, define que el internet es un medio de comunicación y también considera que esta tecnología no es simple ya que es un conducto de “interacción y organización social”. En términos más teóricos, define que “es una red de redes de ordenadores” siendo aptos de poder relacionarse entre ellos. Por otro lado menciona que el internet tiene inicio en 1969. Sin embargo, como la sociedad lo comprende hoy en día, este se constituyó en 1994 a partir de la aparición de un “browser, world wide web”. De igual manera resalta que en el poco tiempo en el que el internet era conocido como una novedad, las personas consideraban que a pesar de ser interesante, este tenía un fondo minoritario, algo que para un selecto grupo de navegantes por internet no era muy atractivo. También nos comenta sobre el cambio que se generó a partir de una primera encuesta que se realizó a usuarios de internet a fines de los años 1995, donde existía un relevante número de usuarios, los cuales fueron aproximadamente unos nueve millones (pag.1). En la misma línea, Tinajero (2006) afirma que el internet es uno de los métodos más sobresalientes de nuestro tiempo, y a su vez, resalta que esta tecnología forma parte de nuestro entorno cultural, en la manera como se ha convertido en un beneficio de adquisición imprescindible para nuestra sociedad, ya que a través del contacto entre las computadoras y la red mundial, se puede transmitir y recolectar una mayor cantidad de datos para que así tomemos decisiones o concretemos hechos en nuestra vida diaria que dejan huella, y una diferencia relevante entre quienes tienen conocimiento y realizan un buen uso de ella y entre quienes no tienen conocimiento de esta, probablemente debido a su incapacidad de adquisición, o no las han utilizado en su vida diaria (pag. 91).

Por otro lado, Crovi y González (2011) nos comentan que hace algunos años, tanto el empleo de computadoras y de internet han generado un aumento sin antecedentes. De este modo se considera que los jóvenes son los usuarios con más actividad tecnológica. Asimismo, nos presenta que existen varios estudios, tanto

nacionales como internacionales, en los que se nos da a entender que específicamente los jóvenes de 12 a 24 años de edad son los que más utilidad le dan al servicio de internet, debido a que en la mayoría de las veces lo utilizan para mantener contacto con sus amigos a través de “correos electrónicos y mensajes de telefonía celular”. Además, cabe destacar que en repetidas ocasiones hallan nuevas formas de manejar la tecnología. De igual manera nos mencionan que el estudio Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de Información y Comunicaciones en los Hogares, realizado por el INEI en el 2008, les concedió determinar que el internet sujeta variedades de usos, considerando como principales y más relevantes “las tareas escolares o de aprendizaje”; posicionándose en segundo lugar, las acciones de “recibir o enviar correos electrónicos”; como una aportación terciaria se tiene en cuenta la utilización y recolección de información o datos de “carácter general”; y por último, sin menor importancia, le siguen las aportaciones del entretenimiento de los usuarios (pag.70).

En relación a los cambios que se han generado en el internet, Martínez (2012) nos comenta que existe un cambio social y general en la juventud con respecto al internet y las nuevas tecnologías. Pues, los jóvenes han sabido adecuarse a la acelerada innovación de los diferentes modelos de dispositivos electrónicos, y así, han creado el hábito de ya no necesariamente estar adheridos a una computadora de escritorio, o estar en un lugar donde puedas conectarte a una red (casa, universidad, etc). De igual manera, nos menciona que hoy en día es más habitual y común observar a los jóvenes con unos ordenadores portátiles. Pues también hace un énfasis en los “teléfonos móviles o smartphone” ya que, tras la incorporación de estos en el mercado, nos hemos habituado a llevar de cierta manera el internet con nosotros (pag.297).

### **Surgimiento de nuevos hábitos de consumo**

Enrique (2012) nos comenta que “los procesos sociales” se realizan siempre y cuando la persona emplee algún “artefacto tecnológico” (internet, teléfono móvil, computadoras, etc) y realice diferentes acciones de comunicación por medio de estos. De esta manera, podemos ver que la persona ya está sumergida en “un contexto social” que le da vida a los “diferentes usos y acciones que se realizan a

través de la tecnología”. Es por esto que el dispositivo tecnológico no es el propósito de investigación, puesto que, en un contexto social, tiene mayor relevancia el empleo que los usuarios le dan a estos, pues así, pueden demostrar actos significativos en sus diligencias diarias, y a su vez, sostener la relación que mantienen con personas de su alrededor y el entendimiento que tienen del mundo (pag.109). En esta línea, Badillo (2003) nos comenta que en este poco tiempo la tecnología a causado que generemos cierto afecto con esta, y como consecuencia, tendemos a estar más pendientes de sus actualizaciones e innovaciones que penetran en el mercado y mantienen. Es cierto, y es de conocimiento por la mayoría de personas, que el hecho de que el componente “cambio tecnológico” se ha vuelto más importante en nuestra sociedad. Sin embargo, sostiene que se vuelve difícil aceptar que estas innovaciones influyen de manera relevante en nuestra vida diaria. Por otro lado, realiza un énfasis en la reflexión sobre la vinculación entre en desarrollo de “nuevas tecnologías y la práctica profesional”, sosteniendo que será de una forma menos inocente. De igual forma, nos comenta que las Tecnologías de Innovación y Comunicación (TIC) no generan más “innovación, eficiencia y valor añadido”, puesto que estos solicitan de algún conocimiento apropiado, y a su vez de “una relación certera entre medios y fines”. Sin embargo, al mismo tiempo realiza una diferencia en torno al internet, ya que es considerado como una revolución resaltando con sus usos de “tecnología pura” (pag.6).

Castells (2001) nos comenta ciertas lecciones en relación al internet realizando un énfasis en que los “productores del internet” han sido principalmente los usuarios. Con esto nos quiere hacer entender que, si bien en cierto, hay una conexión naturalmente entre la “producción de esta tecnología por parte de los innovadores”, en un cierto tiempo, esa relación se modificó puesto que se generaron transformaciones persistentes en las “aplicaciones y los nuevos desarrollos tecnológicos” por el lado de los usuarios permitiendo que estos realizaran un “feedback”. Además, nos comenta que en un estudio realizado por British Telecom, el cual se centraba en la observación a ciertas familias que hacían uso de internet, esto no generó ningún cambio a lo largo de 1 año de investigación de tal manera que las personas estudiadas siguen realizan sus actividades cotidianas haciendo uso del internet, es decir, que el proceso de cierta manera de

aprendizaje con respecto al internet ha mejorado, pues, a los que ya hacían uso de este hace un año ahora les va mucho mejor. Por otro lado, en relación a los amigos, son los mismos que tienen o tenían hace un año. Esto nos hace reflejar que el internet es un mecanismo que se desarrolla constantemente. Sin embargo, nos comenta que no genera cambios en los comportamientos de las personas, sino, “que los comportamientos se apropian de internet” por lo cual se potencian a partir de lo que son. (pag.2-13)

### **Evolución en la industria de la distribución de contenidos multimedia**

Freire (2006) nos comenta que la historia de la televisión años atrás fue visualizada como un “monopolio” por parte de antiguos profesionales pertenecientes. Fue así que a partir de los años noventa, de manera relevante la televisión se posicionó rápidamente en Estados Unidos e Inglaterra para después hacer lo mismo en diferentes países (pag.25). En la misma línea, McLuhan asocia la “electricidad y los medios relacionados a estas” obteniendo “hilos invisibles entre los individuos”. Como consecuencia, este autor prefiere a la televisión como un medio de comunicación masivo a nivel internacional, pues para él era “el invento más importante del siglo XX” (Citado por Tórtola, 2017 pag.20). Por otro lado, Sánchez (1999) nos comenta que el cine se diferencia del resto de medios ya que tiene una característica de “vehículo cultural”. Es cierto que la mayoría de los medios de comunicación actualmente involucran en los usuarios “valores válidos” en la sociedad a las cuales son pertenecientes, es decir, que el cine es una herramienta que genera un cambio en el entorno del usuario, y de esta manera, una fidelidad de dichos valores. Como consecuencia genera una mayor aprobación y obtiene “rentabilidad perpetua”. Asimismo, también nos comenta que en la mayoría de veces el cine es elegido para “transmitir valores contrarios a los ya establecidos” (pag.159). De igual forma, Jenkins hace referencia a su postulado "una vez que un medio se establece satisfaciendo alguna exigencia humana, éste continúa funcionando dentro de un sistema más vasto de opciones comunicativas" (Citado por Tórtola, 2017 pag.23).

Según Mazo (2018), considera que la distribución cinematográfica es el eslabón intermediario entre la producción de la película y su exhibición, ya que “es quien se encarga de la comercialización de los derechos de proyección y de la obtención,

con ello, del máximo beneficio económico”. Así mismo, Castillo (2007) nos menciona que normalmente los medios de distribución en relación al cine son en una sala cinematográfica después de haber sido producida en este espacio pasa a ser distribuida por medios de “DVD o VHS”, ya sea en venta o alquiler. A raíz de los avances tecnológicos se ha podido mejorar la distribución en el cine. Además, se realizan gestiones en las cuales se comprometen documentos de originalidades de películas (pag 97). Por otro lado, Vasquez (2015) nos comenta que la distribución por medio de la televisión ha cambiado significativamente para el usuario, ya que hoy en día el internet se ha vuelto una vía de acceso para los contenidos emitidos en una distribución antigua, de tal manera que los de ahora esta pueden ser reemplazados por dispositivos tecnológicos ya sean celulares o tabletas (pag. 223). Esto comprende un cambio en el consumo de contenidos para los usuarios en masa.

### **2.2.2 Comunidad LGBTIQ+**

#### **Discusión sobre sexualidad y diversidad sexual**

El ser humano es un ser complejo que crece, manifiesta y se desarrolla en un contexto determinado. Un factor importante de esta expresión humana es la sexualidad. La World Health Organization (2006, p. 5) la define como un eje principal a lo largo de la vida de una persona. Suárez y Villegas (2015) agregan que el desarrollo de la sexualidad implica elementos físicos (biológico-genital), afectivos, emocionales y sociales. Estos componentes posibilitan al ser humano responder a diferentes situaciones mediante diversas formas de sentir, vivir y expresarse dentro y fuera de un ámbito propiamente erótico o sexual. Por el contrario, desde una mirada más esencialista, la expresión y desarrollo de la sexualidad es gobernada solo por factores biológicos y físicos, como los genes, hormonas y los órganos genitales. (Shifter, 2016, p. 29). En otras palabras, este punto de vista limita al ser humano a cualquier otro tipo de expresión, sexual o no sexual, que no vaya acorde a la naturaleza biológica y física del ser.

Un elemento de más complejidad aún, partiendo del desarrollo de una sexualidad holística en el ser humano, es la construcción de una identidad física, emocional, social y sexual, sujeta a cambios a lo largo de sus vidas (Missé y Coll-Planas, 2011, p. 138), ya sea por medios biológicos inevitables, como el crecimiento o la

ingesta de alimentos; medios farmacológicos o quirúrgicos; o bien por relaciones interpersonales con otros sujetos y el entorno (Oliva y Badilla, 2020). Así pues, a medida que una persona va creciendo y desenvolviéndose en un contexto determinado, su identidad puede modificarse debido a motivaciones tanto extrínsecas e intrínsecas. Gallardo y Retana (2016, p. 37) afirman: “nadie es alguien fijo y estable. Las identidades se mueven, traspasan o crean de acuerdo con un orden/desorden”. Sin embargo, Vargas (2009, p. 98) sugiere que ya en una etapa adulta y de madurez, la identificación de la identidad sexual responde a la pregunta: “¿quién soy yo?”, bajo una autodescripción sujeta al género, sexo y la orientación sexual.

Cuando nos ponemos a pensar acerca de la sexualidad humana y sus manifestaciones de identidad, gustos o comportamientos, se puede entender cómo es que están proporcionalmente ligadas a la diversidad (Cotrina, 2018). Pues, la diversidad sexual es parte de la diversidad humana. Tan simple y variado como lo es la textura del pelo, el color de la piel o ser zurdo. Esto hace mención también a las variadas orientaciones sexuales que manifiestan los seres humanos (Suárez y Villegas, 2015). García (2007, p. 25) la define como “el conjunto amplio de conformaciones, percepciones, prácticas y subjetividades distintas asociadas a la sexualidad, en todas sus dimensiones biológicas, psicológicas y sociales”. Asimismo, Kosofsky (1990) “apuesta por una no categorización y propone una comprensión de la diversidad que incluya todas las formas de sexualidades e identidades posibles, también la heterosexualidad”.

### **Conceptos sobre diversidad sexual**

La manera simple de comprender las formas de las sexualidades e identidades, es por medio del entendimiento del acrónimo LGBTIQ+, el cual resume la diversidad sexual. Pero para asimilar mejor esta terminología, es necesario tener en cuenta ciertos conceptos.

En tanto que la definición de sexo como término se refiere solamente a lo biológico y físico, el género indica características pre creadas socialmente para encajar en un rol de género (Suárez y Villegas, 2015). Pues, hasta el día de hoy se suele caer bajo la idea de que un individuo debe de asumir comportamientos ligados al sexo con el que nació. Por ejemplo, si es niña se espera que juegue con

muñecas; mientras que, si es niño, con carros. Frente a esta suposición social, Butler (1990) asegura: “el sexo no crea el género, y no se puede afirmar que el género refleje o exprese el sexo”. Pues afirma que uno no puede ser condicionante del otro, ya que en ese sentido se limitarían las demás expresiones de sexualidad, aparte de la de mujer es igual a femenino y hombre a masculino.

En función a esta libertad sexual que Butler sugiere, Cotrina (2018) afirma que la orientación sexual alude a la preferencia de cada ser humano sin haber sido obligado ni condicionado por su sexo o género. Así como lo menciona las Naciones Unidas (s/f, p. 3), se refiere a la capacidad de un individuo de sentirse atraído emocional, afectivo y sexual por otro, ya sea de un género diferente al suyo, del mismo, o de más de un género. Por otro lado, según Mejía y Almanza (2010), la identidad de género se refiere a la vivencia del género, tras la adaptación de las definiciones de feminidad y masculinidad, tal como cada persona la sienta. También, las Naciones Unidas (s/f, p. 6) menciona que podría corresponder o no al sexo asignado al momento de nacer. Además, la ONG peruana Presente (s/f, p. 16) agrega el concepto de expresión de género, el cual se refiere a la manera de manifestar el género de una persona a su entorno, a través de formas de hablar, vestimenta, comportamientos, estilo, etc.

### **Surgimiento e identidad de la comunidad LGBTIQ+**

Las personas con una diferente orientación e identidad sexual siempre han existido en la historia y han formado parte de la sociedad de múltiples culturas alrededor de todo el mundo representando una buena parte de la población mundial (Cotrina, 2018). Sin embargo, han tenido que pasar siglos, hasta milenios, para que una comunidad que represente los derechos de estas personas surja y perdure en el tiempo, afectando positivamente en la vida de millones de individuos.

El libro titulado *Stonewall: The Riots that Sparked the Gay Revolution*, nos cuenta la historia del hito importante que dio inicio al surgimiento de la comunidad LGBT. Sucedió el 28 de junio de 1969 en los Estado Unidos. Consistió en una intervención policial en el bar Stonewall Inn. localizado en Nueva York. El grupo de policías solicitó pedir identificaciones a las personas que se encontraban dentro del local, pues aquel que no se encontraba vestido de acuerdo a su sexo, iba a ser

arrestado. Sin embargo, debido a que todos se negaron a identificarse, se generó un enfrentamiento violento, terminando en muchedumbres y disturbios incontrolables fuera del bar. Dos años después de este hecho, empezaron a moverse grupos radicales a favor de los derechos de esta nueva comunidad que empezaba a surgir, alrededor de Estados Unidos, Canadá, Australia y Europa Occidental (Carter, 2004, p. 1). De este modo, se abrió un nuevo camino en el que el reconocimiento de una diferencia empezó a marcar cambios significativos, como, por ejemplo, el uso de las siglas “LGBT” nace en los años 90’s o la pronunciación de la ONU, en 1994, en el cual dictó que las leyes contra la homosexualidad son una violación de los derechos humanos (Mejía, Almanza, 2010).

Así pues, la comunidad mejor conocida como “LGBT” integra a toda la diversidad sexual: lesbianas, gays, bisexuales y transgénero. Suárez y Villegas sugieren que a pesar de que las siglas se encuentren en esta secuencia (LGBT) no afecta en nada que se escriba en otro orden. (2015). Por otro lado, Oliva y Badilla se refiere a las personas de la comunidad como ellos, ellas y ellos. Además, menciona que existen subdivisiones entre aquellos que prefieren no tener etiquetas definidas, otros que defienden la importancia de autoreconocerse en las siglas LGBT, y otros que finalmente cuestionan la inclusividad de estas. Por último, también añaden que es común añadir el símbolo “+” (LGBT+) para señalar la posibilidad de agregar otras identidades. (2020).

Otro punto para agregar es el que tienen Mejía y Almanza, quienes también señalan que el uso de las siglas LGBT no son de la complacencia de todos a los que literalmente integra. Y además, sugieren que algunas personas intersexuales igualmente quieren ser incluidas en la comunidad, y por eso, preferirían el término “I” (LGBTI) (2010). Asimismo, Presente ONG plantea una nueva sigla: “Q” (LGBTIQ+), debido a que en el Perú hay muchas personas que se identifican desde la categoría queer (s/f.) En cuanto a esta categoría, Mayer señala que son los jóvenes de minorías sexuales quienes mayormente se sienten identificados con esta. Pues, al parecer la consciencia frente a la comunidad puede estar ocurriendo cada vez a edades más tempranas. La edad promedio de primeras experiencias entre personas del mismo sexo es entre los 14 y 16 años (2008). No obstante, nunca es muy temprano ni demasiado tarde para declararse como persona LGBT.

Además, la única forma para reconocer a alguien como una, es cuando dicha persona lo comunica abiertamente, de lo contrario no se puede confiar en estereotipos o mitos (Suárez, Villegas, 2015).

### **Reivindicación y lucha de la comunidad LGBTIQ+**

Si nos remontamos en el pasado, podemos encontrarnos con hechos negativos que empezaron a marcar la historia de la comunidad LGBTIQ+. Por ejemplo, cuando los tabúes con respecto a la demostración de afecto entre dos hombres del mismo sexo empiezan alrededor de la llegada del cristianismo a la cultura occidental; o como cuando en la Edad Media, bajo la influencia del poder de la Iglesia, cualquier acto homoerótico empezó a ser considerado “contra natura” (Mejía, Almanza, 2010). Entendemos así que, desde hace mucho tiempo, las personas con orientación e identidad sexual distintas a lo considerado como normal en la sociedad, han sido marginadas y violentadas. Galvéz menciona que las agresiones cometidas contra las personas homosexuales, transexuales, se originan tras la necesidad del agresor de reafirmar su heterosexualidad, bajo la influencia de una cultura machista poderosa (2016). Pues si volteamos a la historia, la presencia de la identidad masculina ha gobernado fuertemente en muchas sociedades y culturas, y además, a subordinado a la representación de la femineidad. Narrain afirma: “el enemigo, en el caso de la lucha de la comunidad LGBT, está muchas veces en las actitudes sociales” (2014).

Desde otro punto de vista, existe un sistema paradigmático que propicia la aversión hacia cualquier tipo de expresión e identidad sexual que no sea la heterosexual. Werner (2009) señala una creencia cultural construida históricamente bajo una mirada teológica, con la finalidad de controlar la sexualidad en dos polos opuestos, hombre y mujer, sin punto medio. A partir de esto, nace otra creencia permanente: la homosexualidad es una anomalía biológica. Estos paradigmas se han ido alimentando con hechos históricos, siglo tras siglo, y han aportado a la propagación de desdén e indiferencia hacia la comunidad LGBT. Y en muchos casos esta falta de conciencia se ha traducido en violencia.

A pesar de que estos paradigmas o problemas sociales han generado una subordinación violenta e indiferente hacia la comunidad LGBT, también ha alimentado un ímpetu de lucha para defender su identidad y derechos, el cual ha

ido creciendo a lo largo de los años. Mayer (2008) menciona un cambio en la sociedad, sus normas y nuevas corrientes ideológicas. Por ejemplo, el movimiento feminista ayudó a empoderar el movimiento de liberación gay para reclamar y exigir libertad y derechos para las minorías sexuales. Así pues, desde una mirada más panorámica, existe una unión entre los derechos de la comunidad LGBT y los demás movimientos más amplios por la dignidad, la igualdad y los derechos humanos (Narrain, 2014).

### 2.3 Definición de términos básicos

- **Sexo:** Tiene relación con las características biológicas, físicas y hormonales de un individuo hombre o mujer (Naciones Unidas, s/f).
- **Género:** Se refiere a una idea sociocultural enseñada a lo largo de los años de generación a generación, la cual se enseña a hombres y mujeres para que cumplan cierto rol estereotipado. Es definida por el sistema económico, cultural y social de una comunidad (Suárez y Villegas, 2015). De acá parten los conceptos de feminidad y masculinidad (Instituto Nacional de las Mujeres, 2007).
- **Identidad de género:** Tiene que ver con la autoidentificación y aceptación de una persona con el género tal como esta lo sienta. No siempre corresponde al sexo biológico. (Mejía y Almanza, 2010). Kenneth et al. (2008), toma en cuenta las siguientes categorías: **transgenerismo**, como término para las personas que no sienten relación con su sexo biológico e **intersexualismo**, refiriéndose a los individuos que nacen con una anomalía genital. Las Naciones Unidas (s/f), agrega que existen diferencia entre personas **trans**, cuando existen inconformidad con el sexo e identidad de género asignado al nacer; **transexuales**, como las personas que se autodefinen pertenecientes al sexo contrario y proceden una intervención quirúrgica, hormonal o médica; y los **travestis**, quienes expresan su identidad de manera permanente o transitoria con actitudes y/o vestimenta del sexo contrario.

United Nations (2019) agrega una subcategoría más dentro de la identidad de género: **cisgénero**, refiriéndose a las personas que autoperciben su género alineado con su sexo biológico. Además, Presente (s/f) también incluye como subcategoría el **género no binario**, el cual define a las personas cuyo sentido de género no se acopla en los estratos de hombre ni de mujer.

- **Orientación sexual:** Se refiere a la preferencia sexual, emocional y afectiva que se da manera natural en cada persona hacia otro individuo del mismo género o diferente (Cotrina, 2018). Mejía y Almanza (2010), lo dividen en cuatro subcategorías: **heterosexualidad**, persona que se orienta sexualmente hacia otra de un sexo diferente; **homosexualidad**, cuando se orienta hacia otra del mismo sexo (**lesbiana** si se refiere a mujeres y **gay**, a hombres); **bisexualidad**, cuando se orienta un individuo hacia ambos sexos; y **pansexualidad**, cuando a una persona le atrae otra independientemente de su sexo o género. United Nations (2019) agrega que las personas gays, lesbianas y bisexuales pueden tener cualquier identidad de género características sexuales.

Presente (s/f) incluye como orientación sexual la **asexualidad**, la cual hace referencia a los individuos que no sienten atracción sexual por nadie.

- **Expresión de género:** Se relaciona con la vivencia intrínseca y extrínseca del género en una persona, como la vestimenta, modo de hablar, conductas, comportamiento, etc. (United Nations, 2019).
- **LGBTI:** Es definida por Suárez y Villegas (2015) como la comunidad que integra toda la diversidad sexual. A esto, Mejía y Almanza (2010) mencionan que las siglas se empiezan a usar desde los años 90, pues comenzó solo llamándose comunidad LGB, pero a lo largo de los años se fueron incluyendo más siglas. Presente (s/f) toma en cuenta las siglas Q, refiriéndose a la categoría **queer** (persona cuya orientación sexual y/o identidad de género salen de la norma); y el signo +, el cual representa a las orientaciones sexuales e identidades de género no nombradas en el acrónimo principal (**LGBTIQ+**).

### **III. Marco metodológico**

#### **3.1 Enfoque y diseño de investigación**

Este trabajo es de enfoque cualitativo y su diseño de investigación es fenomenológico, ya que tenemos como objetivo analizar y comprender las actitudes de los jóvenes en relación al contenido con temática LGBT que genera Netflix. En este sentido, estudiamos un fenómeno social específico, como lo es la producción y divulgación de contenidos de la comunidad LGBT por medio de internet, y tomamos en cuenta la perspectiva de unos actores sociales específicos, en este caso jóvenes limeños de de 18 a 25 años.

#### **3.2 Supuestos de investigación**

Los jóvenes limeños de 18 a 25 años presentan una actitud positiva y son más receptivos frente al contenido con temática LGBT que presenta Netflix en su plataforma. Sus motivaciones para suscribirse tienen que ver con estar al tanto del nuevo contenido que lanza Netflix porque es tema de conversación entre grupos de amigos y redes sociales, además del efectivo alcance que tiene la empresa con este sector de la población. Es importante destacar que, con respecto a la comunidad LGBT, los jóvenes se muestran abiertos a recibir contenido e información relacionada a ella. De esta manera, existe un grupo que muestra empatía por esta comunidad, otro que se ve animado a buscar más información de otras fuentes sobre este movimiento social, otro que se siente identificado con los personajes que se muestran en las series o películas de esta temática, y también, uno que tiene actitudes indiferentes ante la temática. Por otro lado, mencionamos que Netflix está dispuesto, y por lo tanto a la vanguardia, a lanzar contenido con temáticas sociales actuales. Es por este motivo que existe una gran variedad de títulos, entre series y películas, con temática LGBT. Asimismo, las características de este contenido son: la mayoría de está dirigido a un público joven; está mayormente protagonizado por actores jóvenes, independientemente de su orientación o identidad sexual fuera del título en el que trabaja; muestra diferentes contextos, así como grupos menores dentro de la comunidad (gays, lesbianas, transexuales o intersexuales); y por último, tiene como objetivo hacer evidente las problemáticas sociales a las que está expuesta la comunidad LGBT y por las que atraviesa hasta hoy en día.

### **3.3 Categorización**

#### **3.3.1 Categorías**

Siendo esta una investigación cualitativa, hemos decidido plantear diferentes aspectos que son relevantes para la investigación y, además, serán de utilidad para orientarla y ordenarla.

Partiendo de nuestros objetivos y marco teórico, definimos las siguientes categorías:

- A. Actitudes de los jóvenes frente al contenido LGBT presentado por Netflix.
- B. Características de Netflix que influyen en la decisión de los jóvenes para contratarlo y preferirlo frente a otras plataformas.
- C. Actitudes y conductas de los jóvenes en relación a la comunidad LGBT.
- D. Características de los contenidos de Netflix en relación a la temática LGBT.

#### **3.3.2 Definición operacional**

Luego de seleccionar nuestras categorías, pasamos a definir cada una de ellas:

- A. Actitudes y sentimientos, positivos y negativos, de los jóvenes usuarios de Netflix frente a las películas o series con temática LGBT que se encuentra disponible en la plataforma. Se toma en cuenta la trama de las piezas audiovisuales, así como los personajes, contexto o mensaje que estas presenten.
- B. Características, tanto de la plataforma como del contenido, de Netflix que influyen en los jóvenes para preferir esta plataforma frente a otras presentes actualmente en el mercado. Se toman en cuenta el precio, ya que repercute en la economía de los usuarios, así como el diseño y calidad de la plataforma. Todos estos aspectos influyen en la decisión final de un joven.
- C. Actitudes, sentimientos, conductas y comportamientos que tienen los jóvenes en relación a la comunidad LGBT. Se toman en cuenta tanto

aspectos positivos como negativos que son generados en jóvenes hacia esta comunidad como respuesta a noticias, contexto mundial, redes sociales, entorno cercano o experiencia personal.

- D. Construcción de personajes LGBT, temas o problemáticas, contexto, lugares y formato de las piezas son algunas de las características, que tomamos en cuenta, de los contenidos que genera la plataforma Netflix en relación a la temática de la comunidad LGBT.

### **3.3.3 Aspectos y subaspectos**

A continuación, presentamos el detalle de la información que deseamos investigar entre aspectos y subaspectos:

#### **Aspectos A**

##### **A.1 Actitudes y sentimientos positivos.**

- a.1.1 Frente a escenas donde se muestran comportamientos vinculados a orientaciones de géneros distintos.
- a.1.2 Frente a las temáticas trabajadas en la historia.
- a.1.3 Frente a personajes con orientaciones sexuales o identidades de género diferentes.

##### **A.2 Actitudes y sentimientos negativos.**

- a.2.1 Frente a escenas donde se muestran comportamientos vinculados a orientaciones de géneros distintos.
- a.2.2 Frente a las temáticas trabajadas en la historia.
- a.2.3 Frente a personajes con orientaciones sexuales o identidades de género diferentes.

#### **Aspectos B**

##### **B.1 Características de la plataforma.**

- b.1.1 Planes de pago.
- b.1.2 Diseño de la interface.

##### **B.2 Características del contenido.**

- b.2.1 Variedad del contenido disponible.
- b.2.2 Calidad del video y sonido.

## **Aspectos C**

### C.1 Actitudes y sentimientos.

c.1.1 Actitudes y sentimientos positivos.

c.1.2 Actitudes y sentimientos negativos.

### C.2 Conductas y comportamientos.

c.2.1 Conductas y comportamientos positivos.

c.2.2 Conductas y comportamientos negativos.

## **Aspectos D**

### D.1 Construcción de personajes LGBT.

d.1.1. Edades de los personajes.

d.1.2. Identidad de género de los personajes LGBT.

d.1.3. Personalidades de los personajes.

### D.2 Temas o problemáticas de la pieza.

d.2.1. Conflictos internos.

d.2.2. Conflictos externos.

### D.3 Contexto y lugares.

### D.4 Formato de la pieza.

## **3.4 Población, muestreo y muestra**

Dada la naturaleza de nuestra situación problemática y para una mejor intervención de los instrumentos para la recolección de datos, separamos nuestras unidades de estudio en 3 grupos:

- El primer grupo de población está conformado por jóvenes limeños de 18 a 25 años consumidores de Netflix. Para este segmento elegimos el muestreo no probabilístico por cuotas para asegurar la mayor representatividad de la muestra. Dividiremos Lima, nuestro lugar de estudio, entre 4 zonas (centro, norte, sur y este) bajo esta lógica. Además, también decidimos escoger el muestreo por conveniencia o intencional dado a que se contactarán personas con mayor accesibilidad para las investigadoras. En total, nuestra muestra sería de 8 personas para esta población (2 individuos por cada zona).

- El segundo grupo de población está conformado por jóvenes limeños de 18 a 25 años no consumidores de Netflix. Para este segmento escogemos el muestreo no probabilístico por cuotas y se procederá a dividir Lima en 4 zonas de igual forma como se señaló para el primer grupo. De igual manera, designamos el muestreo por conveniencia debido a la accesibilidad que disponemos para contactar con nuestro grupo de interés. En total, la muestra para esta población sería de 8 personas (2 individuos por cada zona).
- Por último, como tercera unidad de análisis tenemos piezas audiovisuales de la plataforma Netflix con temática LGBT. Para este grupo escogimos el muestreo no probabilístico de tipo casos homogéneos debido a que se cumplen con las siguientes características: nuestras piezas tienen en común presentar personajes LGBT y similares problemas sociales, deben de ser exclusivamente series, deben de ser producidas por Netflix y deben de tener 3 años de antigüedad como máximo. Además, bajo el muestreo de tipo criterio lógico, escogeremos series populares en la plataforma online de Netflix en junio 2020. Por último, señalamos que para el análisis de este contenido observaremos el primer episodio de todas las temporadas de cada serie.

En este sentido, presentamos el siguiente cuadro que especifica el nombre de las series próximas a analizar con su respectivo número de temporadas y capítulos con los que trabajaremos:

<b>Serie</b>	Élite	Sex Education	Queer Eye
<b>Año</b>	2018	2019	2018
<b>N° temporadas</b>	3	2	5
<b>Títulos de capítulos (1ero por temporada)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. “Bienvenidos”</li> <li>2. “20 Horas Desaparecido”</li> <li>3. “Carla”</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. “Episode 1”</li> <li>2. “Episode 1”</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. “You Can't Fix Ugly”</li> <li>2. “God Bless Gay”</li> <li>3. “From Hunter to Hunttee”</li> <li>4. “Wiithout Further Ado”</li> <li>5. “Preaching Out Loud”</li> </ol>

## 3.5 Técnicas en instrumentos de recolección de datos

### 3.5.1 Descripción de técnicas e instrumentos

Para nuestra investigación haremos uso de las técnicas de entrevista y el análisis de contenido. Para esto, desarrollaremos sus respectivos instrumentos: la guía de entrevista y la guía de análisis de contenido. Estas nos serán de gran utilidad para realizar la recolección de los objetivos planteados con anterioridad y del mismo modo podremos distribuir las y adecuarlas mejor a nuestros diferentes grupos de estudios mencionados anteriormente.

- Las guías de entrevistas serán aplicadas a nuestro primer y segundo grupo de estudio, es decir, a los jóvenes limeños de 18 a 25 años consumidores y no consumidores de la plataforma Netflix. Cabe resaltar que se ejecutará una guía de entrevista completamente diferente para cada grupo. Trabajaremos una entrevista semiestructurada, ya que tendremos la flexibilidad de modificar las preguntas a medida que la conversación vaya avanzando.

Estas entrevistas se realizarán en un punto específico acordado con previa anticipación con el entrevistado, durarán aproximada entre 40 a 60 minutos, depende como la entrevista se vaya desarrollando en el momento. Por otro lado, las entrevistas serán grabadas con nuestros teléfonos y, a su vez, tendremos un pequeño cuaderno en el cual se anotarán las respuestas o ideas que encontremos relevantes durante la conversación.

- La guía de análisis de contenido será realizada a nuestro tercer grupo de estudio: piezas audiovisuales de Netflix con temática LGBT. Específicamente, se aplicará a 3 series producidas por Netflix con características mencionadas anteriormente.

Por otro lado, se llegó al acuerdo de que ambas investigadoras realizarán las visualizaciones de las piezas audiovisuales en simultáneo para tener una mayor objetividad de las escenas que presenten cada serie, y también, se planteó un pequeño cronograma para definir qué días de la semana y cuántos episodios se analizarán por día:

- Día 1: 2 capítulos. Hora: 3:00 - 5:00 pm aprox.
- Día 2: 2 capítulos. Hora: 3:00 - 5:00 pm aprox.
- Día 3: 2 capítulos. Hora: 3:00 - 5:00 pm aprox.
- Día 4: 2 capítulos. Hora: 3:00 - 5:00 pm aprox.
- Día 5: 2 capítulos. Hora: 3:00 - 5:00 pm aprox.

Cabe mencionar que al momento de desarrollar el instrumento tendremos en cuenta una observación general con respecto al contenido de los capítulos que se acordó visualizar, y a su vez, tendremos ciertos criterios como las construcciones de los personajes, edades, identidades de género y personalidades de los mismos. Además, se tendrán en cuenta los conflictos internos y conflictos externos que tengan los personajes LGBT.

### **3.5.2 Validación de instrumentos por expertos**

Héctor Ampuero es actualmente profesor en la universidad UCAL en la facultad de Comunicaciones. Lo consideramos como el experto para validar los instrumentos de esta investigación debido a su gran experiencia en el ámbito audiovisual, pues es licenciado en Ciencias de la Comunicación, con especialización en Comunicación Corporativa y magíster en Relaciones Públicas. Dado a esto, tiene más de 15 años de experiencia como comunicador social, con acercamiento a la producción y asesoramiento de piezas audiovisuales. Además, debido a su carrera como docente en pregrado, lo consideramos apto para brindarnos información referente a percepciones u opiniones de jóvenes y adolescentes sobre diverso contenido comunicacional.

Por último, calza perfecto con nuestra investigación debido a su trayectoria social como defensor de los derechos de la comunidad LGBT. Esto lo califica aún más para ser experto de nuestra investigación debido a que nos brindará una mirada más aterrizada para la validación de los instrumentos que pretendemos utilizar para la recolección de data referente a la opinión sobre la comunidad LGBT, así como de contenido audiovisual con esta temática.

### **3.6 Procesamiento y análisis de datos**

En sentido de recopilar y analizar la información de manera verídica con ayuda de nuestros instrumentos, se procederán los datos bajo la siguiente lógica:

1. Se revisará el material y la información recolectada. Con respecto a las entrevistas realizadas, se verificará que los audios de grabación estén correctos y sin problemas técnicos, mientras que con las fichas de la guía de análisis de contenido, se inspeccionará que estén llenas y completas como se requería. Finalizado esto, todo el material se recopilará.
2. Tras la recopilación de información, procederemos a la transcripción de audios de entrevistas y fichas de la guía de análisis de contenido.
3. Luego, ejecutaremos el análisis de información clave, es decir, examinaremos cada criterio y pregunta que se haya desarrollado en la ejecución de los instrumentos para así identificar los resultados más importantes.
4. Por último, procederemos a la comparación de toda la información relevante que hayamos rescatado. Haremos este análisis para identificar patrones, similitudes y diferencias de todos los criterios y preguntas establecidas. Tras esto, plantearemos conclusiones.

### **3.7 Aspectos éticos**

Para esta investigación, a todas las personas involucradas en la ejecución de las entrevistas se les pidió su previo consentimiento para poder grabar los audios y, a su vez, se les hizo firmar un acuerdo en el cual se establece que sus datos personales tendrán la reserva acordada para hacer de estos un uso plenamente académico. De igual manera se le hizo saber a nuestro experto al momento de firmar la validación.

Al ser dos investigadoras, aseguramos nuestro compromiso con mantener la mayor objetividad posible para evitar sesgos o información que pueda dañar, desinformar u ofender al momento de realizar el trabajo de campo. Esto debido a que trabajamos con un tema social aún sensible hasta el día de hoy. Cabe resaltar que cualquier comentario violento, racista o de odio contra la comunidad LGBT será debidamente reportado en relación de la naturaleza de la investigación. Sin embargo, nosotras no respaldamos estas opiniones o conductas de aberración.

Por último, reportamos que dada a la naturaleza de nuestro tema de investigación, ambas investigadoras poseemos cuentas activas de Netflix. De este modo, el acceso a las piezas audiovisuales que examinaremos será confiable, verídico y legal.

#### IV. Administración de la investigación

##### 4.1 Recursos

Esta investigación será autofinanciada y la distribución de recursos para llevarla a cabo será la mencionada en el cuadro mostrado a continuación:

<b>Rubro</b>	<b>Tipo de gasto</b>	<b>Gasto real (S/.)</b>	<b>Gasto efectivo (S/.)</b>
<b>Recursos humanos</b>	Grupo de entrevistados consumidores de Netflix (2 por zona).	-	-
	Grupo de entrevistados no consumidores de Netflix (2 por zona).	-	-
<b>Recursos materiales</b>	Laptop.	S/. 3000	S/. 0
	Teléfono celular (grabadora).	S/. 2000	S/. 0
	Impresión entrevistas consumidores Netflix (8).	S/. 1.60	S/. 1.60
	Impresión entrevistas no consumidores Netflix (8).	S/. 1.60	S/. 1.60
	Impresión guía de análisis de contenido (20).	S/. 10.00	S/. 10.00
	Lápiz o lapicero.	S/. 0.50	S/. 0
<b>Servicios</b>	Netflix	S/. 44.90	S/. 0
	Internet	S/. 179.99	S/. 0
	Zoom	-	-
<b>Gasto total</b>		<b>S/. 5,238.59</b>	<b>S/. 13.20</b>

## 4.2 Cronograma de la investigación

La investigación se desarrollará entre los meses de julio y septiembre, distribuyéndose las actividades involucradas de la siguiente manera:

Cronograma de trabajo													
N°	Actividad	Meses											
		J				A				S			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Ajustes del plan de investigación.	■											
2	Presentación del proyecto de investigación.		■										
3	Aprobación del proyecto de investigación.		■										
4	Ampliación de fuentes bibliográficas (de ser necesario).			■									
5	Preparación/coordinación con próximos entrevistados.				■	■							
6	Aplicación de entrevistas con los 2 grupos.						■	■					
7	Aplicación de guía de análisis de contenido.								■				
8	Procesamiento y análisis de datos.									■	■		
9	Redacción del informe final.										■	■	
10	Revisión y reajuste del informe final.												■
11	Presentación del informe final.												■
12	Aprobación y sustentación.												■

## V. Fuentes de información

Badillo, A. y Marenghi, P. (2003). La juventud: entre los viejos y nuevos medios de comunicación. *Revista de Estudios*, 61, 65-77.

[https://www.academia.edu/853135/La\\_juventud\\_entre\\_los\\_viejos\\_y\\_los\\_nuevos\\_medios\\_de\\_comunicaci%C3%B3n](https://www.academia.edu/853135/La_juventud_entre_los_viejos_y_los_nuevos_medios_de_comunicaci%C3%B3n)

Butler, J. (1990). *El género en disputa. El feminismo y la subordinación de la identidad*. Editorial Paidós.

Carter, D. (2004). *Stonewall: The Riots that Sparked the Gay Revolution*. St. Martin's Press.

Castells, M. (2001). Internet y la sociedad red.

[https://www.um.es/innova/OCW/disen%C3%B1o\\_y\\_evaluaci%C3%B3n\\_materiales\\_did%C3%A1cticos/mpaz/utilidades/pdf/106.pdf](https://www.um.es/innova/OCW/disen%C3%B1o_y_evaluaci%C3%B3n_materiales_did%C3%A1cticos/mpaz/utilidades/pdf/106.pdf)

Cook, C. (2018). *A content analysis of LGBT representation on broadcast and streaming television* [tesis de honores, University of Tennessee at Chattanooga]. UTC Scholar. <https://scholar.utc.edu/honors-theses>

Corfield, J. (2017). *Network vs. Netflix: A Comparative Content Analysis of Demographics Across Prime-Time Television and Netflix Original Programming* [tesis de maestría, University of South Carolina]. Scholar Commons.

<https://scholarcommons.sc.edu/etd/4090>

Cotrina, C. (2018). *Derechos fundamentales y otros derechos que afectan a lesbianas, gays, bisexuales y personas trans, al negarse la unión civil en el Perú* [tesis de grado, Universidad Privada San Juan Bautista]. Repositorio Institucional UPSJB.

<http://repositorio.upsjb.edu.pe/handle/upsjb/1667>

Crovi, D. y López, R. (2011). Tejiendo voces: jóvenes universitarios opinan sobre la apropiación de internet en la vida académica. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, LVI(212), 69-80.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=421/42119790005>

Fernández-Manzano, E. P., Neira, E. y Clares-Gavilán, J. (2016). Gestión de datos en el negocio audiovisual: Netflix como estudio de caso. *El profesional de la información*, 25(4), 568-576. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.jul.06>

Freire, J. (2006). Escribiendo la historia cultural de la televisión en Brasil: aspectos teóricos y metodológicos. *Signo y Pensamiento*, XXV(48), 24-36.

<https://www.redalyc.org/pdf/860/86004802.pdf>

Gallardo, H. y Retana, C. (2016). *Sexualidades Humanas*. Editorial Arlequín.

Galvez, D. (2016). *Estudio sobre los delitos de odio contra las personas LGBT. Un análisis jurídico, criminológico y social de los crímenes de odio contra lesbianas, gays, bisexuales y transexuales*. <http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/usmp/2366>

García, C. (2007). *Diversidad sexual en la escuela. Dinámicas pedagógicas para enfrentar la homofobia*. Editorial Colombia Diversa.

Garza, E. (2012). *Uso y consumo de internet en jóvenes estudiantes: análisis del Estado de Tamaulipas* [tesis de grado, Universidad Santiago de Compostela]. [https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/7511/rep\\_388.pdf;jsessionid=9E40AF50BF39BB4DF17EE0C78664E247?sequence=1](https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/7511/rep_388.pdf;jsessionid=9E40AF50BF39BB4DF17EE0C78664E247?sequence=1)

Gillig, T. y Murphy, S. (2016). Fostering Support for LGBTQ Youth? The Effects of a Gay Adolescent Media Portrayal on Young Viewers. *International Journal of Communication* 10(2016), 3828–3850. <http://ijoc.org>.

Hallinan, B. y Striphos, T. (2016). The Netflix Prize and the Production of algorithmic culture. *New Media & Society*, 18(1), 117-137. <https://doi.org/10.1177/1461444814538646>

Herrera, C. (2018). *Usos y gratificaciones del binge-watching entre jóvenes adultos de Netflix* [tesis de licenciatura, Pontificia Universidad del Ecuador]. Repositorio PUCE. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/15854/Usos%20y%20gratificaciones%20del%20binge-watching%20entre%20j%C3%B3venes%20adultos%20suscriptores%20de%20Netflix%20-%20copia.pdf?sequence=1&BisAllowed=y>

Instituto Nacional de las Mujeres. (2007). *El impacto de los estereotipos y los roles de género en México*. Dirección de Estadística. [http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100893.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100893.pdf)

Izquierdo-Castillo, J. (2015). El nuevo negocio mediático liderado por Netflix: estudio del modelo y proyección en el mercado español. *El profesional de la información*, 24(6), 819-826. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.nov.14>

Izquierdo-Castillo, J. (2007). *Distribución y exhibición cinematográficas en España. Un estudio de situación del negocio en la transición tecnológica digital* [tesis doctoral, Universitat Jaume]. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10466/izquierdo.pdf>

- Kahn, H. (2014). *LGBT parents on american television* [honor theses, University of Southern Mississippi]. The Aquila Digital Community. [https://aquila.usm.edu/honors\\_theses/227](https://aquila.usm.edu/honors_theses/227)
- Kosofsky, E. (1990). *Epistemología del armario*. Editorial de la Tempestad.
- Lamkhede, S. y Das, S. (2019). Challenges in Search on Streaming Services: Netflix Case Study. *SIGIR*, 1-4. <https://arxiv.org/abs/1903.04638>
- Lusted, M. (2013). *Netflix: The Company and Its Founders* (S. V. Hook, ed.). ABDO Publishing. Recuperado de [https://nanopdf.com/download/netflix-the-company-and-its-founders\\_pdf#](https://nanopdf.com/download/netflix-the-company-and-its-founders_pdf#)
- Mayer, K., Bradford, J., Makadon, H., Stall, R., Goldhammer, H. y Landers, S. (2008). Sexual and gender minority health: what we know and what needs to be done. *American Journal of Public Health*, 98(6), 989-995. [10.2105/AJPH.2007.127811](https://doi.org/10.2105/AJPH.2007.127811)
- Mejía, J. y Almanza, M. (2010). Comunidad LGBT: Historia y reconocimientos jurídicos. *Revista Justicia*, 17, 78-110. [www.unisimonbolivar.edu.co/publicaciones/index.php/justicia](http://www.unisimonbolivar.edu.co/publicaciones/index.php/justicia)
- Missé, M. y Coll-Planas, G. (2011). *El género desordenado: críticas en torno a la patologización de la transexualidad*. Egales Editorial.
- Naciones Unidas Derechos Humanos. (s/f). *Orientación sexual e identidad de género en el derecho internacional de los derechos humanos*. <http://acnudh.org/wp-content/uploads/2013/11/orientacion-sexual-e-identidad-de-genero.pdf>
- Narrain, A. (2014). Brasil, India, Sudáfrica: las constituciones transformadoras y su papel en la lucha de la comunidad LGBT. *Revista Internacional de Derechos Humanos*, 1(1), 155-171. <http://salutsexual.sidastudi.org/resources/inmagic-img/DD26986.pdf>
- Netflix, Inc. (2019). *Annual Report on Form 10-K*. United States Securities and Exchange Commission. [https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc\\_financials/2019/ar/2019-10-K.pdf](https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2019/ar/2019-10-K.pdf)
- Netflix, Inc. (2020). *Letter to shareholders: 2019 Q4 Results and Q1 Forecast*. Netflix Inc. [https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc\\_financials/2019/q4/FINAL-Q4-19-Shareholder-Letter.pdf](https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2019/q4/FINAL-Q4-19-Shareholder-Letter.pdf)
- Ojer, T. y Capapé, E. (2012). Nuevos modelos de negocio en la distribución de contenidos audiovisuales: el caso de Netflix. *Revista Comunicación*, 10(1), 187-200. <http://www.davidpublishing.com/Download/?id=14784>

Oliva, P y Badilla, A. (2020). Posiciones diversas: Aportes teórico-políticos sobre la diversidad. *Rev. Rupturas* 10(1), 74-102.

<https://revistas.uned.ac.cr/index.php/rupturas/>

Presente. (s/f). *Guía informativa de respeto a la comunidad LGBTIQ+ (UBER)*

<https://uber.app.box.com/v/GuiaRespetoLgtb>

Sánchez, I. (1999). El cine, instrumento para el estudio y la enseñanza de la Historia. *Comunicar*, (13). <https://www.redalyc.org/pdf/158/15801325.pdf>

Shifter, J. (2016). *Historia de la sexualidad*. EUNED.

Suárez, L. y Villegas, T. (2015). *Las opiniones docentes respecto de la diversidad de comportamientos de género y sus manifestaciones en el aula de clase grado cuarto de la institución educativa Byron Gaviria* [tesis doctoral, Universidad Tecnológica Pereira). Repositorio UTP. <http://hdl.handle.net/11059/6035>

Tinajero, E. (2006). Internet y computadoras en educación: una visión sociocultural. *Apertura*, 6(4),90-105.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=688/68800408>

United Nations. (2019). *Born Free and Equal. Sexual Orientation, Gender Identity and Sex Characteristics in International Human Rights Law* (Second Edition). HR. [https://www.ohchr.org/Documents/Publications/Born\\_Free\\_and\\_Equal\\_WEB.pdf](https://www.ohchr.org/Documents/Publications/Born_Free_and_Equal_WEB.pdf)

Vargas, E. (2009). *La sexualidad también es cosa de niños y niñas: Manual de agentes educativos socializadores AES* (2.ª ed.) Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.

World Health Organization. (2006). *Defining sexual health: report of a technical consultation on sexual health 28-31 january 2002 Geneva*. World Health Organization.

[https://www.who.int/reproductivehealth/publications/sexual\\_health/defining\\_sh/en/](https://www.who.int/reproductivehealth/publications/sexual_health/defining_sh/en/)

<b>MATRIZ DE CONSISTENCIA</b>	
<b>Título</b>	Actitudes de los jóvenes limeños (18 a 25 años) en relación al contenido de Netflix que incluye temática LGBT y esta comunidad en el 2020.
<b>Carrera / Área</b>	Facultad de Negocios y Marketing / Marketing e Innovación
<b>Línea de investigación</b>	Impactos del marketing: más allá del mercado y del consumo en la sociedad.
<b>Tipo de estudio</b>	Básica
<b>Enfoque</b>	Enfoque cualitativo
<b>Diseño</b>	Diseño fenomenológico
<b>Problema general y específicos</b>	<p>Problema general:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿Cuáles son las actitudes de los jóvenes limeños de 18 a 25 años en relación al contenido de Netflix que incluye la temática LGBT y esta comunidad en el 2020?</li> </ul> <p>Problemas específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿Cuáles son las motivaciones de los jóvenes limeños de 18 a 25 años para contratar Netflix y preferirlo frente a otras plataformas streaming en el año 2020?</li> <li>● ¿Cuáles son las actitudes y conductas de los jóvenes limeños de 18 a 25 años en relación a la comunidad LGBT en el 2020?</li> <li>● ¿Cuáles son las características del contenido generado por Netflix en relación a la temática LGBT desde su inicio hasta el año 2020?</li> </ul>

	<p><b>Objetivo General:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprender las actitudes de los jóvenes limeños de 18 a 25 años en relación al contenido de Netflix que incluye temática LGBT y esta comunidad en el 2020.</li> </ul> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indagar en las motivaciones de los jóvenes limeños de 18 a 25 años para contratar Netflix y preferirlo frente a otras plataformas streaming en el año 2020.</li> <li>• Averiguar las actitudes y conductas de los jóvenes limeños de 18 a 25 años en relación a la comunidad LGBT en el 2020.</li> <li>• Conocer las características del contenido generado por Netflix en relación a la temática LGBT desde su inicio hasta el año 2020.</li> </ul>
<p><b>Objetivo general y específicos</b></p>	<p>Los jóvenes limeños de 18 a 25 años presentan una actitud positiva y son más receptivos frente al contenido con temática LGBT que presenta Netflix en su plataforma. Sus motivaciones para suscribirse tienen que ver con estar al tanto del nuevo contenido que lanza Netflix porque es tema de conversación entre grupos de amigos y redes sociales, además del efectivo alcance que tiene la empresa con este sector de la población. Es importante destacar que, con respecto a la comunidad LGBT, los jóvenes se muestran abiertos a recibir contenido e información relacionada a ella. De esta manera, existe un grupo que muestra empatía por esta comunidad, otro que se ve animado a buscar más información de otras fuentes sobre este movimiento social, otro que se siente identificado con los personajes que se muestran en las series o películas de esta temática, y también, uno que tiene actitudes indiferentes ante la temática. Por otro lado, mencionamos que Netflix está dispuesto, y por</p>
<p><b>Supuestos</b></p>	

	<p>lo tanto a la vanguardia, a lanzar contenido con temáticas sociales actuales. Es por este motivo que existe una gran variedad de títulos, entre series y películas, con temática LGBT. Asimismo, las características de este contenido son: la mayoría de está dirigido a un público joven; está mayormente protagonizado por actores jóvenes, independientemente de su orientación o identidad sexual fuera del título en el que trabaja; muestra diferentes contextos, así como grupos menores dentro de la comunidad (gays, lesbianas, transexuales o intersexuales); y por último, tiene como objetivo hacer evidente las problemáticas sociales a las que está expuesta la comunidad LGBT y por las que atraviesa hasta hoy en día.</p>
<p><b>Categorías</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Actitudes de los jóvenes frente al contenido LGBT presentado por Netflix.</li> <li>B. Motivaciones de los jóvenes para contratar Netflix y preferirlo frente a otras plataformas.</li> <li>C. Actitudes y conductas de los jóvenes en relación a la comunidad LGBT.</li> <li>D. Características de los contenidos de Netflix en relación a la temática LGBT.</li> </ul>

## MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

Categoría	Definición operacional	Aspectos	Sub-aspectos	Unidad de análisis	Instrumentos
<p><b>A.</b> Actitudes de los jóvenes frente al contenido LGBT presentado por Netflix.</p>	<p>Actitudes y sentimientos, positivos y negativos, de los jóvenes usuarios de Netflix frente a las películas o series con temática LGBT que se encuentra disponible en la plataforma. Se toma en cuenta la trama de las piezas audiovisuales, así como los personajes, contexto o mensaje que estas presenten.</p>	<p><b>A.1</b> Actitudes y pensamientos positivos</p> <p><b>A.2</b> Actitudes y pensamientos negativos</p>	<p><b>a.1.1</b> Frente a escenas donde se muestran comportamientos vinculados a orientaciones de géneros distintos.</p> <p><b>a.1.2</b> Frente a las temáticas trabajadas en la historia.</p> <p><b>a.1.3</b> Frente a personajes con orientaciones sexuales o identidades de género diferentes.</p> <p><b>a.2.1</b> Frente a escenas donde se muestran comportamientos vinculados a orientaciones de géneros distintos.</p> <p><b>a.2.2</b> Frente a las temáticas trabajadas en la historia.</p> <p><b>a.2.3</b> Frente a personajes con orientaciones sexuales o identidades de género diferentes.</p>	<p>- Jóvenes limeños de 18 a 25 años consumidores de Netflix</p>	<p>- Guía de entrevista</p>

<p><b>B.</b> Características de Netflix que influyen en la decisión de los jóvenes para contratarlo y preferirlo frente a otras plataformas.</p>	<p>Características, tanto de la plataforma como del contenido, de Netflix que influyen en los jóvenes para preferir esta plataforma frente a otras presentes actualmente en el mercado. Se toman en cuenta el precio, ya que repercute en la economía de los usuarios, así como el diseño y calidad de la plataforma. Todos estos aspectos influyen en la decisión final de un joven.</p>	<p><b>B.1</b> Características de la plataforma</p> <p><b>B.2</b> Características del contenido</p>	<p><b>b.1.1</b> Planes de pago.</p> <p><b>b.1.2</b> Diseño de la interface.</p> <p><b>b.2.1</b> Variedad de contenido disponible.</p> <p><b>b.2.2</b> Calidad de video y sonido.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jóvenes limeños de 18 a 25 años consumidores de Netflix</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guía de entrevista</li> </ul>
<p><b>C.</b> Actitudes y conductas de los jóvenes en relación a la comunidad LGBT.</p> <p>4</p>	<p>Actitudes, sentimientos, conductas y comportamientos que tienen los jóvenes en relación a la comunidad LGBT. Se toman en cuenta tanto aspectos positivos como negativos que son generados en jóvenes hacia esta comunidad como respuesta a noticias, contexto mundial,</p>	<p><b>C.1</b> Actitudes y sentimientos</p> <p><b>C.2</b> Conductas y comportamientos</p>	<p><b>c.1.1</b> Actitudes y sentimientos positivos.</p> <p><b>c.1.2</b> Actitudes y sentimientos negativos.</p> <p><b>c.2.1</b> Conductas y comportamientos positivos.</p> <p><b>c.2.2</b> Conductas y comportamientos negativos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jóvenes limeños de 18 a 25 años consumidores de Netflix.</li> <li>- Jóvenes limeños de 18 a 25 años no</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guías de entrevista</li> </ul>

	redes sociales, entorno cercano o experiencia personal.				consumidores de Netflix.	
<b>D.</b> Características de los contenidos de Netflix en relación a la temática LGBT.	Construcción de personajes LGBT, temas o problemáticas, contexto, lugares y formato de las piezas son algunas de las características, que tomamos en cuenta, de los contenidos que genera la plataforma Netflix en relación a la temática de la comunidad LGBT.	<b>D.1</b> Construcción de personajes LGBT. <b>D.2</b> Temas o problemáticas de la pieza <b>D.3</b> Contexto y lugares <b>D.4</b> Formato de la pieza	<b>d.1.1.</b> Edades de los personajes. <b>d.1.2.</b> Identidad de género de los personajes LGBT. <b>d.1.3.</b> Personalidades de los personajes. <b>d.2.1.</b> Conflictos internos. <b>d.2.2.</b> Conflictos externos.	- Piezas audiovisuales de la plataforma Netflix con temática LGBT.	- Guía de análisis de contenido	

## GUÍA DE ENTREVISTA A JÓVENES LIMEÑOS DE 18 A 25 AÑOS CONSUMIDORES DE NETFLIX

### Datos generales

- Nombre:
- Edad:
- Zona:
- Hora de inicio y fin:
- Fecha:
- Entrevistador:

### Objetivos

La entrevista tiene como objetivo conocer las opiniones, actitudes y percepciones de los jóvenes limeños con respecto al contenido que Netflix presenta con temática LGBT, así como de la empresa y la comunidad por separado.

### Instrucciones para el entrevistador

Hacerle saber al usuario la importancia académica de la entrevista y plantear las preguntas de la guía para que el entrevistado se exprese en sus respuestas. Además, estar atento a si algún concepto no es manejado en su totalidad para que la conversación sea fluida.

### Texto de apertura

Buenas \_\_\_\_\_, mi nombre es \_\_\_\_\_ y agradezco su tiempo para esta reunión. La entrevista tiene que ver con su experiencia utilizando la plataforma Netflix, además de su opinión sobre contenido con temática LGBT y la misma comunidad. Si no hay ninguna pregunta, daremos inicio.

### Cuerpo de preguntas

1. ¿A qué te dedicas?
2. ¿Cuáles son tus hobbies?
3. ¿Cómo describirías tu estilo de vida?
4. ¿Por qué medio sueles ver sus películas o series de preferencia?
5. ¿Me podrías decir qué es Netflix?
6. ¿Cómo te enteraste de la existencia de Netflix?
7. ¿Qué te motivó a ser miembro de Netflix?
8. A parte de Netflix, ¿utilizas otra plataforma? ¿Por qué?
9. ¿Con qué adjetivos calificarías a la plataforma de Netflix?
10. ¿Consideras que la plataforma cumple todas tus necesidades? ¿Por qué?

11. ¿Cómo consideras el precio de la mensualidad de Netflix?
12. ¿Cuáles son los momentos en que prefieres ver series o películas dentro de la plataforma Netflix? ¿Por qué?
13. ¿Cuáles son las series o qué tipo de películas que más sueles ver? ¿Por qué?
14. ¿Qué te motiva a ver una serie o película en Netflix?
15. ¿Haz visualizado alguna serie o película con temática LGBT? ¿Cuáles son?
16. ¿Qué actitudes sueles ver normalmente en los personajes LGBT? ¿Qué características tienen?
17. ¿Qué opinas sobre los personajes dentro de series o películas con temática LGBT?
18. ¿Qué problemáticas sueles ver dentro de estas series o películas?
19. ¿Qué opinas sobre las historias que se desarrollan en las series o películas con temática LGBT?
20. ¿Cómo te sientes cuando visualizas escenas con temática LGBT?
21. ¿Qué opinión tienes con respecto a la comunidad LGBT y sus miembros? ¿Por qué?
22. ¿Alguna vez has participado de alguna marcha LGBT?
23. ¿En redes sociales sueles mostrar apoyo a personas LGBT o eres neutral al respecto?
24. ¿Estás de acuerdo con que Netflix transmita películas o series con contenido LGBT?
25. ¿Crees que los perjudique o beneficie al transmitir contenido LGBT en Netflix?

#### Texto de despedida

(Nombre del entrevistado), esa fue la última pregunta. Damos por finalizada la entrevista, muchas gracias por su tiempo.

## GUÍA DE ENTREVISTA A JÓVENES LIMEÑOS DE 18 A 25 AÑOS NO CONSUMIDORES DE NETFLIX

### Datos generales

- Nombre:
- Edad:
- Zona:
- Hora de inicio y fin:
- Fecha:
- Entrevistador:

### Objetivos

La entrevista tiene como objetivo conocer las opiniones, actitudes y percepciones de los jóvenes limeños con respecto a la comunidad LGBT en la coyuntura actual social de nuestro país y el mundo, piezas audiovisuales que contengan esta temática y, brevemente, sobre la empresa Netflix.

### Instrucciones para el entrevistador

Hacerle saber al usuario la importancia académica de la entrevista y plantear las preguntas de la guía para que el entrevistado se exprese en sus respuestas. Además, estar atento a si algún concepto no es manejado en su totalidad para que la conversación sea fluida.

### Texto de apertura

Buenas \_\_\_\_\_, mi nombre es \_\_\_\_\_ y agradezco su tiempo para esta reunión. La entrevista tiene que ver con su percepción sobre la plataforma Netflix y, además, sobre su opinión acerca de la comunidad LGBT. Si no hay ninguna pregunta, daremos inicio.

### Cuerpo de preguntas

1. ¿A qué te dedicas?
2. ¿Cuáles son tus hobbies?
3. ¿Podrías describir tu estilo de vida?
4. ¿Con qué frecuencia sueles ver películas o series?
5. ¿Has oído hablar sobre Netflix?
6. ¿Con qué adjetivos calificarías la idea de la plataforma de Netflix? ¿Por qué?
7. ¿Cuál es el motivo por el cual no eres miembro de la plataforma Netflix?
8. ¿Has sentido curiosidad por utilizar la plataforma de Netflix?
9. ¿En qué plataforma sueles ver películas o series?
10. ¿Por qué es de tu preferencia la plataforma mencionada anteriormente?

11. ¿Qué tipo de género de películas o series ves?
12. ¿Alguna vez has visualizado alguna serie o película con temática LGBT? ¿Cuál?
13. ¿Qué actitudes sueles tener cuando visualizas alguna escena de temática LGBT?
14. ¿Qué opinas acerca del contenido audiovisual con temática LGBT? ¿Estás de acuerdo?
15. ¿Qué opinión tienes con respecto a la comunidad LGBT y sus miembros? ¿Por qué?
16. ¿Has asistido a alguna marcha en apoyo a esta comunidad?
17. ¿Qué opinas sobre las problemáticas a las que se enfrenta la comunidad LGBT?
18. ¿En redes sociales sueles mostrar apoyo a personas LGBT o eres neutral al respecto?

Texto de despedida

(Nombre del entrevistado), esa fue la última pregunta. Damos por finalizada la entrevista, muchas gracias por su tiempo.

## GUÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO PARA SERIES DE NETFLIX CON TEMÁTICA LGBT

### Datos generales

Título de la serie: \_\_\_\_\_

Temporada: \_\_\_\_\_

Capítulo específico: \_\_\_\_\_

Año: \_\_\_\_\_

Duración: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Hora: \_\_\_\_\_

Observador: \_\_\_\_\_

### Objetivo

El objetivo de la siguiente guía es registrar las características, datos e información relevante para nuestra investigación de ciertos capítulos de series con temática LGBT de Netflix.

### Instrucciones para el investigador

El investigador debe de situarse para ver el capítulo específico atentamente con los materiales necesarios para tomar nota y llenar la siguiente día con los datos que se solicitan. Puede adelantar, retroceder y poner pausa cuando este lo crea conveniente. O, en todo caso, puede volver a ver el capítulo completo de ser así ser necesario.

### Materiales complementarios

El investigador debe de tener consigo un lápiz o lapicero y borrador, además de su cuenta en Netflix abierta en el capítulo específico listo para reproducirse.

Aspectos	Subaspectos	Observaciones
<i>Hacer un listado de los personajes principales y proceder a colocar la información que se pide.</i>		
Construcción de personajes LGBT	Edad de los personajes.	
	Orientación sexual e Identidad de género de los personajes.	

	<p>Personalidad y actitudes de los personajes.</p>	
<p><i>Describir las problemáticas que presenta el capítulo.</i></p>		
<p>Temas o problemática de las piezas</p>	<p>Conflictos internos.</p>	

	<p>Conflictos externos.</p>	
<p><i>Describir el contexto y los lugares en donde toma lugar el capítulo.</i></p>		
<p>Contexto y lugares</p>	<p>-</p>	

<i>Mencionar y describir características adicionales sobre el formato del capítulo.</i>		
Formato de la pieza	-	

## VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES

1.1. Apellidos y Nombres del validador: **AMPUERO QUEZADA, HÉCTOR DAVID**

1.2. Cargo e institución donde labora: **DOCENTE FACULTAD DE COMUNICACIÓN UCAL**

1.3. Autor del instrumento: Piña, M. y López, N.

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (la no aceptabilidad implica dejar en blanco los cuadros de evaluación)

CRITERIOS	INDICADORES	ACEPTABLE (MARQUE CON UN ASPA)	PARCIALMENTE ACEPTABLE (MARQUE CON UN ASPA)
<b>CONSISTENCIA INTERNA</b>	El instrumento tiene un contenido que evidencian los indicadores y valores de las variables/categorías de investigación.	<b>X</b>	
<b>OBJETIVIDAD</b>	El instrumento y su contenido cumplen con el objetivo principal del trabajo de investigación y la propuesta que se ofrece en los alcances de la investigación.	<b>X</b>	
<b>APORTE</b>	Los elementos del instrumento responden a criterios de interés del especialista que le permitirá recoger conocimientos que aportan a su carrera.	<b>X</b>	
<b>VALIDEZ</b>	Los instrumentos de investigación guardan relación con la lógica de la matriz de consistencia y de operacionalización/categorización de la tesis.	<b>X</b>	

### III. OPINIÓN (de la aceptabilidad total o parcial)

Considero que el instrumento analizado cumple con los requisitos para ser aceptado en su totalidad.

### IV. VEREDICTO FINAL DE CUMPLIMIENTO

Sí cumple

No cumple

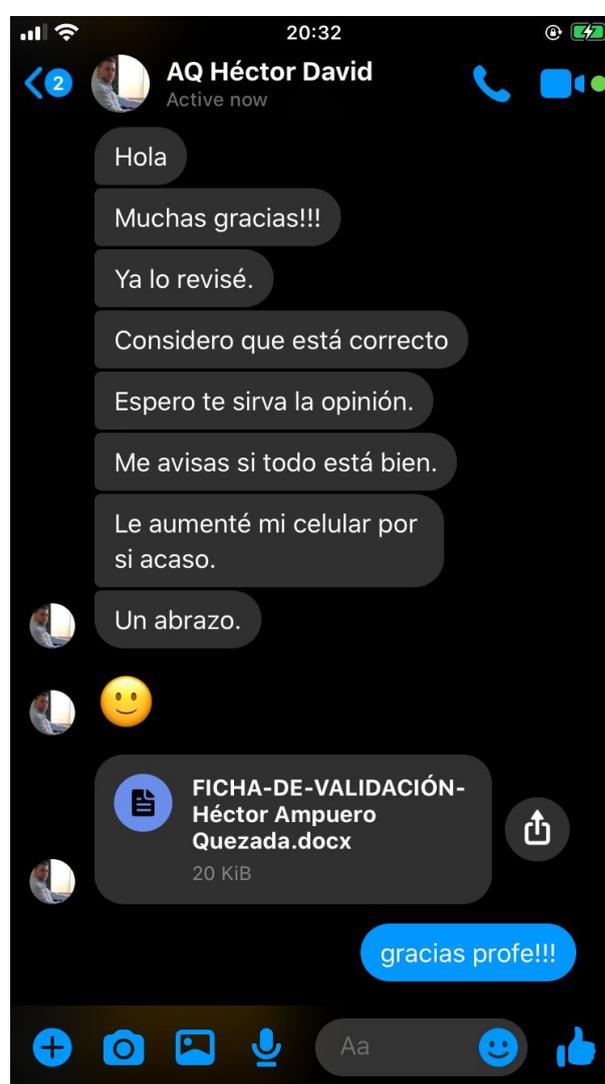
Héctor David Ampuero Quezada  
Docente Facultad de Comunicación UCAL

**Nombre y Cargo:**

**D.N.I.: 09531935**

**Celular: 960269938**

## Evidencia de devolución de validación de instrumentos por expertos del docente Héctor Ampuero



## ANEXO N° 1

### FORMATO DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA (\*)

**1. DATOS PERSONALES (un formato por estudiante)**

Apellidos y nombres: Piña Espinoza, Mauri Johanne Patricia

CÓDIGO: 2018108922

D.N.I.: 74821265

Teléfono: 995552238

Correo electrónico: mjpiniae@crear.ucal.edu.pe

**2. DATOS ACADÉMICOS**

Facultad: Negocios e Innovación

Carrera profesional: Marketing e Innovación

Curso que desarrolla: Metodología de la Investigación

**3. TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Título: Actitudes de los jóvenes limeños (18 a 15 años) en relación al contenido de Netflix que incluye temática LGBT y esta comunidad en el 2020.

Ciclo de edición: 2020 - 1

**4. SU OBRA SE PUBLICARÁ EN: (\*\*)**

- Repositorio UCAL (<http://repositorio.ucal.edu.pe>)
- Repositorio nacional de CONCYTEC (<http://alicia.concytec.gob.pe>)
- Repositorio internacional La Referencia (<http://lareferencia.redclara.net/>)

Marque con un "X" que tiene conocimiento del proceso:

Tengo conocimiento	x
--------------------	---

En los siguientes ítems, relacionados con las licencias Creative Commons para condiciones de uso de su trabajo de investigación una vez que esté disponible en internet, puede elegir la modalidad de acceso:

**5. ¿Autoriza obras derivadas a partir de su trabajo de investigación? Por favor marque con una "X"**  
Una obra derivada es una obra transformada (traducida, adaptada, arreglada o incluida en una compilación).

Sí

Sí, siempre que se comparta de la misma manera (licencias idénticas).

No

**6. ¿Autoriza la publicación completa o restringida? (\*\*)**

Sí, la versión completa y de acceso abierto	x
No, solo el resumen y disponible en biblioteca	

(\*) Se entiende por trabajos de investigación formativa a, artículo de investigación, tesina, proyecto de investigación, ensayo, o cualquier otro trabajo de investigación que no conduce a grado académico o título profesional, etc. (\*\*) debe enviar junto con el trabajo completo el resumen de la investigación.

## Anexo 2

### DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Mauri Johanne Patricia Piña Espinoza con DNI N° 74821265, estudiante del curso de Marketing e Innovación de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina a efecto de cumplir con las disposiciones de la ley universitaria 30220, declaro bajo juramento el contenido y la documentación que acompaño es veraz y auténtica. Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presentan en el presente proyecto de investigación son auténticos y veraces. En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información presentada, por lo cual me someto a las disposiciones del código de ética.

La Molina, 06 de junio del 2020

Piña Espinoza, Mauri Johanne Patricia

Apellidos y nombres del Estudiante

## ANEXO N° 1

### FORMATO DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA (\*)

**1. DATOS PERSONALES (un formato por estudiante)**

Apellidos y nombres: López Solís, Nathalia Patricia

CÓDIGO: 2018109537

D.N.I.: 74979260

Teléfono: 983512010

Correo electrónico: mjpinae@crear.ucal.edu.pe

**2. DATOS ACADÉMICOS**

Facultad: Negocios e Innovación

Carrera profesional: Marketing e Innovación

Curso que desarrolla: Metodología de la Investigación

**3. TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Título: Actitudes de los jóvenes limeños (18 a 15 años) en relación al contenido de Netflix que incluye temática LGBT y esta comunidad en el 2020.

Ciclo de edición: 2020 - 1

**4. SU OBRA SE PUBLICARÁ EN: (\*\*)**

- Repositorio UCAL (<http://repositorio.ucal.edu.pe>)
- Repositorio nacional de CONCYTEC (<http://alicia.concytec.gob.pe>)
- Repositorio internacional La Referencia (<http://lareferencia.redclara.net/>)

Marque con un "X" que tiene conocimiento del proceso:

Tengo conocimiento	x
--------------------	---

En los siguientes ítems, relacionados con las licencias Creative Commons para condiciones de uso de su trabajo de investigación una vez que esté disponible en internet, puede elegir la modalidad de acceso:

**5. ¿Autoriza obras derivadas a partir de su trabajo de investigación? Por favor marque con una "X"**  
Una obra derivada es una obra transformada (traducida, adaptada, arreglada o incluida en una compilación).

Sí

Sí, siempre que se comparta de la misma manera (licencias idénticas).

No

**6. ¿Autoriza la publicación completa o restringida? (\*\*)**

Sí, la versión completa y de acceso abierto	x
No, solo el resumen y disponible en biblioteca	

(\*) Se entiende por trabajos de investigación formativa a, artículo de investigación, tesina, proyecto de investigación, ensayo, o cualquier otro trabajo de investigación que no conduce a grado académico o título profesional, etc. (\*\*) debe enviar junto con el trabajo completo el resumen de la investigación.

## Anexo 2

### DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Nathalia Patricia López Solis con DNI N° 74979260, estudiante del curso de Marketing e Innovación de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina a efecto de cumplir con las disposiciones de la ley universitaria 30220, declaro bajo juramento el contenido y la documentación que acompaño es veraz y auténtica. Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presentan en el presente proyecto de investigación son auténticos y veraces. En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información presentada, por lo cual me someto a las disposiciones del código de ética.

La Molina, 06 de junio del 2020

López Solis, Nathalia Patricia

Apellidos y nombres del Estudiante

## ANEXO N° 1

### FORMATO DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE OBRAS (\*)

**1. DATOS PERSONALES (un formato por autor)**

Apellidos y nombres: Piña Espinoza, Mauri Johanne Patricia

D.N.I.: 74821265

Teléfono: 995552238

Correo electrónico: mjpinae@crear.ucal.edu.pe

**2. DATOS ACADÉMICOS**

Facultad: Negocios e Innovación

Carrera profesional: Marketing e Innovación

Título y/o grado al que opta (*si la obra es una tesis*):

**3. DATOS DE LA OBRA**

Título: Actitudes de los jóvenes limeños (18 a 15 años) en relación al contenido de Netflix que incluye temática LGBT y esta comunidad en el 2020.

Año de edición: 2020

**4. SU OBRA SE PUBLICARÁ EN: (\*\*)**

- Repositorio UCAL (<http://repositorio.ucal.edu.pe>)
- Repositorio nacional de CONCYTEC (<http://alicia.concytec.gob.pe>)
- Repositorio internacional La Referencia (<http://lareferencia.redclara.net/>)

Marque con un "X"

Autorizo publicar mi tesis	x
No autorizo publicar mi tesis (**)	

- 5. CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES:** Si cede sus derechos patrimoniales a la Universidad, ésta podrá iniciar acciones legales de carácter judicial o administrativo contra cualquier persona natural o jurídica que cometa infracción por el uso indebido de su obra.

Sí, cedo mis derechos	x
No cedo mis derechos	

- 6. RECOMENDACIÓN:** En la página 2 usted puede elegir licencias Creative Commons para condiciones de uso de su obra una vez que esté disponible en internet.

(\*) Se entiende por obra a capítulo de libro, artículo de investigación, tesis o tesina de investigación, etc.)

(\*\*) En caso marque que no autoriza la publicación, deberá remitir un resumen de la tesis o indicar las páginas que solo se publicarán.

## ELIJA UNA LICENCIA CREATIVE COMMONS

Las licencias Creative Commons son un complemento a los derechos de autor que usted tiene como **titular** de la tesis. Con la elección de una licencia usted permite que los usuarios de su obra puedan comunicarla públicamente, reproducirla y distribuirla siempre que **reconozcan su autoría** y teniendo en cuenta las condiciones que usted determine a continuación:

1. **¿Permite el uso comercial de su obra?**  
Por favor marque con una "X"

**Sí.** - significa que permite que terceros obtengan beneficios económicos con su obra.

**No.** - significa que terceros no pueden beneficiarse económicamente, pero que aún pueden comunicarla, reproducirla y distribuirla.

2. **¿Autoriza obras derivadas a partir de su obra?**  
Por favor marque con una "X"

Una obra derivada es una obra transformada (traducida, adaptada, arreglada o incluida en una compilación).

**Sí**

**Sí,** siempre que se comparta de la misma manera (licencias idénticas).

**No**

**Observaciones:** Si tiene alguna observación acerca del tratamiento de su obra, puede colocarla aquí:

---

---

---

Firma de recepción: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_ 

## ANEXO N° 1

### FORMATO DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE OBRAS (\*)

**1. DATOS PERSONALES (un formato por autor)**

Apellidos y nombres: López Solis, Nathalia Patricia

D.N.I.: 74979260

Teléfono: 983512010

Correo electrónico: mjpinae@crear.ucal.edu.pe

**2. DATOS ACADÉMICOS**

Facultad: Negocios e Innovación

Carrera profesional: Marketing e Innovación

Título y/o grado al que opta (*si la obra es una tesis*):

**3. DATOS DE LA OBRA**

Título: Actitudes de los jóvenes limeños (18 a 15 años) en relación al contenido de Netflix que incluye temática LGBT y esta comunidad en el 2020.

Año de edición: 2020

**4. SU OBRA SE PUBLICARÁ EN: (\*\*)**

- Repositorio UCAL (<http://repositorio.ucal.edu.pe>)
- Repositorio nacional de CONCYTEC (<http://alicia.concytec.gob.pe>)
- Repositorio internacional La Referencia (<http://lareferencia.redclara.net/>)

Marque con un "X"

Autorizo publicar mi tesis	x
No autorizo publicar mi tesis (**)	

- 5. CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES:** Si cede sus derechos patrimoniales a la Universidad, ésta podrá iniciar acciones legales de carácter judicial o administrativo contra cualquier persona natural o jurídica que cometa infracción por el uso indebido de su obra.

Sí, cedo mis derechos	x
No cedo mis derechos	

- 6. RECOMENDACIÓN:** En la página 2 usted puede elegir licencias Creative Commons para condiciones de uso de su obra una vez que esté disponible en internet.

(\*) Se entiende por obra a capítulo de libro, artículo de investigación, tesis o tesina de investigación, etc.)

(\*\*) En caso marque que no autoriza la publicación, deberá remitir un resumen de la tesis o indicar las páginas que solo se publicarán.

## ELIJA UNA LICENCIA CREATIVE COMMONS

Las licencias Creative Commons son un complemento a los derechos de autor que usted tiene como **titular** de la tesis. Con la elección de una licencia usted permite que los usuarios de su obra puedan comunicarla públicamente, reproducirla y distribuirla siempre que **reconozcan su autoría** y teniendo en cuenta las condiciones que usted determine a continuación:

1. **¿Permite el uso comercial de su obra?**  
Por favor marque con una "X"

**Sí.** - significa que permite que terceros obtengan beneficios económicos con su obra.

**No.** - significa que terceros no pueden beneficiarse económicamente, pero que aún pueden comunicarla, reproducirla y distribuirla.

2. **¿Autoriza obras derivadas a partir de su obra?**  
Por favor marque con una "X"

Una obra derivada es una obra transformada (traducida, adaptada, arreglada o incluida en una compilación).

**Sí**

**Sí,** siempre que se comparta de la misma manera (licencias idénticas).

**No**

**Observaciones:** Si tiene alguna observación acerca del tratamiento de su obra, puede colocarla aquí:

---

---

---

Firma de recepción: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_ 