



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y

MEDIOS INTERACTIVOS

[La comparación entre televisión tradicional y vía streaming entre los jóvenes de Lima Metropolitana]

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Comunicación Audiovisual y Medios

Interactivos

AUTOR(ES)

Morales Saldaña, Sergio Jair (0000-0002-0342-2554)

ASESOR

Caramutti De la Piedra, Rosalia Del Pilar (0000-0002-6228-119X)

Lima, 22 de Marzo de 2022

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico a mis abuelos: Julio y Antonia; quienes fueron la base necesaria de mi vida. A ellos, todo.

Resumen

El presente trabajo de investigación analiza las características del contenido que generan los principales canales de televisión moderna en el Perú y los diferentes servicios de streaming que existen en la actualidad, todo parte desde la perspectiva de los jóvenes de Lima metropolitana. De igual manera, se identificarán los gustos y preferencias con relación a los canales de televisión del país y las diversas plataformas de streaming que existen en la actualidad; esto permitirá saber cuales son las prioridades de los jóvenes entre ambas opciones.

Este trabajo de investigación tiene como objetivo estudiar las preferencias del consumidor en base a los diferentes creadores de contenido que existen en la actualidad, tales como la televisión moderna y las plataformas de streaming.

Palabras clave: Streaming - consumidor - televisión - contenido de programa - joven

Abstract

This research work analyzes the characteristics of the content generated by the main modern television channels in Peru and the different transmission services that currently exist, all from the perspective of the young people of metropolitan Lima. Likewise, tastes and preferences will be identified in relation to the country's television channels and the various transmission platforms that currently exist; this will be able to know what the priorities of the young people between both options are.

This research work aims to study consumer preferences based on the different content creators that exist today, such as modern television and broadcast platforms.

Keywords: Streaming, consumer, television, program content, young

TABLA DE CONTENIDOS

Resumen	2
Tabla de contenidos	3
Planteamiento de la investigación	5
Situación problemática	5
Justificación	6
Preguntas	8
Pregunta general	8
Preguntas específicas	8
Objetivos	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
Estado del Arte (Antecedentes)	9
Marco teórico	14
Metodología	19
Referencias	38
Anexos	42
Anexo 1. Matriz de consistencia cualitativa	42
Anexo 2. Matriz de consistencia cuantitativa	45
Anexo 3. Guía de observación participante	46

Introducción

Situación problemática

En los últimos tiempos, las plataformas de streaming como Netflix, HBO, Disney +, han surgido como una opción de entretenimiento que se ofrece en línea. Este tipo de plataformas de contenido funcionan con conexión a internet: un método que los convierte en dependientes. Sin embargo, una de las tantas opciones favorables que ofrecen es que, a pesar de que todo el contenido que se emite se puede ver en máxima resolución, este no ocupa espacio dentro de la memoria interna del dispositivo en el que se reproduce. Sin embargo, si este dispositivo es un celular, se debe tener en cuenta que la aplicación ocupará un espacio y la fluidez del contenido dependerá del plan de datos que se adquiriera en la empresa de telefonía celular (Gil y Rivera, 2019).

En la actualidad, existen diversos canales de televisión que han optado por ofrecer, en su catálogo de opciones, la posibilidad de proyectar parte de su contenido en streaming. Entre ellos se encuentran empresas como Disney, Star Channel, HBO, Movistar +, América Televisión, entre otras.

Estas plataformas, resultan atractivas porque permiten que el consumidor forme parte de ellas a método de interacción. Por otro lado, si hablamos de la televisión convencional, es importante acotar que esta aún no ha sido relegada. Como se ha mencionado en líneas anteriores, la televisión sigue existiendo y, se podría decir, que está adaptándose a los nuevos medios de comunicación. Martínez, Juanatey, Crespo y Dolores (2015, como se citó en Vilca, 2020) ha señalado que algunos canales de televisión moderna en el Perú están teniendo en cuenta empezar a transmitir parte de su contenido en plataformas digitales. Ejemplo de ello es América Televisión con su propuesta en streaming llamada: América TVGO, la cual, ofrece diferentes tipos de paquetes y ofertas audiovisuales como: novelas, series, magazines, noticieros, películas peruanas, series coreanas y mucho más.

De esta manera, se evidencia que la televisión convencional está adaptándose a la demanda que generan los nuevos medios. Tal como lo señala Vilca (2020) esto sucede porque “las empresas televisivas utilizan estas redes sociales para captar la atención de la audiencia, debido al gran alcance que posee, lo cual les brinda un beneficio al momento de transmitir la información, ya que esta será observada de manera masiva” (p.1).

El contexto en el que se encuentra actualmente la televisión convencional y las plataformas de streaming que ofrecen las casas televisoras, permite percibir que cada una de ellas, independientemente a lo que puedan ofrecer, se adaptan a lo que los consumidores buscan. Es por ello que, en el presente trabajo, se enfocarán las investigaciones en evidenciar cuales son las preferencias de los jóvenes de Lima metropolitana.

Justificación

La presente investigación surge a raíz de la inquietud sobre las preferencias de los jóvenes de Lima metropolitana con relación al consumo de televisión convencional y los diferentes tipos de servicios streaming. Desde hace algunos años, el concepto que se tenía de la televisión servía para entender que no solo era un aparato electrónico capaz de reproducir miles de fotogramas por segundo, sino también como una herramienta necesaria para que la gente se pueda informar sobre los últimos acontecimientos y así contextualizar la situación nacional de cada país. Además, esta opción permitía que las personas puedan percibir como era cada nación. Tal como lo menciona Verón (2009 como se citó en Amaya y Charlois 2018) desde hace algunos años “la televisión era una ventana abierta al mundo exterior, donde el mundo exterior estaba construido a partir de una localización nacional” (p.19).

Sin embargo, desde el surgimiento de los nuevos medios y, por ende, la eclosión del streaming, nacen nuevos consumidores que generan otras demandas. A estos consumidores, en la actualidad se les conoce como *prosumidores*; un prosumidor puede acceder a cualquier tipo de contenido en streaming. Según ha señalado Lastra (2016), un prosumidor es aquella persona que consume algún tipo de contenido y, además, ejerce una participación activa frente a él, es decir, el aporte que ejecuta es de suma importancia. Es por ello, que en los últimos años esta participación ha ido aumentando significativamente. Algunos experimentados opinan que, incluso, existen rangos o clasificaciones según el tipo de prosumidor.

En este caso el individuo además de consumir el tipo de contenido que se le ofrece, también es capaz de analizar, retroalimentar y participar de lo que ve. Tal como lo señala Rigo (2018) esto sucede porque “las audiencias no son pasivas, sino que son activas. Una persona que está frente al televisor procesa la información, le significa algo lo que está mirando. El receptor toma una postura sobre lo que observa en los medios” (p. 2). Por otro lado, el constante cambio y la necesidad de satisfacer a la demanda del público, obliga a que los medios digitales se transformen constantemente y cada vez se vuelvan más rápidos e interactivos. Esto sucede porque “la televisión se reinventa constantemente, lucha para superarse en términos tecnológicos, y de esta manera seguir atrayendo a las audiencias” (Rigo, 2018, p.1). Actualmente, la televisión se prepara y se adapta a los constantes cambios que generan los nuevos medios digitales. Tal como lo señala Rigo (2018), en los últimos años las personas eligen los horarios, días, fechas u horas en las que desean visualizar algún tipo de programa, esto supone una libertad en cuanto a elección de contenido; es por ello que el tipo de *televisión broadcasting* se prepara para afrontar los requerimientos de los nuevos medios digitales.

Asimismo, este trabajo de investigación busca identificar el tipo de consumo de los jóvenes Limeños en plataformas de streaming, así como también en televisión convencional. No obstante, se piensa que, en el futuro, estos dos tipos de medios de comunicación: televisión convencional y servicios de streaming, pueden llegar a fusionarse para poder llegar a satisfacer ambas demandas, este tipo de estrategias se le conoce como: convergencia de medios. Sin embargo, esta premisa puede ser un tanto lejana si se tiene en cuenta que los medios digitales como el streaming ofrecen una mayor variedad de contenidos. Tal como lo señala Roig (2005)

esto sucede porque ‘‘ no hay duda de que la televisión está sufriendo un importante proceso de transformación y de crisis de identidad a causa de la expansión de las posibilidades ofrecidas por las tecnologías digitales’’ (p. 3).

En el mundo existen varias empresas que ofrecen servicios de streaming; tales como: Netflix, Disney +, Amazon Prime, HBO GO entre otras. En Lima, estas plataformas también han adquirido adeptos. Tal como lo menciona Mendoza (2019) en la capital ‘‘ destaca el incremento en el uso de sistemas como Netflix o HBO (conocidos bajo la categoría de plataformas OTT), que pasó de 13% de uso en la población en el 2017 al 33% en el 2019’’ (p. 1). Esto permite entender que, las preferencias en cuanto a contenido que ofrecen las plataformas anteriormente mencionadas, son atractivas para el público.

Algunos factores cambiantes entre la televisión moderna frente a las nuevas plataformas de streaming no solo se deben a los contenidos variables que se pueden generar, si no, también se genera por la fácil accesibilidad de contenido y la ventaja de poder acceder a ello. Tal como lo menciona Rigo (2018) esto se debe a que’’ El poder acceder a lo que se transmite en televisión desde un aparato tecnológico como puede ser una computadora hasta un teléfono celular, es sin dudas un cambio significativo en la evolución de la televisión, impensado durante años’’ (p. 1).

Como hemos mencionado anteriormente, la televisión está tratando de adaptarse a los nuevos medios y es necesaria y urgente una nueva definición. Existen, hasta el momento, un significado general que le otorgó el diccionario de la Real Academia. Según Rigo (2018), la RAE, define a la televisión como una transmisión de imágenes a distancia mediante ondas hercianas. En primer lugar, se refiere al aparato electrónico y en segundo lugar se refiere solo a las ondas que pueden reproducir el contenido.

Por otro lado, la demanda de los servicios de streaming se dan gracias al surgimiento del internet y de las posibilidades en las que se sostienen estas nuevas plataformas para captar mayores usuarios. Hay que entender que el internet ya no es más el futuro, es el presente y sobre él se edifican nuevas bases para el desarrollo de nuevas propuestas visuales (Rigo, 2018).

De igual manera, para entender como las plataformas de streaming han acentuado de manera agresiva sus estrategias para ganar más adeptos, se necesita entender que los comportamientos de los consumidores obligan a que estas repercusiones se tornen aún más evidentes, pues son ellos quienes generan las demandas y la necesidad de poder satisfacerlas (Medina, 2016). Tal como se ha mencionado, la sola interacción del público en las plataformas de streaming nos permiten entender de que el individuo tiene la capacidad de poder elegir cuando, donde y cómo quiere ver el contenido. Tal como ha concluido Castro (2005, como se citó en Medina, 2016) ha señalado que cualquier persona a través de su teléfono móvil, como una computadora o tablet, puede escuchar o ver cuando lo desee la ejecución de una pieza musical.

Pregunta general y específicas

Pregunta general.

- ¿Qué características tienen los principales canales de televisión moderna del Perú que le permiten seguir existiendo en una sociedad de jóvenes limeños con preferencias cambiantes hacia los medios digitales?

Preguntas específicas.

- ¿Cuales son las características del servicio de streaming que prefieren los jóvenes de Lima metropolitana?
- ¿Cuales son las características de los principales canales de televisión que prefieren los jóvenes de Lima metropolitana?
- ¿Cuales son las preferencias de los jóvenes de Lima metropolitana frente al servicio de streaming y los principales canales de televisión de señal abierta?

Objetivo general y específicos

Objetivo general.

- Identificar las características de los principales canales de televisión moderna del Perú que le permiten seguir existiendo en una sociedad de jóvenes limeños con preferencias cambiantes hacia los medios digitales

Objetivos específicos.

- Identificar las características del servicio de streaming que prefieren los jóvenes de Lima metropolitana.
- Determinar las características de los principales canales de televisión que prefieren los jóvenes de Lima metropolitana.
- Analizar las preferencias de los jóvenes de Lima metropolitana frente al servicio de streaming y los principales canales de televisión

Estado de la cuestión (Antecedentes)

1. La industria de la Televisión Peruana

El presente tema de investigación tiene, como antecedentes, varios criterios destacables. En primer lugar, se debe tener en cuenta que se han podido realizar varios estudios sobre la televisión peruana de la década de 1990 hasta la actualidad; éstos son los casos de, por ejemplo, el estudio planteado por Fernando Vivas, Antonio Gil, Tomás Atarama, Lucía Castañeda y Mateo Londoño. Para beneficio de este apartado se focalizará la información en fechas que abarcan los años 1980 y 1990. Además, para goce de la presente investigación se consultaron diversas fuentes que ayudaron a contextualizar el comienzo de la televisión comercial en el Perú. Según la señalado Vivas (2017), la televisión comercial en el Perú no la inventó el ex empresario televisivo Genaro Delgado Parker, tampoco lo hizo Alfonso Pereyra (quien fue uno de los procuradores de la radio en el país), sino Antonio Umberto y Nicanor Gonzales (Ejecutivos de radio América y jefes de la Asociación Nacional de Radiodifusores del Perú) quienes ejecutaron el primer canal privado en el país.

Esta premisa permite entender que, antes de que se plantee la idea de crear un canal privado, la televisión en Lima era percibida de manera diferente, es decir, aún no existían propuestas televisivas con múltiples formatos y tampoco existían canales que pudieran ofrecerlas. Para ese entonces, la ciudad empezaba a adaptarse a nuevos cambios, sin embargo, el crecimiento de las comunicaciones era de manera tardía. Esto sucedió porque ‘‘El Perú encaraba los dilemas de la modernidad con cierto optimismo. La hipertrofia del crecimiento urbano, los cuellos de botella de la industrialización sustitutiva, el analfabetismo y la escasa integración cultural (...) frenaban el progreso de las comunicaciones (Vivas, 2017, p. 22)

1.1 La Televisión Peruana de la década de los 80 y 90’

La industria de la televisión peruana de la década de los 80’ y 90’ llegaba con un aroma a victoria. Había pasado mucho tiempo desde que la libertad de prensa había sido restringida por el gobierno militar de Juan Velazco Alvarado, sin embargo, desde la llegada del ex-presidente Fernando Belaúnde, las cosas empezaron a tornarse de mejor manera, los programas tradicionales de aquel entonces como ‘Risas y Salsa’ empezaron a surgir de manera presurosa. Tal como lo señala Vivas (2017) la situación mejoró porque ‘‘el presidente Fernando Belaúnde, sí tenía buenos reflejos, anunciaría la inmediata devolución de los medios expropiados. Meses antes, Delgado Parker y Alberto Terry decidieron lanzar sus Risas y Salsa sin mucho trámite o ensayo’’ (p. 204).

Como se mencionó en líneas anteriores, uno de los programas cómicos que surgió en los años 80 fue ‘Risas y Salsa’, un programa de roce humorístico que podía ser visualizado, en aquel entonces, por Panamericana Televisión (canal 5). Asimismo, tal y como lo ha señalado Vivas (2017), una de las estrategias del canal 4 fue crear ‘El zapato de la fortuna’ con Kiko Ledgard, sin embargo, nada de los intentos que realizaron pudo con la fama y reconocimiento que tenía uno de los mejores programas humorísticos del canal 5, quienes debutaron cuando la televisión aún se observaba en blanco y negro; a los pocos meses se empezó a visualizar a color, desde ahí empezaron a cautivar a los televidentes, eso le permitió quedarse por 15 años en el top 1 frente a otros programas.

Para los años 90’ hacia adelante, empezaron a surgir más programas televisivos de corte humorístico de manera que, la televisión peruana de ese entonces, empezaba a llenarse de nuevos personajes. Esta algarabía por el boom de la televisión de los años 90’ fue aprovechada en el ámbito político por el entonces presidente Alberto Fujimori. Según ha señalado Gil (2017), el ex presidente del Perú Alberto Fujimori quería más notoriedad pública; incluso en

los años de 1987 y 1989 era el anfitrión del programa Concertando, sin embargo, para el año de 1990 Alberto Fujimori aún seguía siendo un total desconocido en el país, ese mismo año ganó las elecciones presidenciales gracias a las estrategias de persuasión que utilizó y, en toda su participación política, los medios de comunicación se volvieron un ingrediente necesario en la difusión política del país.

Esto permite entender que, por ese entonces, la política peruana era persuadida por la política. Tal y como se evidenció en líneas anteriores con el gobierno de Velazco. Los vínculos entre los gerentes de canales de televisión y el presidente de la época eran notorios. Al respecto Vivas (2017) señala que ‘‘El segundo periodo de Fujimori fue saludado efusivamente por Frecuencia Latina. El gobierno había apoyado generosamente la reconstrucción del canal e Ivcher no ocultaba sus marcadas simpatías oficiales’’ (p. 361).

1.2 Principales canales de Televisión Peruana:

- **América TV:**

Uno de los canales de televisión peruana más importantes del país se llama América Televisión. Tal como ha señalado Atarama, Castañeda y Londoño (2017), el canal 4 empezó su participación en los medios de comunicación en el año 1958, en ese entonces se posicionó como el segundo canal que empezó transmisiones. América TV tiene como propietarios al grupo El Comercio, quienes tienen el 70% de acciones, seguido del grupo La República quienes poseen el 30% restante. Actualmente este canal brinda 32 programas dentro de su parrilla diaria, el 50% de estos programas son del género de entretenimiento y la mayoría son producciones propias.

- **Panamericana Televisión:**

Otro de los canales peruanos de señal abierta es Panamericana Televisión. Según ha señalado Atarama, Castañera y Londoño (2017), este canal inició sus transmisiones a términos de la década de 1950. Actualmente posee cerca de 50 programas, en donde más del 50% no son producciones propias.

- **Latina Televisión:**

Latina Televisión es, actualmente, uno de los principales canales de televisión en Perú. Tal como ha señalado Atarama, Castañeda y Londoño (2017), el canal 2 empezó su transmisión en 1983, actualmente cuenta con un total de 23 programas en donde el 70% es del género de entretenimiento. Algo que se puede rescatar de este canal es que, a comparación de otras casas televisoras, Latina posee un gran porcentaje de producciones propias.

- **Andina Televisión (ATV):**

Andina Televisión (ATV) forma parte del cúmulo de canales de señal abierta que ofrece la televisión convencional en Perú. Según ha señalado Atarama, Castañera y Londoño (2017), este canal inicia sus transmisiones en el año 1983. Actualmente emite 30 programas en los 7 días que tiene la semana. La mayoría de contenidos que ofrece es

de entretenimiento y las producciones propias bordean un total del 30%, un porcentaje bajo a comparación de otros canales televisivos.

- **TV Perú:**

El canal del estado o simplemente TV Perú es uno de los canales con mayor antigüedad en el país. Tal como ha señalado Ataroma, Castañera y Londoño (2017), el canal 7 empezó transmisiones en 1958 y es hasta el momento el único canal del Estado en el país. Tv Perú ofrece 42 programas dentro de su parrilla diaria, casi el 50% es de roce cultural. La mayoría de sus programas son realizados por el canal, puesto a que está dirigido a brindar y exponer cultura en el país.

0. La industria de Streaming:

2.1 Antecedentes del Streaming:

Para comenzar a explicar sobre el surgimiento de la industria del streaming es necesario abordar de donde se manifiesta y por qué. Esto nos permitirá entender por qué en la actualidad este término ha emergido. Tal y como lo señala López (2018, como se citó en Carranza y Villanueva, 2019), en el año 1920 la palabra streaming apareció, precisamente la empresa Muzak había desarrollado una plataforma de música que sería utilizada en los ascensores. Esta idea fue concebida por George O. Squier quien recibió los permisos necesarios para utilizar líneas eléctricas. Hasta ese año la música solo era transmitida en el único dispositivo existente hasta entonces: La radio

Esto nos permite entender que este término aparece y se remonta desde hace más de 100 años y es, actualmente, una expresión utilizada para referirnos a las plataformas que se utilizan en la contemporaneidad.

2.2 Principales plataformas de Streaming:

- **Netflix:**

Una de las plataformas de streaming que se abordarán en este trabajo de investigación es Netflix. Tal como ha señalado López (2018), Netflix es una empresa creada en 1997 y que reside hasta la actualidad en California. El creador, director y cofundador de esta plataforma se llama Reed Hastings, quien desarrolló la idea después de pagar una penalidad por devolver una película a destiempo. Sin embargo, otro de los creadores, Marc Randolph, desmiente esta premisa y señala que fue una idea de los dos por querer crear una empresa con las mismas características de Amazon pero en un formato de disco DVD.

- **Amazon Prime:**

Amazon Prime es la segunda plataforma de streaming que se ha considerado para este trabajo de investigación. Según ha señalado López (2018), esta plataforma tiene hasta la actualidad casi 16 años de creación. Inicialmente se llamó Amazon Unbox, en donde

ofrecía algún tipo de servicio en formato de biblioteca, pasado el tiempo añadió un servicio de pago (Amazon Prime). Luego de algún tiempo surgió como una opción de servicio de video on demand; actualmente es una plataforma de streaming que sigue siendo operada por Amazon.

- **HBO:**

Otra de las plataformas de streaming que existen en la actualidad es HBO. Esta plataforma está disponible bajo una suscripción mensual/anual. Tal como ha señalado López (2018), HBO es el canal de televisión más antiguo de Estados Unidos; de igual manera, HBO Europa es manejada por Time Warner, esta convergencia de propuestas permite que el servicio de suscripción este disponible en más de 60 países. Algunas empresas que residen en España manejan estrategias con la plataforma para que llegue de manera gratuita en sus dispositivos.

- **SKY:**

La penúltima plataforma de streaming que se mencionará en el presente trabajo de investigación es SKY. Según ha señalado López (2018), Sky es una empresa inglesa de telecomunicaciones, es uno de los medios de comunicación más grande de Europa, actualmente cuenta con millones de suscriptores. De igual manera, cuenta con una opción de canales de pago parecida al servicio de cable que conocemos en la actualidad. Un punto a favor es que se puede acceder al contenido después de 30 días de su emisión.

- **América TV GO:** La última plataforma de streaming que se abordará en el presente trabajo de investigación es América TV GO. Tal como lo ha señalado Atarama, Castañeda y Londoño (2017), América TV GO nos permite ver parte de la programación diaria del canal principal (América TV). Cabe recalcar que esta aplicación es parte de América y surge como una opción de streaming; se puede acceder a la programación desde 0 soles hasta 99 soles, considerando que algunos contenidos pueden estar restringidos al pago. Sin embargo, si no existe ningún tipo de suscripción se puede acceder a la televisión en vivo desde cualquier dispositivo.

0. Preferencias visuales de los Jóvenes Limeños:

3.1 Consumo de televisión peruana en los jóvenes Limeños:

Dentro del marco en el que se desarrolla esta investigación, debemos tener en cuenta que el objetivo de este apartado es investigar acerca del consumo de televisión en los jóvenes limeños. Se han desarrollado diferentes tipos de estudios en el que se obtuvieron resultados destacables. Tal y como lo ha mencionado Cortavirtarte (2016), en Lima casi el 75% de jóvenes tienen televisión de pago en sus hogares, el 51% cuenta con internet. Casi el 70% consume televisión internacional y solo el 29% prefiere los canales nacionales. Ellos eligen la programación nacional porque consideran que los entretienen, les hacen reír o porque les gusta los programas concurso. La mayoría de la muestra de jóvenes observa un promedio de 3 programas en el transcurso del día.

Esta información nos permite tomar una postura sobre el consumo de la televisión en Perú. Asimismo, se puede evidenciar en líneas anteriores, que los jóvenes limeños que tienen edades entre los 15 y 16 años prefieren canales extranjeros a comparación con lo que pueden ofrecer los canales convencionales en Perú.

3.2 Plataformas de Streaming más consumidas por los jóvenes Limeños:

A comparación de los estudios que se realizaron en el párrafo anterior, la investigación que se realizó para determinar qué plataforma de streaming es la más consumida por los jóvenes limeños ha sido de manera limitada. Sin embargo, nos permite entender cuales son los gustos y preferencias con relación a contenido de paga en el país. Plataformas como Netflix, HBO, entre otras, han tenido aceptación en la población joven de la capital. Algunos servicios de streaming han tenido mayor interacción por parte de los usuarios en época de pandemia debido al confinamiento global. Según algunas estadísticas realizadas por Datum, casi el 52% de ciudadanos peruanos utiliza plataformas de streaming, y es Lima una de los departamentos con mayor interacción frente a estas plataformas. En el país se estima que se dedican más de 3 horas al día para ver el contenido de las diferentes plataformas de streaming que existen en la actualidad, por ello, opitel ha reportado que los ciudadanos peruanos prefieren los contenidos por internet que el servicio de televisión que emite en cable (Rpp, 2020).

Es importante resaltar que, en el país, los contenidos que ofrecen las plataformas de streaming están teniendo aceptación. Se ha evidenciado que al menos más de la mitad de jóvenes limeños tienen como preferencia este tipo de contenidos.

Marco Teórico:

4. Televisión de señal abierta:

Uno de los conceptos más importantes en el presente apartado es: televisión de señal abierta. De hecho, la Real Academia Española (RAE) ha expuesto en su página principal el significado de la televisión en general, en donde señala que este término es un sistema de transmisión de imágenes a distancia, que en la emisora se transforman en ondas electromagnéticas y se recuperan en el aparato receptor. Por otro lado, la definición que se le da a señal abierta es más completa y no se encuentra disponible en el portal de la RAE. Sin embargo, cuando nos referimos a señal abierta no solo se hace énfasis en lo que se puede ofrecer de manera libre con lo que respecta a la televisión, sino puede resultar aún más complejo. Al respecto Falcón (2016) señala que:

Una Señal Abierta es aquella señal ya sea transmitida por Radio o Televisión y puede ser percibida a través de cualquier receptor adecuado. Las emisiones "Free to view" (Libre para ver), se encuentran disponibles sin necesidad de alguna suscripción, su acceso puede ser restringido a cierta área geográfica y es porque la señal para la transmisión no es la adecuada o no está acondicionada para llegar a muchos hogares (p. 15).

De hecho, a pesar de que los programas que se emiten en señal abierta son completamente gratuitos, esto conlleva a que toda la información que se brinde ya sea en programas de entretenimiento o noticias, sea verosímil. Sumado a esto, existen algunos canales que no

consultan fuentes fidedignas, ni realizan una investigación exhaustiva, esto pondría en peligro el aporte que se le da al público espectador (Falcón, 2016). La televisión de señal abierta, además de emitir contenido 'free to view' también permite que las estrategias de las diferentes campañas publicitarias de las marcas sean más atractivas, puesto a que este tipo de contenidos está disponible para el público en general (Ventura 2017).

En definitiva, el uso de la televisión de señal abierta es un recurso estratégico para captar masas capaces de saturar los distintos programas de televisión. Existen varios formatos en televisión como los realities shows en el que los protagonistas exhiben su vida con la intención de ganar más adeptos y tener la posibilidad de que estos programas aún sigan vigentes (Cortavitate, 2016).

4.1 Segmentación en canales de televisión de señal abierta

La segmentación es un término global, puede ser utilizado en distintas áreas como televisión, radio, publicidad o marketing. Sin embargo, para beneficio de este apartado se tendrá en cuenta este término en el ámbito televisivo. La segmentación televisiva o el enfoque que tienen los distintos programas de televisión pueden ser diversos, según la RAE (Real Academia Española) la palabra 'segmentar' se reduce al simple hecho de cortar o partir algo en segmentos, lo que permite entender que, en televisión, algunos programas están dirigidos hacia un cierto público objetivo. Las noticias, los programas de entretenimiento o novelas están hechas para cierto público; no obstante, la televisión de señal abierta permite que el acceso pueda ser libre para cualquier persona y en cualquier horario (Jakiwara, 2010)

Los programas de televisión están hechos para cierto público y son los receptores quienes en sus experiencias y expectativas incitan a la decodificación o lectura personal de sus preferencias, ahí se establecen estrategias que se utilizan para persuadir al público en general (Jakiwara, 2010)

4.2 Contenido de programas en televisión de señal abierta

El concepto de contenido que se muestra en televisión de señal abierta abarca varias aristas en relación a los formatos que se ofrecen, desde noticias, programas de entretenimiento, programas infantiles, novelas y más. De hecho, tal como ha concluido Bueno (2017) la televisión induce al televidente a observar una falsa realidad a través distintos formatos de programa como los famosos 'reality show' en donde se utiliza la vida privada de las personas que participan como fuente de contenido; por ello, la sola presencia de las cámaras genera una falsa ilusión de 'realidad'. De hecho, el contenido que se imparte en televisión de señal abierta (Calderón, 2007) puede ser nocivo para algunas. Por ejemplo, los niños están expuestos a programas de contenido violento y, en algunas ocasiones, pueden llegar a imitar algunas acciones.

Los diferentes canales de televisión tienen una programación en su contenido de manera variada, por ello, tal y como concluye Vargas (1999) dependiendo del canal y de lo que ofrecen, los programas de televisión de señal abierta pueden llegar a emitir contenido con características

poco educativas. De igual manera, los noticieros de los principales canales de televisión peruanos también se caracterizan por mostrar noticias policiales en donde se pondera el morbo como cualidad principal del programa. Tal y como lo ha señalado Sanchez (2013), la mayoría de contenido que se emite en los noticieros que emite la televisión, están relacionados a actos de delincuencia, crimen, asesinatos, entre otros. De igual manera, se observa de manera explícita violaciones, linchamientos, abortos, entre otros.

Más del 50% del contenido de los tele-informativos se relaciona con actos de la delincuencia común, del crimen organizado (narcotráfico, bandas de secuestradores), hasta los casos de crímenes del corazón, abortos, suicidios, linchamientos colectivos y violaciones, sin dejar de lado los casos de protagonistas insólitos de la noticia que harían las delicias de Ripley (p.30)

4.3 Indicador de rating en televisión de señal abierta

El rating en la televisión se un método que se utiliza para calcular la cantidad de hogares o espectadores en un canal, día, hora, fecha o minutos específicos en relación con la cantidad de hogares y/o espectadores considerados en una muestra (Sánchez, 2013) La definición de Sánchez nos acerca a lo que en definitiva supone el significado de rating, así podemos entender de qué manera se miden los índices de espectadores de un programa en general.

Por otro lado, el rating en el Perú está asociado con algunos formatos televisivos, por ejemplo, los contenidos que se emiten y que generan más público espectador son los que se relacionan con algún tipo de violencia como: crímenes, choques o muertos. De igual manera, cuando algún programa tiene un alto índice de rating, algunas marcas emplean distintas estrategias para emitir la publicidad de sus marcas sin importar, por ejemplo, de que en ese horario se toquen temas delicados como muertes o suicidios (Sánchez, 2013)

5. Plataformas de streaming

Uno de los conceptos más importantes que se desglosan en el presente marco teórico, es, sin duda: plataformas de streaming. La definición de estas plataformas se remiten a entornos informaticos que utilizan sistemas que convergen entre sí, lo que permite la visualización del contenido audiovisual gracias a una conexión de internet (López, 2018)

El contenido audiovisual puede ser variado y está traducido en muchos idiomas, por ello, uno de los ingenieros más importantes de Netflix ha afirmado que “Netflix is localized in 22 languages and that list is growing. Though English is the top language for users on Netflix Search, less than 59% of users use it for searching” [Netflix está localizado en 22 idiomas y esa lista está creciendo. Aunque el inglés es el idioma principal para los usuarios en la búsqueda de Netflix, menos del 59% de los usuarios lo usan para realizar búsquedas] (Lamkhede & Das, 2019, p. 1374).

Con respecto a la funcionalidad del mismo, este puede ser todo lo contrario a lo que propone la televisión de señal abierta en donde, por ejemplo, no se puede pausar, ni retroceder el contenido que se reproduce en directo. Sin embargo, en streaming se utiliza el RTSP (Realtime

Streaming Protocol) el cual permite que los usuarios puedan controlar la elección del contenido y la forma en la que se reproduce (García, 2013).

5.1 Segmentación en plataformas de streaming

El concepto de segmentación de mercado Fernández (2010) estuvo relacionado, hasta hace algunos años, sobre el entorno social de un trabajador; es decir, influía de manera directa cómo se relacionaban los demás. De hecho, tal y como lo menciona Fernández (2010) varios autores han deslindado la idea de que la segmentación (a partir de un análisis histórico) se vincula a través de las relaciones sociales y el papel que desempeñan los intereses de clase. Sin embargo, algunas plataformas de streaming como Netflix han adoptado otros métodos de segmentación. Esto sucede porque:

La compañía trabaja mediante recolección de datos, ya sea por el tipo de contenido reproducido o descartado, las características y la frecuencia de reproducción según el número de horas vistas en cada sesión, la valoración dada por el usuario y el tipo de dispositivo al que se accedió (...) su ubicación geográfica, la fecha y la hora en la que visualiza el contenido, la ubicación de esta dentro de la ventana principal y los contenidos que estaban recomendados pero terminaron siendo descartados (Mestanza, Morales, Ordinola, Ormeño, Patricio & Ponce, 2020, p. 48)

De hecho existen métodos de segmentación, dentro de la compañía, que cumplen ciertos estándares de realización. Tal y como lo señala Mestanza, Morales, Ordinola, Ormeño, Patricio & Ponce (2020) esto sucede porque “La empresa tiene un director de Ingeniería de algoritmos desde el año 2013, quien se encarga de que el área de segmentación tenga un buen uso de big data, mediante el protocolo de manejo ETL” (p.48)

5.2 Contenido en las plataformas de streaming

El contenido que se expone en las diferentes plataformas de streaming pasa por una serie de estrategias que les permiten consolidarse en las distintas regiones del mundo en las que se exponen. Tal y como lo señala Zanelli (2020) eso sucede porque “Netflix ha comenzado a producir mayor número de contenido que forme parte de la cultura latinoamericana o que hagan referencia de la misma a través de la historia” (p.21).

Esto no quiere decir que, por ejemplo, a comparación del contenido que se imparte en televisión, las plataformas de streaming no generen contenido ligado al ‘morbo’; sin embargo, estas no están disponibles para todo público porque incluso manejan perfiles dirigidos solo para niños. Sin embargo, existen algunas desventajas con relación al contenido que se reproduce en las plataformas de streaming. Uno de los puntos en contra que tiene el streaming es que su funcionalidad depende de una conexión de internet, si el dispositivo en el que se reproduce es un celular, este debe tener los suficientes megas para poder visualizar el contenido, si no cuenta con un plan telefónico que pueda ofrecer esta conexión sucederá un retardo constante en la reproducción (Gil, Rubio & Ornella 2019)

Se ha mencionado en anteriores líneas sobre el tipo de contenido que se transmite en streaming, pero este puede estar limitado a una suscripción. De hecho, tal como ha concluido Gil, Rubio & Ornela (2019), plataformas como Netflix ofrecen una prueba gratuita de 30 días en donde se puede disfrutar de series, películas o documentales.

5.3 Indicador de popularidad del contenido en plataformas de streaming

Para el desarrollo de este concepto es necesaria la intervención de la Real Academia Española. De hecho, la RAE define el concepto de popularidad como parte de la aceptación y el aplauso. Por ello, existen plataformas de streaming como HBO, Amazon Prime y Netflix que apuestan cada vez más por mostrar contenido único y variado. Tal y como lo ha señalado Neira, Clares & Sánchez (2021) la popularidad que ejercen los usuarios en los contenidos influye en la elección del mismo; esta popularidad tiene un ‘escondido sinónimo de aceptación’ que genera interacción entre los usuarios, lo que permite el interés de otras personas quienes intentan copiar el comportamiento de los demás.

Las distintas plataformas de streaming tienen diferentes indicadores de popularidad. De hecho, empresas como Netflix (dentro de la configuración de su página) tienen rankings de las mejores películas o series más populares dentro de una región. Tal y como lo señala Perez (2021), los martes de cada semana Netflix publica una lista con el top 10 basándose en la interacción y las horas que han pasado los espectadores de lunes a domingo y este método es aplicable para más de 90 países alrededor del mundo. De este modo, miden el indicador de popularidad del contenido que ofrecen.

6. Preferencias de los jóvenes con relación al tipo de contenido: tv o streaming

Una de las maneras más simples de comprender el término preferencia que está vinculado en esta categoría es la definición que tiene la RAE. La Real Academia Española define a la preferencia como la ‘elección de alguien o algo entre varias personas o cosas’. Esto quiere decir que, en este caso, para beneficio de esta investigación, estas preferencias serán aplicadas entre la televisión y el streaming.

De igual manera, se realizó una investigación en el 2012 en el que, por ejemplo, se evidencio que ‘las preferencias de los jóvenes se inclinan hacia los contenidos bajo demanda y las visualizaciones en ordenadores y móviles de todo tipo de contenidos distribuidos por estos medios’ (Garcia, Garcia & Suarez, 2019, p. 244).

Sin embargo, los estudios realizados por algunos medios de comunicación escritos han deslindado el mito de que los jóvenes limeños no ven televisión. Tal como lo señala Perú21 (2020) ‘En Perú, más de 3 millones de jóvenes que tienen entre 12 y 35 años vieron televisión al menos una vez por semana. En promedio, estas personas pasaron 5 horas y 16 minutos frente a esta pantalla al día’ (p.1)

Metodología:

Paradigma de investigación:

Para entender la proveniencia de la palabra *paradigma* en la investigación, es preciso mencionar de donde se origina. Tal como lo señala Gonzáles (2004), la palabra ‘paradigma proviene del griego *paradima* (que significa ejemplo o, mejor aún, modelo o patrón); originalmente, Platón utilizó esta expresión para designar un instrumento de mediación entre la realidad y su ideación’ (p.18). De acuerdo con esto, el paradigma en la investigación propone, en este caso, un método de orientación o guía. Asimismo, tal como ha concluido Ramos (2015) desarrollar este proceso investigativo supone que, para el que ejerza la investigación, el paradigma sea una especie de lentes con el cual pueda ver la realidad y determinar cómo y de qué manera quiere que se lleve a cabo la investigación.

Por consiguiente, el objetivo característico y general de la presente investigación propone analizar de qué manera las características de los principales canales de televisión moderna del Perú permiten que esta pueda seguir existiendo en una sociedad de jóvenes de Lima metropolitana con preferencias cambiantes hacia los medios digitales. Se concluye, en este caso, que el paradigma de la presente investigación es de carácter interpretativo, puesto a que, según Ricoy (2006) la postura del paradigma interpretativo ‘constituye una reflexión en y desde la praxis, conformando la realidad de hechos observables y externos, por significados e interpretaciones elaboradas del propio sujeto, a través de una interacción con los demás dentro de la globalidad de un contexto determinado ‘ (p. 17).

Forma de investigación:

Según los objetivos que se plantean lograr en el presente trabajo de investigación, este será un estudio cualitativo ya que, tal y como lo menciona Baptista, Fernández, Hernández (2010) los estudios descriptivos ‘los estudios exploratorios sirven fundamentalmente para descubrir y prefigurar, los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación’ (p.80) De acuerdo con esto, y considerando relevante el objetivo general, es necesario que este estudio sea considerado descriptivo.

Estrategia metodológica:

La estrategia metodológica de la presente investigación ‘La televisión peruana y el streaming desde la perspectiva de los jóvenes de Lima Metropolitana’ es de carácter cualitativo puesto a que pretende analizar el problema buscando interpretar distintos puntos de vista con relación a la televisión de señal abierta y las distintas plataformas de streaming. La investigación de carácter cualitativo se genera mediante la observación y el resultado del mismo supone una reconstrucción de la realidad, lo que permite una descripción que nos acerca a lo que queremos investigar, de esta forma se responden algunas interrogantes como: ¿Por qué? y ¿Para qué?,

además de utilizar otras técnicas para la recolección de datos. (Balcázar, González-Arratia, Gurrola y Moysén 2002). Es por ello, que para esta investigación se han propuesto un análisis de personas que comprende cuatro diferentes tipos de perfiles en la muestra.

Unidad de análisis:

En el presente trabajo de investigación se realizará un análisis de personas en el que, como se ha evidenciado en líneas anteriores, se pretende escuchar las percepciones y discursos en función de conocer las características que tienen los principales canales de televisión de señal abierta y las plataformas de streaming.

Población y Muestra:

Población: Jóvenes universitarios que residan en Lima Metropolitana y que visualicen televisión de señal abierta o plataformas de streaming.

Muestra:

- 10 jóvenes universitarios del sector AB que se encuentren estudiando en algunas de las 10 mejores universidades del Perú (según el diario Gestión) y que consuman TV de señal abierta o streaming.
- 8 jóvenes universitarios del sector AB que se encuentren estudiando en algunas de las 10 mejores universidades del Perú (según el diario Gestión) y que consuman plataformas de streaming.
- 8 jóvenes universitarios del sector AB que se encuentren estudiando en algunas de las 10 mejores universidades del Perú (según el diario Gestión) que consuman televisión de señal abierta y plataformas de streaming.

Selección de informantes:

Jóvenes universitarios de Lima metropolitana del sector AB y que pertenezcan al top 10 de universidades como: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad Peruana Cayetano Heredia, Universidad Agraria la Molina, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Universidad del Pacífico, Universidad Nacional de Ingeniería, Universidad de Lima, Universidad Científica del Sur, Universidad Nacional San Agustín. Por último, especialistas del área de producción que trabajen o hayan trabajado al menos 3 años en esa posición y en canales de señal abierta; así como también

o expertos que trabajen para las plataformas de streaming como: Netflix, Disney, HBO+ o Amazon Prime. Esta selección de informantes Gestión (2020) esta respaldada según el ranking web de universidades evidenciada por el diario Gestión.

Criterios de selección:

- Jóvenes universitarios de Lima Metropolitana
- Que pertenezcan al top 10 de universidades peruanas según el ranking web evidenciado por el diario Gestión
- Que pertenezcan al NSE AB
- Personas que visualicen televisión de señal abierta o alguna plataforma de streaming

Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Para el presente trabajo de investigación se realizarán entrevistas con el fin de poder evidenciar algunas características y preferencias con relación al tipo de contenido que prefieren visualizar los jóvenes universitarios de Lima metropolitana. Las entrevistas y tal como lo mencionan Baptista, Fernández, Hernández (2010) con la recolección de datos ‘se pretende mostrar el procedimiento usual de recolección y análisis de los datos, con el método de las entrevistas, pero pudieran ser sesiones en grupo, revisión de documentos o de artefactos, observaciones u otro método para recabar información ‘ (p.408).

Fuentes de información:

Para la recolección de datos se emplearán entrevistas semiestructuradas a los diferentes grupos representados en la muestra. Al respecto Folgueiras (2016) señala que:

En la entrevista semiestructurada también se decide de antemano qué tipo de información se

requiere y en base a ello – de igual forma- se establece un guion de preguntas. No obstante, las

cuestiones se elaboran de forma abierta lo que permite recoger información más rica y con más

matices que en la entrevista estructurada (p.3).

Limitaciones:

- Tiempo y disponibilidad de los invitados

Matriz de los perfiles e instrumentos propuestos para la investigación:

Perfil 1		
Jóven(es) universitarios	Muestra	Instrumento
<ul style="list-style-type: none"> ● Jóvenes del NSEAB ● Que estudien en algunas de las 10 mejores universidades del Perú según el diario Gestión ● Que consuman TV de señal abierta 	<ul style="list-style-type: none"> ● 8 entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrevista semiestructurada
Perfil 2		
Jóven(es) universitarios	Muestra	Instrumento
<ul style="list-style-type: none"> ● Jóvenes del NSE AB ● Que estudien en algunas de las 10 mejores universidades del Perú ● Que consuman plataformas de streaming 	<ul style="list-style-type: none"> ● 8 entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrevista semiestructurada

Perfil 3		
Jóven(es) universitarios	Muestra	Instrumento
<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes del NSE AB • Que estudien en algunas de las 10 mejores universidades del Perú • Que consuman de señal abierta y plataformas de streaming 	<ul style="list-style-type: none"> • 8 entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas semiestructuradas
Perfil 4		
Especialistas	Muestra	Instrumento
<ul style="list-style-type: none"> • Especialistas del área de producción • Que trabajen o hayan trabajado más de 3 años en los canales de señal abierta: Andina Tv, Tv Perú, Panamericana TV, América TV o expertos que trabajen para las plataformas de streaming como: Netflix, Disney, HBO+ o Amazon Prime. 	<ul style="list-style-type: none"> • 8 entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista semiestructurada
Total	24 entrevistas	

Referencias:

Anexo: Guía de entrevistas

Guía de entrevistas

Nombres: Edad:

Sexo: Fecha:

Profesión u ocupación:

Buenos días/tardes/noches, mi nombre es Sergio Morales, soy estudiante de la carrera de comunicación audiovisual de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Peruana de ciencias aplicadas (UPC), como parte de mi proyecto de investigación titulado, estoy realizando una investigación cuyo objetivo es

Al mismo tiempo, hago de tu conocimiento que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y sólo será utilizada para los propósitos de esta investigación. El tiempo de duración aproximado de la entrevista se estima enminutos/horas. Agradezco anticipadamente tu participación y colaboración totalmente voluntaria; si deseas puedes culminarla en cualquier momento. A continuación, iniciaremos con las preguntas.

¿Aceptas ser entrevistado? Si ___ No ___ ¿Aceptas ser grabado? Si ___ No ___

Preguntas: Perfil 1

Realizar preguntas para romper el hielo.

1. ¿Qué tipos de hobbies tienes durante el día?
2. ¿En qué universidad estudias?
3. ¿Cuántos años tienes?
4. ¿Cuántos capítulos de tu serie favorita puedes ver en un día?
5. ¿Prefieres ver televisión en vez de realizar cualquier otra actividad?

Categoría A: Televisión de señal abierta

1. ¿Cual es la primera palabra que se te viene a la mente cuando escuchas tv de señal abierta? ¿Por qué?
2. ¿Has tenido alguna etapa de tu vida en donde has visto de manera continua televisión de señal abierta? ¿Por qué recuerdas esa etapa? ¿Qué veías?

3. ¿Actualmente ves televisión de señal abierta? ¿Por qué? ¿Qué observas? ¿Por qué lo observas? ¿Con qué frecuencia lo observas? ¿A parte de ver televisión con qué otra actividad te sueles distraer?
4. ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente cuando menciono ‘televisión por cable’? ¿Por qué?
5. ¿Qué tipo de televisión prefieres? ¿Televisión de señal abierta o Televisión por cable? ¿Por qué?
6. ¿Cuánto tiempo inviertes observando televisión de señal abierta? ¿Qué programas ves? ¿Cuáles son tus canales de señal abierta favoritos? ¿Cuáles son tus programas de señal abierta favoritos?
7. ¿Cuánto tiempo inviertes observando televisión por cable? ¿Qué programas ves? ¿Cuáles son tus canales de cable favoritos? ¿Cuáles son tus programas de cable favoritos?

Categoría B: El streaming

1. ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente cuando menciono la palabra ‘streaming’? ¿Por qué?
2. ¿Actualmente contratas algún servicio de streaming como Netflix, HBO, Amazon Prime o Netflix? ¿Cuánto pagas por el servicio? ¿Quién lo paga?
3. ¿Qué plataformas de servicio de streaming conoces? ¿Cuál prefieres? ¿Por qué?
4. ¿Qué tipo de contenido de streaming te gusta? ¿Qué observas? ¿Quiénes son los actores favoritos que sigues? ¿Por qué?
5. ¿Cuántas horas a la semana miras algún contenido de streaming? ¿De qué depende ello? ¿Por qué?

Categoría C: Preferencias de los jóvenes entre televisión y streaming

1. De las características que has mencionado sobre la televisión de señal abierta ¿Cuales valoras más? ¿Por qué?
2. De las características que has mencionado sobre las plataformas de streaming ¿Cuales valoras más? ¿Por qué?
3. Teniendo en cuenta estos dos grupos de características ¿Con cuál te quedas? ¿Por qué?

4. ¿Qué características consideras que tiene la televisión de señal abierta que todavía le permite subsistir?
5. De acuerdo con las características que has mencionado que tiene un canal de señal abierta o el streaming ¿Consideras que el streaming está desplazando a la televisión de señal abierta? ¿Consideras que la televisión de señal abierta sobrevive a pesar del avance de los nuevos medios digitales como el streaming?
6. ¿Por qué crees que la televisión aún sigue latente?
7. ¿Qué elementos de la televisión de señal abierta consideras que siguen perennes? ¿Por qué?
8. ¿Qué características tiene el streaming que te agrada? ¿Qué características o elementos tiene el streaming que no te agrada? ¿Qué cambiarías en el streaming para que sea una plataforma perfecta?
9. ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta que te agrada? ¿Qué características o elementos tiene la televisión de señal abierta que no te agrada? ¿Qué le quitarías a la televisión de señal abierta? ¿Cuál sería tu canal perfecto de televisión de señal abierta?

Categoría D: Comparativo de las 3 categorías

1. Si comparamos la tv nacional con el cable ¿Con cuál te quedas? ¿Por qué?
2. ¿Cuáles son las ventajas entre la televisión por cable y viceversa? ¿Por qué?
3. ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta que te llama la atención? ¿Por qué?
4. ¿Qué características tiene la televisión por cable que te llama la atención? ¿Por qué?
5. ¿Qué características tienen las plataformas de streaming que observas? ¿Cómo definirías la plataforma de streaming de preferencia? ¿Por qué?

Preguntas: Perfil 2

Realizar preguntas para romper el hielo.

1. ¿Qué tipos de hobbies tienes durante el día?
2. ¿En qué universidad estudias?

3. ¿Cuántos años tienes?
4. ¿Cuántos capítulos de tu serie favorita puedes ver en un día?
5. ¿Prefieres ver televisión en vez de realizar cualquier otra actividad?

Categoría A: Televisión de señal abierta

1. ¿Cual es la primera palabra que se te viene a la mente cuando escuchas tv de señal abierta? ¿Por qué?
2. ¿Has tenido alguna etapa de tu vida en donde has visto de manera continua televisión? ¿Por qué recuerdas esa etapa? ¿Qué veías?
3. ¿Actualmente ves televisión de señal abierta? ¿Por qué? ¿Qué observas? ¿Por qué lo observas? O ¿Por qué no lo observas? ¿Con qué frecuencia lo observas? ¿A parte de ver televisión con qué otra actividad te sueles distraer?
4. ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente cuando menciono ‘televisión por cable’? ¿Por qué?
5. ¿Qué tipo de televisión prefieres? ¿Televisión de señal abierta o Televisión por cable? ¿Por qué?
6. ¿Cuánto tiempo inviertes observando televisión de señal abierta? ¿Qué programas ves? ¿Cuáles son tus canales de señal abierta favoritos? ¿Cuáles son tus programas de señal abierta favoritos? ¿Por qué?
7. ¿Cuánto tiempo inviertes observando televisión por cable? ¿Qué programas ves? ¿Cuáles son tus canales de cable favoritos? ¿Cuáles son tus programas de cable favoritos? ¿Por qué?

Categoría B: El streaming

1. ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente cuando menciono la palabra ‘streaming’? ¿Por qué?
2. ¿Actualmente contratas algún servicio de streaming relacionado solo a lo audiovisual? ¿Cuánto pagas por el servicio? ¿Desde hace cuanto lo pagas?
3. ¿Qué plataformas de servicio de streaming conoces? ¿Cuál prefieres? ¿Por qué?

4. ¿Hay alguna plataforma de streaming que te interese a parte de la que contratas? ¿Cuál es? ¿Por qué te interesa?
5. ¿Qué tipo de contenido de streaming te gusta? ¿Qué observas? ¿Quiénes son los actores favoritos que sigues? ¿Por qué?
6. ¿Cuántas horas a la semana miras algún contenido de streaming? ¿Por qué?

Categoría C: Preferencias de los jóvenes entre televisión y streaming

1. ¿Qué características que tiene la televisión de señal abierta valorarías más? ¿Por qué?
2. De las características que has mencionado sobre las plataformas de streaming ¿Cuales valoras más? ¿Por qué?
3. Teniendo en cuenta estos dos grupos de características ¿Con cuál te quedas?
4. ¿Qué características consideras que tiene la televisión de señal abierta que todavía le permite subsistir?
5. De acuerdo con las características que has mencionado que tiene un canal de señal abierta o el streaming ¿Consideras que el streaming está desplazando a la televisión de señal abierta? ¿Consideras que la televisión de señal abierta sobrevive a pesar del avance de los nuevos medios digitales como el streaming?
6. ¿Por qué crees que la televisión aún sigue latente?
7. ¿Qué elementos de la televisión de señal abierta consideras que siguen perennes?
8. ¿Qué características tiene el streaming que te agrada? ¿Qué características o elementos tiene el streaming que no te agrada? ¿Qué cambiarías en el streaming para que sea una plataforma perfecta?
9. ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta que te agrada? ¿Qué características o elementos tiene la televisión de señal abierta que no te agrada? ¿Qué le quitarías a la televisión de señal abierta? ¿Cuál sería tu canal perfecto de televisión de señal abierta?

Categoría D: Comparativo de las 3 categorías

1. Si comparamos la tv nacional con el cable ¿Con cuál te quedas? ¿Por qué?
2. ¿Cuáles son las ventajas entre la televisión por cable y viceversa? ¿Por qué?
3. ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta que te llama la atención? ¿Por qué?
4. ¿Qué características tiene la televisión por cable que te llama la atención? ¿Por qué?
5. ¿Qué características tienen las plataformas de streaming que observas? ¿Cómo definirías la plataforma de streaming de preferencia? ¿Por qué?

Preguntas: Perfil 3

Realizar preguntas para romper el hielo.

1. ¿En qué universidad estudias? ¿Cuántos años tienes? ¿En qué ciclo vas? ¿Realizas prácticas o trabajas?
2. ¿A qué dedicas tu tiempo? ¿Tienes algún hobby? ¿Cuándo no estás estudiando, realizando prácticas o trabajando qué haces?
3. ¿Prefieres ver televisión o alguna serie en alguna plataforma de streaming en vez de realizar cualquier otra actividad?

Categoría A: Televisión de señal abierta

1. ¿Cual es la primera palabra que se te viene a la mente cuando escuchas tv de señal abierta? ¿Por qué?
2. ¿Has tenido alguna etapa de tu vida en donde has visto de manera continua televisión? ¿Por qué recuerdas esa etapa? ¿Qué veías?
3. ¿Actualmente ves televisión de señal abierta? ¿Por qué? ¿Qué observas? ¿Por qué lo observas? ¿Con qué frecuencia lo observas? ¿A parte de ver televisión con qué otra actividad te sueles distraer?
4. ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente cuando menciono ‘televisión por cable’? ¿Por qué?
5. ¿Qué tipo de televisión prefieres? ¿Televisión de señal abierta o Televisión por cable? ¿Por qué?
6. ¿Cuánto tiempo inviertes observando televisión de señal abierta? ¿Qué programas ves? ¿Cuáles son tus canales de señal abierta favoritos? ¿Cuáles son tus programas de señal abierta favoritos? ¿Por qué?
7. ¿Cuánto tiempo inviertes observando televisión por cable? ¿Qué programas ves? ¿Cuáles son tus canales de cable favoritos? ¿Cuáles son tus programas de cable favoritos? ¿Por qué?

Categoría B: El streaming

1. ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente cuando menciono la palabra ‘streaming’? ¿Por qué?
2. ¿Actualmente contratas algún servicio de streaming como Netflix, HBO, Amazon Prime o Netflix? ¿Cuánto pagas por el servicio? ¿Quién lo paga?

3. ¿Qué plataformas de servicio de streaming conoces? ¿Cuál prefieres? ¿Por qué?
4. ¿Qué tipo de contenido de streaming te gusta? ¿Qué observas? ¿Quiénes son los actores favoritos que sigues? ¿Por qué?
5. ¿Cuántas horas a la semana consideras que te dedicas a ver alguna serie, película o documental en tu plataforma de streaming favorita? ¿Qué haces en las otras horas? ¿De qué depende ello?

Categoría C: Preferencias de los jóvenes entre televisión y streaming

1. De las características que has mencionado sobre la televisión de señal abierta ¿Cuales valoras más? ¿Por qué?
2. De las características que has mencionado sobre las plataformas de streaming ¿Cuales valoras más? ¿Por qué?
3. Teniendo en cuenta estos dos grupos de características ¿Con cuál te quedas? ¿Por qué?
4. ¿Qué características consideras que tiene la televisión de señal abierta que todavía le permite subsistir? ¿Por qué?
5. De acuerdo con las características que has mencionado que tiene un canal de señal abierta o el streaming ¿Consideras que el streaming está desplazando a la televisión de señal abierta? ¿Consideras que la televisión de señal abierta sobrevive a pesar del avance de los nuevos medios digitales como el streaming?
6. ¿Qué elementos de la televisión de señal abierta consideras que siguen perennes? ¿Por qué?
7. ¿Qué características tiene el streaming que te agrada? ¿Qué características o elementos tiene el streaming que no te agrada? ¿Qué cambiarías en el streaming para que sea una plataforma perfecta? ¿Por qué?
8. ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta que te agrada? ¿Qué características o elementos tiene la televisión de señal abierta que no te agrada? ¿Qué le quitarías a la televisión de señal abierta? ¿Cuál sería tu canal perfecto de televisión de señal abierta? ¿Por qué?

Categoría D: Comparativo de las 3 categorías

1. Si comparamos la tv nacional con el cable ¿Con cuál te quedas? ¿Por qué?
2. ¿Cuáles son las ventajas entre la televisión por cable y viceversa? ¿Por qué?

3. ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta que te llama la atención? ¿Por qué?
4. ¿Qué características tiene la televisión por cable que te llama la atención? ¿Por qué?
5. ¿Qué características tienen las plataformas de streaming que observas? ¿Cómo definirías la plataforma de streaming de preferencia? ¿Por qué?

Preguntas: Perfil 4

Realizar preguntas para romper el hielo

1. ¿Desde hace cuánto trabajas o has trabajado en el área de televisión de señal abierta?
2. ¿Qué tal la experiencia dentro de la televisión de señal abierta?

Categoría A: Televisión de señal abierta

1. ¿Qué carrera estudiaste? ¿Por qué?
2. ¿Por qué elegiste el área de producción?
3. ¿Imaginaste trabajar en esa área o tenías otras expectativas? ¿Qué tal es la experiencia?
4. ¿Qué es lo que más te gusta dentro de tu área? ¿Por qué?
5. ¿De aquí a 10 años te ves trabajando en televisión? ¿Por qué?
6. ¿Cuántas horas al día trabajas? ¿Cuántas estás libre?
7. ¿Cuántas horas dedicas a tu trabajo cuando estás libre?
8. ¿En tus ratos libres ves televisión? ¿Qué canales ves? ¿Por qué ves esos canales?
9. ¿Qué tipo de programas te gustan? ¿Por qué te gustan esos programas?
10. ¿Te gustaría producir algún formato de programa de televisión de señal abierta? ¿Por qué? ¿Qué te llama la atención de ese formato?
11. ¿A parte de ver televisión realizas alguna otra actividad? ¿Qué realizas? ¿Por qué?

Categoría B: El streaming

1. ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente cuando menciono la palabra streaming?
2. ¿Qué opinas sobre el contenido de streaming? ¿Por qué?
3. ¿En tus ratos libres observas algún contenido de streaming? ¿Por qué?
4. ¿Consideras el streaming como un rival directo de la televisión de señal abierta? ¿Por qué?
5. ¿Consideras que el contenido en televisión es más atractivo que en streaming? ¿Por qué?
6. ¿Actualmente contratas algún servicio de streaming? ¿Cuál? ¿Por qué ese y no otro? ¿Cuánto pagas?
7. ¿Cual es tu serie favorita? ¿Cuántas temporadas has visto? ¿Cuántos capítulos puedes ver en tus ratos libres?

Categoría C: Preferencias de los jóvenes entre televisión y streaming

1. De las características que has mencionado sobre la televisión de señal abierta ¿Cuales valoras más? ¿Por qué?
2. De las características que has mencionado sobre las plataformas de streaming ¿Cuales valoras más? ¿Por qué?
3. Teniendo en cuenta estos dos grupos de características ¿Con cuál te quedas? ¿Por qué?
4. ¿Qué características consideras que tiene la televisión de señal abierta que todavía le permite subsistir en este nuevo mundo de las nuevas plataformas de streaming?
5. De acuerdo con las características que has mencionado que tiene un canal de señal abierta o el streaming ¿Consideras que el streaming está desplazando a la televisión de señal abierta? ¿Consideras que la televisión de señal abierta sobrevive a pesar del avance de los nuevos medios digitales como el streaming?
6. ¿Por qué crees que la televisión aún sigue latente?
7. ¿Qué elementos de la televisión de señal abierta consideras que siguen perennes? ¿Por qué?

8. ¿Qué características tiene el streaming que te agrada? ¿Qué características o elementos tiene el streaming que no te agrada? ¿Qué cambiarías en el streaming para que sea una plataforma perfecta? ¿Por qué?
9. ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta que te agrada? ¿Qué características o elementos tiene la televisión de señal abierta que no te agrada? ¿Qué le quitarías a la televisión de señal abierta? ¿Cuál sería tu canal perfecto de televisión de señal abierta? ¿Por qué?

Categoría D: Comparativo de las 3 categorías

1. Si comparamos la tv nacional con el cable ¿Con cuál te quedas? ¿Por qué?
2. ¿Cuáles son las ventajas entre la televisión por cable y viceversa? ¿Por qué?
3. ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta que te llama la atención? ¿Por qué?
4. ¿Qué características tiene la televisión por cable que te llama la atención? ¿Por qué?
5. ¿Qué características tienen las plataformas de streaming que observas? ¿Cómo definirías la plataforma de streaming de preferencia? ¿Por qué la definirías así?

Validación de contenido:

1. Link de entrevista:

Nombre: Saori Paredes

Edad: 21

Perfil: Joven universitaria que pertenece al primer grupo de la muestra.

Preguntas por categoría que se van a modificar:

Categoría A:

- **Modificar pregunta: 2**

Antes: ¿Has tenido alguna etapa de tu vida en donde has visto de manera concurrida televisión?

Ahora: ¿Has tenido alguna etapa de tu vida en donde has visto de manera continua televisión de señal abierta? ¿Por qué recuerdas esa etapa? ¿Qué veías?

Categoría B:

- **Modificar pregunta: 3**

Antes: ¿Actualmente contratas algún servicio de streaming relacionado solo a lo audiovisual?
¿Cuanto pagas por el servicio?

Ahora: ¿Actualmente contratas algún servicio de streaming como Netflix, HBO, Amazon Prime o Netflix? ¿Cuánto pagas por el servicio? ¿Quién lo paga?

Categoría C:

- **Modificar pregunta: 4,5**

Antes: ¿Consideras que la televisión de señal abierta aún subsiste?

Ahora: ¿Qué características consideras que tiene la televisión de señal abierta que todavía le permite subsistir?

Antes: De acuerdo con las características que has mencionado que tiene un canal de señal abierta o streaming ¿Consideras que el streaming está desplazando a la televisión de señal abierta? ¿Consideras que la televisión de señal abierta sobrevive a pesar del avance de los nuevos medios digitales como el streaming?

Ahora: De acuerdo con las características que has mencionado que tiene un canal de señal abierta o streaming ¿Consideras que el streaming está desplazando a la televisión de señal abierta? ¿Por qué?

Categoría D:

- **Modificar pregunta: 3,4**

Antes: ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta?

Después: ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta que te llama la atención?

Antes: ¿Qué características tiene la televisión por cable?

Después: ¿Qué características tiene la televisión por cable que te llama la atención?

2. Link de entrevista:

Nombre: Melanie Carazas

Edad: 23

Perfil: Joven universitario que pertenece al segundo grupo de la muestra.

Preguntas por categoría que se van a modificar:

Categoría A:

- **Modificar pregunta: 3**

Antes: ¿Actualmente ves televisión de señal abierta? ¿Por qué? ¿Qué observas? ¿Por qué lo observas? ¿Con qué frecuencia lo observas? ¿A parte de ver televisión con qué otra actividad te sueles distraer?

Después: ¿Actualmente ves televisión de señal abierta? ¿Por qué? ¿Qué observas? ¿Por qué lo observas? O ¿Por qué no lo observas? ¿Con qué frecuencia lo observas? ¿A parte de ver televisión con qué otra actividad te sueles distraer?

Categoría B:

- **Ninguna a modificar**

Categoría C:

- **Modificar pregunta: 2**

Antes: De las características que has mencionado sobre la televisión de señal abierta ¿Cuáles valoras más? ¿Por qué?

Después: ¿Qué características que tiene la televisión de señal abierta valorarías más? ¿Por qué?

Categoría D:

- **Modificar pregunta: 3,4**

Antes: ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta?

Después: ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta que te llama la atención?

Antes: ¿Qué características tiene la televisión por cable?

Después: ¿Qué características tiene la televisión por cable que te llama la atención?

3. Link de entrevista:

Nombre: Claudia Galdós

Edad: 23

Perfil: Joven universitario que pertenece al tercer grupo de la muestra:

Preguntas por categoría que se van a modificar:

Categoría A:

- **Ninguna a modificar**

Categoría B:

- **Modificar pregunta: 6**

Antes: ¿Cuántas horas a la semana miras algún contenido de streaming?

Después: ¿Cuántas horas a la semana consideras que te dedicas a ver alguna serie, película o documental en tu plataforma de streaming favorita? ¿Qué haces en las otras horas? ¿De qué depende ello?

Categoría C:

- Eliminar pregunta 6 porque se evidencia en otras premisas: ¿Por qué crees que la televisión aún sigue latente

Categoría D:

- **Modificar pregunta: 3,4**

Antes: ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta?

Después: ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta que te llama la atención?

Antes: ¿Qué características tiene la televisión por cable?

Después: ¿Qué características tiene la televisión por cable que te llama la atención?

4. Link de entrevista:

Nombre: Juan Adaniya Higa

Perfil: Profesional con 30 años de experiencia en la producción de programas televisivos

Preguntas por categoría que se van a modificar:

Categoría A:

- **No modificar**

Categoría B:

- **No modificar**

Categoría C:

- **Modificar pregunta: 4**

Antes: ¿Qué características consideras que tiene la televisión de señal abierta que todavía le permite subsistir?

Después: ¿Qué características consideras que tiene la televisión de señal abierta que todavía le permite subsistir en este nuevo mundo de las nuevas plataformas de streaming?

Categoría D:

- **Modificar: 3,4**

Antes: ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta?

Después: ¿Qué características tiene la televisión de señal abierta que te llama la atención?

Antes: ¿Qué características tiene la televisión por cable?

Después: ¿Qué características tiene la televisión por cable que te llama la atención?

LA TV Y EL STREAMING DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS JÓVENES

Referencias:

- Amaya Trujillo, J., & Charlois Allende, A. J. (2017). Memoria cultural y ficción audiovisual en la era de la televisión en streaming. Una exploración en torno a la serie Narcos como relato de memoria transnacional. *Comunicación y Sociedad*, (31). Recuperado de <https://doi.org/10.32870/cys.v0i31.6852>.
- Atarama, T., Castañeda, L., & Londoño, M. (2017). Televisión en el Perú: un estudio de la estrategia de difusión de contenidos de los canales de señal abierta. *Comunicación y Medios*, (35), 140-155. Recuperado de <https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/45196>.
- Balcazar, P., Gonzales-Arratia, N., Gurrola, G. & Moysen, A. (2015). Investigación cualitativa. Recuperado de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/21589>
- Bueno, A. (2017) El imperativo de goce en la “televisión basura” del Perú contemporáneo (Grado de Magister). Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/8684>
- Calderón, E. (2007) Los programas de televisión y la agresión en los niños: caso Power Rangers (Tesis de Licenciado). Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/1230>
- Carranza, A. & Villanueva, J. (2019) Las plataformas de Streaming en las preferencias del nuevo consumidor universitario, Universidad Particular Antenor Orrego y Universidad Nacional de Trujillo - 2016 (Título de licenciado) Recuperado de <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/15416>.
- Cortavitate, E. (2016) Reflexionando sobre la influencia de la televisión en adolescentes y jóvenes limeños: una propuesta de activismo digital (Título de magister) Recuperado de <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/7293>.
- Falcón, W. (2017) El derecho a la intimidad y la libertad de expresión en los programas matutinos de televisión de señal abierta en el Perú – 2016. (Tesis profesional). Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/15147>
- Fernández, E. (2010). La teoría de la segmentación del mercado de trabajo: enfoques, situación actual y perspectivas de futuro. *Investigación económica*, 69(273), 115-150. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16672010000300004&lng=es&tlng=es.
- Folgueiras, Pilar (2016) La entrevista. Recuperado de <http://hdl.handle.net/2445/99003>
- Galván, L. (31 de Julio de 2021) Netflix, HBO Max, Disney+... ¿Cuál es la mejor plataforma de streaming? Las comparamos todas. RPP. Recuperado de <https://elcomercio.pe/saltar-intro/streaming/series/netflix-hbo-max-cual-es-la-mejor-plataforma-de-streaming-en>

LA TV Y EL STREAMING DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS JÓVENES

[america-latina-amazon-prime-video-disney-hbo-go-max-paramount-movistar-play-y-atresplayer-mx-arg-es-noticia/?ref=ecr](https://www.repositorio.cepa.org/bitstream/handle/10269/44111/1/america-latina-amazon-prime-video-disney-hbo-go-max-paramount-movistar-play-y-atresplayer-mx-arg-es-noticia/?ref=ecr).

García, M. (2013) La realidad actual del streaming de video. El streaming tradicional vs alternativas actuales. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/94882>

García, M. J., García, V. & Suárez, M. (2019). Nuevos hábitos de consumo audiovisual en menores: aproximación a su análisis mediante encuestas. *Doxa Comunicación*, 28, pp. 241-260. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n28a13>

Gil, A. (2017). El triunfo populista de Alberto Fujimori en Perú en el año de 1990. *InterNaciones*, (11). <https://doi.org/10.32870/in.v4i11.6899>.

Gil, J., Rivera, F. & Ornella, F. (2019) Estudio cualitativo de los hábitos de consumo de series y películas de los Millennials en Lima Moderna (Título de licenciado) Recuperado de <http://hdl.handle.net/10757/650339>.

González, F. (2005). ¿Qué es un paradigma? Análisis teórico, conceptual y psicolingüístico del término. *Investigación y Postgrado*, 20(1),13-54.[fecha de Consulta 15 de Noviembre de 2021]. ISSN: 1316-0087. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65820102>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill. Recuperado de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Jakiwara, L. (2012) Los usos y costumbres de la recepción televisiva en los jóvenes escolares de Lima metropolitana y su evolución (1997- 2010). (Tesis doctoral) Recuperado de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/1577967>

Lamkhede, S. & Das, S. (2019) Challenges in Search on Streaming Services: Netflix Case Study [Desafíos en la búsqueda de servicios de transmisión: estudio de caso de Netflix]. Recuperado de <https://arxiv.org/abs/1903.04638>

Lastra, A. (2016) El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *Icono 14*. Recuperado de [10.7195/ri14.v14i1.902](https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.902)

López, D. (2018) Estudio de las plataformas de streaming. España: Sevilla. Grado en Marketing e investigación de mercados (1-10-2021). Recuperado de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/87550/Estudio_de_las_plataformas_de_streaming.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

LA TV Y EL STREAMING DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS JÓVENES

- Medina, C. (2016) Los millenials su forma de vida y el streaming. Gestión y Estrategia. Recuperado de <http://gestionyestrategia.azc.uam.mx/index.php/rge/article/view/570>
- Mendoza, M (5 de noviembre del 2019) Plataformas como Netflix son usadas por el 33% de peruanos, según ConcorTV. El comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/plataformas-como-netflix-son-usadas-por-el-33-de-peruanos-segun-concorTV-internet-noticia/>
- Mestanza, D. , Morales, A., Ordinola, K., Ormeño, D., Patricio, G. & Ponce Trebejo, S. N. (2020). Trabajo integrador (NETFLIX) [trabajo de fin de curso]. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Administración. Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12724/12558>
- Neira, E., Clares, J. & Sánchez, J. (2021). “New audience dimensions in streaming platforms: the second life of *Money heist* on Netflix as a case study”. *Profesional de la información*, v. 30, n. 1, e300113. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.13>
- Netflix (2021) Centro de ayuda de Netflix España. Recuperado de <https://about.netflix.com/es/news/new-top-10-on-netflix>
- Perú21 (23 de noviembre 2020) Cuatro mitos sobre el consumo de televisión en Perú: ¿los jóvenes ya no ven TV?. Recuperado de <https://peru21.pe/lima/ibope-media-cuatro-creencias-desmitificadas-sobre-el-consumo-de-television-en-peru-los-jovenes-ya-no-ven-tv-television-en-el-peru-noticia/>
- Ramos, C. (2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Avances En Psicología*, 23(1), 9-17. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2015.v23n1.167>
- Ricoy C (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Educação*, 31(1),11-22.[fecha de Consulta 15 de Noviembre de 2021]. ISSN: 0101-9031. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=117117257002>
- Rigo, N. (2018) Televisión, audiencias y convergencias. *Actas de Periodismo y Comunicación Social*. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/79992>.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.a ed.). Madrid, España: Autor.
- Roig,T. (2005). Arte, Internet y la reinención de la televisión: el caso TV Swansong. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53700715>.

LA TV Y EL STREAMING DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS JÓVENES

- Sánchez, H. (2013) Publicidad, sensacionalismo y rating de los noticieros televisivos de la mañana de los canales de señal abierta de Lima Metropolitana, en el 2011. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/18>
- Vargas, J. (1999) Adiós a la vergüenza: El fenómeno de los talk shows en la televisión (Tesis de Magíster). Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/7217>
- Ventura, M. (2017) El humor como recurso en la publicidad televisiva que se transmite a través de la señal abierta de América Televisión y Latina. (Tesis profesional) Recuperado de <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/3477>
- Vilca, F. (2020) Extensión de la televisión convencional al mundo digital actual. (Título de bachiller) Recuperado de <http://hdl.handle.net/10757/653184>.
- Vivas, F. (2017) En vivo y directo (2da edición). Lima, Perú: Fondo editorial Universidad de Lima. Recuperado de <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10736>.
- Zanelli, C. (2021) Proceso de venta de una idea o historia latinoamericana de género drama para la plataforma streaming Netflix. (Tesis de bachiller). Recuperado de <http://hdl.handle.net/10757/657671>

LA TV Y EL STREAMING DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS JÓVENES

Anexo 1. Matriz de consistencia cualitativa

Tema de Investigación	Pregunta de Investigación	Objetivos	Categorías	Marco Teórico	Metodología
<p>La comparación entre televisión tradicional y vía streaming entre los jóvenes de Lima Metropolitana.</p>	<p>¿Cuál es la comparación entre el consumo de televisión tradicional y vía streaming entre los jóvenes de Lima Metropolitana?</p> <p>Preguntas específicas:</p> <p>¿Cómo influye la comparación entre la televisión tradicional y vía streaming?</p> <p>¿Cómo influye la televisión nacional?</p> <p>¿Cómo influye el streaming entre los jóvenes?</p>	<p>Identificar la comparación en la televisión tradicional y vía streaming entre los jóvenes de Lima Metropolitana.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Explicar la comparación entre la televisión tradicional y vía streaming</p> <p>Determinar la comparación entre la televisión tradicional y vía streaming</p> <p>Identificar comparación entre la televisión tradicional y vía streaming</p>	<p>Categoría A:</p> <p>-Contenido de los canales de televisión</p> <p>Subcategoría:</p> <p>-Parrilla de programación</p> <p>-Accesibilidad y método de pago</p> <p>-Disponibilidad del contenido</p> <p>Categoría B:</p> <p>Contenido de las plataformas de streaming</p>	<p>Primer eje: La historia de los principales canales de televisión en el Perú</p> <p>Segundo eje: El origen del servicio de streaming en el Perú</p> <p>Categoría 1:</p> <p>Televisión de señal abierta</p> <p>Subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Segmentación en canales de televisión de señal abierta ● Contenido en 	<p>Paradigma</p> <p>Interpretativo (Ricoy, 2006)</p> <p>Método</p> <p>Cualitativo (Balcázar, Gonzáles-Arratia, Gurrola y Moysén, 2002)</p> <p>Técnicas de producción de datos</p> <p>Entrevistas (Baptista, Fernández, Hernández (2010)</p> <p>Estrategia operativa</p> <p>Muestra 1:Jóvenes del sector AB que se encuentren estudiando en algunas de las 10 mejores universidades del Perú (según el diario Gestión) y que</p>

LA TV Y EL STREAMING DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS JÓVENES

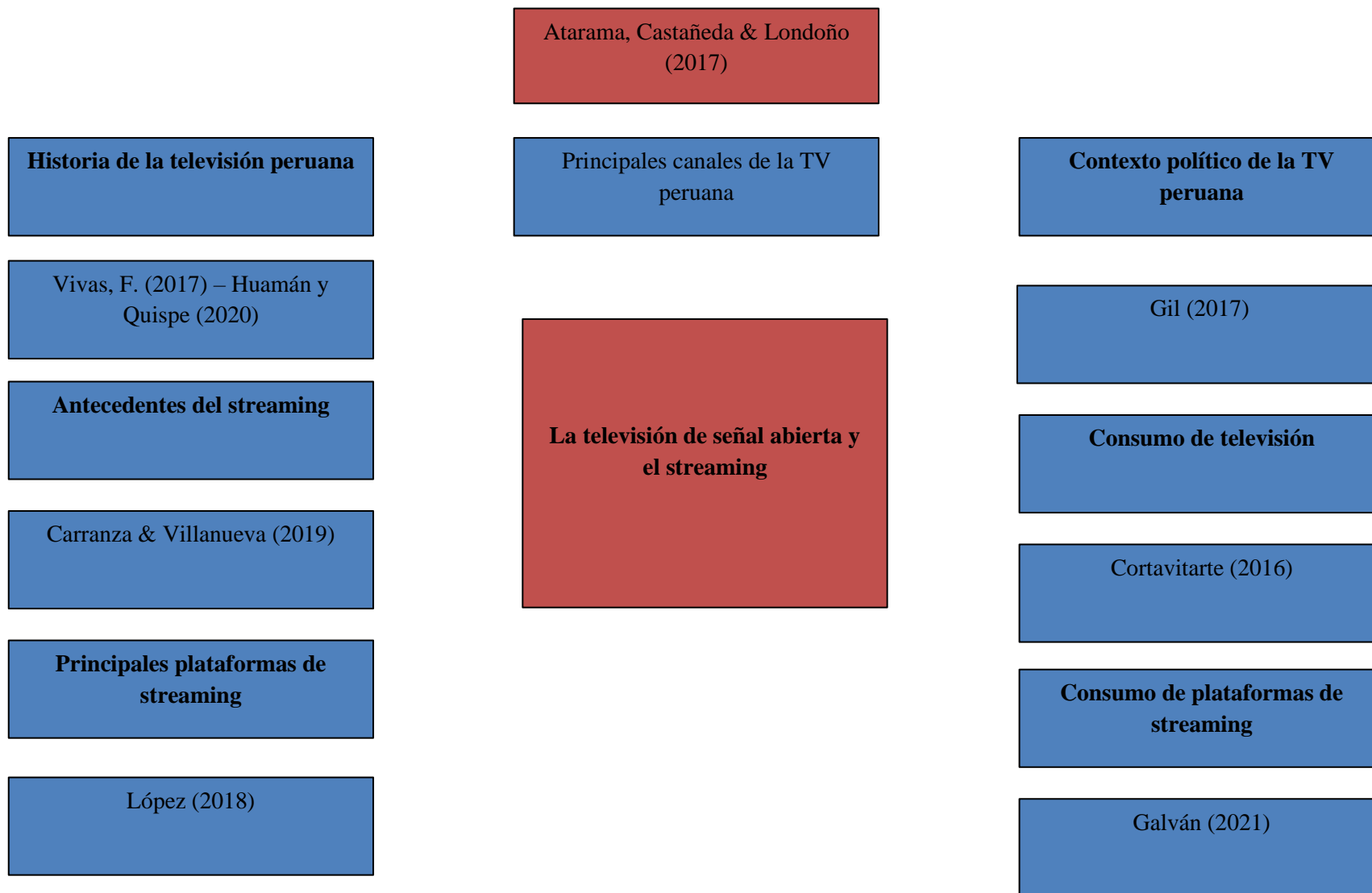
			<p>Subcategoría:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Géneros audiovisuales -Accesibilidad y Método de pago -Disponibilidad del contenido <p>Categoría C:</p> <p>Preferencia de los jóvenes entre la tv y el streaming</p>	<p>televisión de señal abierta</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Indicador de rating en televisión de señal abierta <p>Categoría 2:</p> <p>Plataformas de streaming</p> <p>Subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Segmentación en streaming ● Contenido en streaming ● Indicador de popularidad en streaming <p>Categoría 3:</p> <p>Preferencias de los jóvenes entre la televisión y el streaming.</p>	<p>consuman TV de señal abierta</p> <p>Muestra 2: Jóvenes del sector AB que se encuentren estudiando en algunas de las 10 mejores universidades del Perú (según el diario Gestión) y que consuman plataformas de streaming.</p> <p>Muestra 3: Jóvenes del sector AB que se encuentren estudiando en algunas de las 10 mejores universidades del Perú (según el diario Gestión) que consuman televisión de señal abierta y plataformas de streaming.</p> <p>Muestra 4: Especialistas del área de producción que trabajan o han trabajado más de 5 años en los canales de señal abierta: Andina Tv, Tv</p>
--	--	--	--	--	---

LA TV Y EL STREAMING DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS JÓVENES

					Perú, Panamericana TV, América TV o expertos que trabajen para las plataformas de streaming como: Netflix, Disney, HBO+ o Amazon Prime.
--	--	--	--	--	---

LA TV Y EL STREAMING DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS JÓVENES

Mapa de autores con relación a los antecedentes



LA TV Y EL STREAMING DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS JÓVENES

Mapa con relación al Marco Teórico:

