

UNIVERSIDAD CÁTOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



LA IMPORTANCIA DE LA TELEVISIÓN ONLINE EN EL PERÚ

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

PEDRO DANIEL MILLONES CAVA

ASESOR

CECILIA LOURDES VIDAURRE NIETO

<https://orcid.org/0000-0002-0068-5797>

Chiclayo, 2020

ÍNDICE

RESUMEN.....	3
ABSTRACT.....	4
INTRODUCCIÓN.....	5
MARCO TEÓRICO.....	8
1. INTERNET.....	8
1.1. AUGUE DEL INTERNET Y LAS REDES SOCIALES	8
1.2. LA INTERNET Y LA TELEVISIÓN.....	9
1.3. DE USUARIO PASIVO A AVTIVO.....	10
2. LA TELEVISIÓN ONLINE ES UNA REALIDAD.....	10
2.1. TELEVISIÓN ONLINE NO ES LO MISMO QUE STREAMING.....	12
2.2. ¿DÓNDE DIFUNDIR LA TV ONLINE?.....	12
3. IMPORTANCIA DE LA TV ONLINE	14
CONCLUSIONES.....	16
REFERENCIAS.....	17

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado La importancia de la televisión online en el Perú, surge a raíz de un mal concepto que se tiene de tv online en el país. Se entiende por televisión online a la acción de realizar streaming o repetición de contenidos de la televisión tradicional en internet. Entonces, surge la pregunta ¿Cuál es la importancia de la televisión on line en el Perú? Con el objetivo de definir la importancia de esta; conocer qué diferencias hay entre la tv convencional y la televisión on line en el Perú; y determinar si el streaming es sinónimo de televisión online.

Esta investigación se desarrolla con un enfoque cualitativo, teniendo como principal instrumento de investigación el análisis documental, mediante la metodología de investigación bibliográfica.

La investigación concluye en que la tv online se ha convertido en una obligación para los medios convencionales y es importante en las universidades porque permite difundir contenidos propios bajo los criterios profesionales que estas decidan sirviendo como órgano de prácticas. También se establece que la principal diferencia que existe entre tv tradicional y tv online es que la primera emite mensajes sin oportunidad de respuesta mientras que la segunda permite ese feedback que ha convertido al usuario de pasivo a activo participante de las transmisiones. Por último, se determina que Streaming no es sinónimo de tv online, porque streaming consiste en emitir productos audiovisuales grabados sin interacción con el usuario; ejemplo, Netflix y youtube.

Palabras claves: Televisión online, Universidad, Streaming, Televisión por internet, Tv online.

ABSTRACT

The present research work entitled. The importance of online television in Peru, arises from a bad concept that online television in the country. Online tv is understood as the action of streaming or replaying traditional television content on the internet. So, the question arises: What is the importance of online television in Peru? In order to define the importance of this; know what differences there are between conventional television and online television in Peru; and determine if streaming is synonymous with online television.

This research is developed with a qualitative approach, having documentary analysis as the main research instrument, using the bibliographic research methodology.

The research concludes that online TV becomes an obligation for conventional media and is important in universities because it allows the dissemination of their own content under the professional criteria that they decide to serve as an internship body. It was also established that the main difference between traditional TV and online TV is that the former emits messages with no opportunity for response, while the latter allows this feedback that has turned the user from passive to active participant in the broadcasts. Lastly, it was determined that Streaming is not synonymous with online tv, because streaming consists of broadcasting recorded audiovisual products without user interaction; example Netflix and youtube.

KEYWORDS: Online television, University, Streaming, Internet television, Tv online.

I. INTRODUCCIÓN

Hace algunos años la televisión on line no era prioridad para la humanidad, para eso estaba la televisión convencional. Sin embargo, actualmente ha pasado a ser una plataforma muy recurrida, no solo por las televisoras que decidieron retransmitir sus contenido, sino también por aquellos que usan el ciberespacio como principal medio de difusión.

Las circunstancias por las que el mundo atraviesa han obligado un cambio en la sociedad. El ser humano se ha acercado más a las redes sociales y ha hecho de estas una herramienta de entretenimiento, información y difusión de contenidos.

Ahora, existen desde periódicos online, tiendas de comida online, radio online, aplicaciones de series online, hasta canales de televisión online. Servicios que pasaron de lo convencional, donde primaba la oferta de contenidos, al ciberespacio donde se trabaja en función a la demanda.

En este contexto, la televisión on line es una nueva forma de producir y transmitir contenido audiovisual sin un límite geográfico (Salazar, 2015).

La televisión online o televisión distribuida por internet, surge como consecuencia de la evolución de las redes. El aumento de la banda ancha y el uso de la Fibra Óptica ha permitido realizar streaming de complejos contenidos audiovisuales sin cortes y en alta calidad (Salas, 2015).

Mora (2017) en la investigación Los nuevos modos de ver televisión, sostiene que “hemos pasado de una público tradicional y pasiva a la audiencia 2.0. En la cual el cibernauta interactúa con el medio y elige lo que desea ver, comentar, compartir y es parte de la producción”

Por lo tanto, es un público diferente que busca ese feedback que en la televisión convencional no existe. No se trata de llevar los contenidos de la tv tradicional a la tv online.

En el plano internacional, se considera la investigación realizada por Atiencia (2018) quien concluyó que la importancia de la televisión online radica en que permite convertir a

las personas de simples espectadores en creadores de contenidos propios. Además, mostró que las personas son capaces de realizar programas en base a identidad, idiosincrasia y necesidades propias.

En el Perú, no hay un estudio similar. Sin embargo, sí existen páginas que titulan: Televisión online gratis, tv en vivo y televisión por internet. Incluso a través de Google Play se puede descargar aplicaciones móviles de tv online que prometen una experiencia ágil que busca la interacción y la participación constante de los usuarios.

Finalmente, en el marco local no existe una investigación que hable sobre la televisión online, los canales locales emiten su señal por difusión analógica, digital o por cable, es decir, a través de redes de fibra óptica; algunos lo hacen en la modalidad de señal abierta y otros por suscripción. Motivo para considerar viable el presente trabajo.

Entonces, surgen las preguntas ¿Cuál es la importancia de la televisión on line en el Perú? ¿Qué diferencias hay entre la tv convencional y la televisión on line en el Perú? ¿Es el streaming sinónimo de televisión online?

Es importante elaborar este tema porque al visitar las páginas web o Facebook de algunos medios de comunicación nacional que estarían realizando televisión online, se ha comprobado que no la practican de la forma más adecuada. Estas empresas se han dedicado a retransmitir contenidos (en inglés streaming) y no han creado un formato especial destinado a los internautas.

Ahora bien, para solucionar este problema es primordial como primer paso elaborar este trabajo, en el que a través de las respuestas a las preguntas planteadas se brindará información que permita conocer la importancia del correcto funcionamiento de la televisión on line en el Perú

El estudio tiene relevancia social, porque al exponer los conceptos, ventajas e importancia de realizar tv online en el Perú se podría considerar la creación de proyectos para su logro cuyos contenidos cumplirán las necesidades de los cibernautas.

La elaboración del presente trabajo de investigación es necesaria y conveniente para la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, en especial para la escuela de Comunicación, porque brindará información teórica actualizada sobre la televisión online ya que cada año nacen nuevos conceptos, redes y cifras en Internet

II. MARCO TEÓRICO

1. INTERNET

El uso del internet ha modificado la forma de interactuar con el mundo. Desde sus inicios, uno de los acontecimientos que ha desarrollado de forma diferente es la manera de ver productos audiovisuales, especialmente los realizados por televisión, ya sea de señal abierta nacional o pagada.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2017) demuestra que el crecimiento anual de personas y empresas que usa internet es constante. Por tal motivo, los medios de comunicación han tenido que acoplarse, creando un servicio adicional a través del cual brinde a sus consumidores la opción de acceder a sus contenidos desde la web.

Atiencia (2018) afirma que casi todos los canales de televisión cuentan con un portal online, en los cuales suben reportajes, extractos de programas y en algunos casos contenidos paralelos transmitidos exclusivamente en la página web.

1.1. Auge de Internet y las redes sociales

El estudio Previsiones de Consumo de Medios indica que, gracias al auge de los dispositivos móviles, entre el 2010 y 2016 se generó un incremento del 44% anual en el uso de Internet móvil y la generalización en el acceso a la banda ancha móvil. Parte de este tiempo extra significó el descenso del consumo de los medios tradicionales. El consumo promedio fue de 456 minutos por persona en el 2016, frente a los 411 minutos en el 2010, es decir, un incremento medio anual del 2%, lo que representa 45 minutos más.

El Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI, 2019) afirma que el 82% de la población peruana de 6 y más años de edad usa Internet mediante un teléfono celular.

Lo que representa un incremento de 8,8 puntos porcentuales si se compara con las cifras del 2017.

Asimismo, la Oficina de Censos de los Estados Unidos (2019), señala que Perú tiene una población de 32.74 millones que posee más de 39 millones de suscriptores móviles, 19% por encima de la población, lo que indica un futuro con gran uso de dispositivos móviles.

Google Consumer Barometer (2019) afirma que 96% de las personas todavía utiliza TV de cualquier tipo, 86% utiliza cualquier teléfono móvil y 58% de las personas utilizan teléfonos inteligentes, laptops y computadora personal.

1.2. El internet y la televisión

Sin embargo, el internet no ha llegado para sustituir a los denominados medios tradicionales. La combinación internet y televisión ha hecho que se desarrolle un nuevo tipo de televisión. La televisión online es un complemento de la televisión convencional.

La televisión por internet, también llamada como televisión IP o televisión online, es aquella que se transmite vía internet. Es una nueva manera de producir y emitir contenidos de comunicación audiovisual en línea, permitiendo al usuario recepcionar en cualquier parte del mundo (Salazar, 2015).

Cabero (2015) y Ramonet (2015) coinciden en que la TV IP es posible por la extensión de la banda ancha de internet, el aumento del número de usuarios de internet y la posibilidad de visualizarla en diferentes plataformas tecnológicas.

1.3. De usuario pasivo a activo

Hasta hace poco la televisión convencional ha mantenido al espectador como agente pasivo receptor de contenidos. Como si se tratara de un concierto o una obra de teatro a la cual solo queda observar. Sin embargo, con el nacimiento de la tv online cambió el estado del usuario y pasó a ser una parte primordial de ella. Es ahora un agente activo que interactúa durante la programación mediante los comentarios llegando a ser parte de esta.

El ascendente consumo de internet y televisión han generado un giro en los usuarios, a tal punto de estar en línea siempre en redes. Estas ya pertenecen a la vida cotidiana y les brindan una buena cantidad de horas.

Para Quintas y González (2015) El ingreso de las TIC en las costumbres televisivas generó, por un lado, que la centralidad de la pantalla de televisión fuera sustituida por una experiencia televisiva multipantalla y multitarea.

2. LA TELEVISIÓN ONLINE ES UNA REALIDAD

Fernández (2019) afirma que una de las cualidades que diferencian de la tv en vivo es su naturaleza efímera. Esta característica obligó a la creación de sistemas que permitieran grabar episodios con el fin de visualizarlos después.

No obstante, ahora el consumo de programas grabados y seleccionados por el usuario es a través de internet, mediante el consumo en plataformas digitales. El streaming es la modalidad que emplean estas plataformas.

Mora (2017) dice que este cambio se debe a los Millennials, una generación de nativos digitales, quienes crecieron al ritmo de las nuevas tecnologías, con internet y redes sociales. Son ellos los que han ido marcando el desarrollo de la televisión online y multidispositivo.

Los millenials son una generación que prefiere consumir los contenidos que les ofrece Internet, a ver la televisión. Ahora la televisión se ve en diferentes dispositivos, permitiendo que el usuario elija en cada momento lo que quiere visionar.

2.1. Televisión online no es lo mismo que Streaming

El “streaming” es un nuevo sistema de Internet, por el cual los archivos de audio o video son transmitidos al mismo tiempo que son descargados. Lo esencial de este sistema es que los usuarios no tienen que esperar a que dicho archivo sea totalmente descargado en sus ordenadores.

Pastor (2016) dice que “ingresar es más accesible, sólo se necesita tener punto a Internet, además es más independiente. Se da paso al selfcasting, es decir, a poder elegir qué, cuándo y dónde ver los programas.

Esto significa un incremento en el tiempo que las personas usan para acceder a Internet móvil. Ignacio Ramonet sostiene que el televisor dependerá progresivamente ascendente del internet y se simplificará a una pantalla de confort (Ramonet, 2015).

Las pantallas portátiles se han convertido en indispensables en la vida de todas las personas. Genera comunicación, información, ayuda en las tareas laborales, es una herramienta importante y nos mantiene en sociedad.

Tórtola y Mancuso (como se citó en Artopoulos, 2011) dice que la cultura juvenil ha encontrado en los dispositivos móviles una manera de expresar y reafirmar su identidad.

Los teléfonos móviles se convirtieron en sofisticadas herramientas multifuncionales que en un principio fueron solo dispositivos destinados a la comunicación interpersonal.

Damián Kirzner (2019) afirma que ahora la tv difundirá en espacios más cortos y segmentos menores, que sean fáciles de visualizar en todo dispositivo.

2.2 ¿Dónde difundir la tv online?

Las redes sociales se han posicionado como un sitio ideado para los cibernautas, lugar en el que son protagonistas. Ellos producen información, contenido y consumen contenidos que estén relacionados a sus intereses. De la misma forma que eligen lo que quieren ver, también eligen lo que quieren publicar y cómo mostrarse.

Ramonet (2015) afirma que Google acabará de forma ascendente con la tv. John Farrel, director de YouTube para América del Sur, en el 2015 había visionado que el 75% de los contenidos audiovisuales serían consumidos vía internet en 2020

Las redes sociales han sido creadas como un sitio pensado para los internautas, en el cual éste es el protagonista. Aquí pueden crear información, contenido, y consumir aquellos que están relacionados directamente a sus necesidades. Además, puede elegir qué consumir, qué publicar y cómo se quiere mostrarse a los demás.

a) Tv online en Youtube

En el mundo, YouTube es el segundo sitio más visitado de Internet, solo superado por Google. (Alexa, 2016). Esta plataforma brinda la posibilidad de realizar transmisiones en vivo, además de la herramienta de vídeos streaming que ya existía.

El mercado industrial, y la televisión en particular, ha tomado conciencia de lo importante que es tener presencia en las redes. En la Tv, podemos observar como la gran mayoría de canales cuentan con un espacio en YouTube, donde suben videos de programas, fracciones que ya se transmitieron. Sin embargo, los canales de noticias transmiten en vivo lo mismo que están emitiendo por tv.

A través de YouTube se han transmitido eventos noticiosos, deportivos, culturales, hechos políticos, entre otros. Atiencia (2018) sostiene que los canales de televisión nacional tienen su propio canal de YouTube con el fin de maximizar su editorial y abarcar más usuarios de la web.

Statista (2019) afirma que esta red social tiene 2 mil millones de usuarios en el mundo. Es preciso señalar que los usuarios de YouTube activos mensuales son cibernautas que abrieron sesión por lo menos una vez al mes en el sitio. Es valioso decir esto, porque aún existen usuarios que observan vídeos en YouTube sin iniciar sesión en Google. Esta cifra de gran magnitud puede ser considerada para emplear esta red como la difusora del canal de tv online.

Otro dato a considerar es que el 70% de las reproducciones en youtube resulta de dispositivos móviles. Asimismo, el 90% de los usuarios afirman que han descubierto nuevas marcas y productos en YouTube. Finalmente, el 94% de los usuarios entre 18 y 44 años de edad ingresaron al menos una vez al mes (Statista, 2019).

Sin embargo, YouTube no es la red social más usada en el mundo, la que lidera la lista es Facebook.

b) Tv online en Facebook

Newsroom (2016) afirma que, en el 2016, Facebook contaba con 1650 millones de usuarios de los cuales 1510 millones accedían a través de dispositivos móviles.

Cerezo (2017) afirman que Facebook apertura el mercado de la Televisión online para inclinarse al mercado publicitario que demanda el audiovisual, que son alrededor de 70.000 millones de dólares solo en Estados Unidos, lo que significa que la compañía de Mark Zuckerberg está en competencia directa con Google, YouTube Red, Snapchat Discover y las redes de televisión tradicionales.

We Are Social (2020) en un estudio afirma que en el 2019 Facebook ocupaba el primer lugar del ranking al tener 2.271 millones de usuarios a nivel global. En esta edición 2020 mantiene el liderato, alcanzando los 2.449 millones de usuarios, un 7,8% más. Por lo tanto, YouTube se ubica en el segundo lugar con 2.000 millones de usuarios.

Si bien es cierto, Facebook inició como un medio para distribuir contenidos y mensajes, durante el proceso sumó múltiples opciones, como captura y almacenamiento de fotos y videos, desarrollo de juegos, mapas de posicionamiento, herramientas de búsqueda, aplicaciones y más.

Facebook ha logrado posicionarse como la red social de mayor importancia en el mundo, y constantemente está innovando para brindar un mejor servicio.

Con respecto a la relación de Facebook con la televisión, es interesante la interacción que se dan entre estos, se puede resaltar cómo los videos compartidos en Facebook permiten explorar productos nuevos (programas de tv, películas, series, etc.) o ampliar lo que ya sabemos de estos.

Facebook, mediante su servicio Facebook Live, brinda videos en tiempo real de distintos noticieros y también de los mismos usuarios.

Tórtola y Mancurso (2017) sostiene que hoy es obligatorio para las empresas tener presencia en Facebook publicando material audiovisual en páginas oficiales.

3. IMPORTANCIA DE LA TV ONLINE

La tv trabaja cada vez más en conjunto con lo online y social media, y lo hace como una segunda pantalla para amplificar en el momento lo que sucede en el universo online. (Shaw, 2014)

Gabriel (2015) determinó que:

Las ventajas de la televisión online son:

- Brinda la opción poseer tv a la carta. Los internautas deciden ver lo que quieren, frente una variedad de posibilidades y en el momento que quieren hacerlo.
- Es posible elegir lo que se desea ver entre la variedad de contenidos con diferentes temáticas. que existe.
- Para emplear la tv online no es necesario descargar los programas, se pueden visualizar en directo, sin usar el almacenamiento del dispositivo.

Atiencia (2018) afirma que contar con un canal on line propio permite a las personas convertirse de simples espectadores en creadores de sus propios contenidos, acudiendo a profesionales o especialistas locales, ya que son capaces de realizar programas en base a su identidad, necesidades propias, y no de programas importados que presentan otras realidades.

Aquellos que logren la creación de sus propios canales on line podrán brindar programación con contenidos propios. Ya sea con fines educativos, científicos o comerciales.

III. CONCLUSIONES

1. La tv online se ha convertido en una obligación para los medios convencionales (la televisión tradicional en especial). Esto con el propósito de captar parte de la cantidad de usuarios que han migrado al internet. Asimismo, la tv online en las universidades es importante por múltiples razones, una de ellas es que se pueden difundir contenidos propios bajo los criterios profesionales que estas decidan; además, sirve como órgano de prácticas y como complemento de los conocimientos brindados en clase.

2. La tv tradicional emite mensajes sin oportunidad de respuesta, la tv online permite ese feedback que ha convertido al usuario de pasivo a activo participante de las transmisiones.

3. La tv online es aquella que se transmite en vivo y considera al usuario como parte del programa. Sin embargo, hay páginas que difunden los mismos contenidos de la tv tradicional en simultáneo o diferido. Cuando emiten un producto audiovisual grabado (programa informativo, entretenimiento, cultural) se pierde esa interacción con el usuario; a esto se le llama streaming, un servicio que brindan plataformas como Youtube y Netflix, en las cuales no existe televisión en vivo por internet.

REFERENCIAS

- Anguix, A. (2015). *Mamá, quiero ser youtuber*. Recuperado de <http://vivirdeingresospasivos.net/ser-youtuber/>
- Atiencia, C. (2018). *Propuesta para la implementación de un canal de televisión on-line en la Universidad del Azuay. [Tesis de Licenciatura]. Universidad del Azuay. Ecuador*. Recuperado de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/8490/1/14208.pdf>
- Alexa (2016). Audience Overlap. Recuperado de <https://www.alexa.com/siteinfo/youtube.com>
- Baba, J. (2018). *Characteristics of television as a medium*. Recuperado de www.wecommunication.blogspot.com.
- Bellis, M. (2017). *The history of the invention of television*. Recuperado de www.thoughtco.com
- Cerzo, J. y Cerezo, P. (2016). *La televisión que viene*. Recuperado de <http://evocaimagen.com/dosieres/dosier-evoca-05-la-television-que-viene.pdf>
- Fernández, S. (2019) *Las 9 características de la televisión más importantes*. Recuperado de <https://www.lifeder.com/caracteristicas-television/>
- Galeano, S. (2020). *Cuáles son las redes sociales con más usuarios del mundo (2020)*. Recuperado de <https://blog.hootsuite.com/es/estadisticas-de-facebook/>

- Google Play (2020). *App TVPerú*. Recuperado de <https://play.google.com/store/apps/details?id=pe.com.irtp&hl=es>
- Hootsuite (2020). *33 estadísticas de Facebook que todo Mercadólogo debe saber en 2020*. Recuperado de <https://blog.hootsuite.com/es/estadisticas-de-facebook/>
- Kantar (2016). *Hablemos de Marketing en la era digital*. Recuperado de https://blogs.tnsglobal.com/digital_blog_es/2016/11/los-consumidores-conectados-en-espana-dispositivos-consumo-de-medios-y-actividades-digitales.html
- Mora, L. (2017). *Los nuevos modelos de ver la televisión: Netflix, análisis de marca y comunicación (Tesis de grado)*. Universidad de Sevilla, España. Recuperado de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/63258/Luz%20Mora%20-%20Netflix.pdf;jsessionid=9EC900184912B9B9C97CFE482D6616FD?sequence=1&isAllowed=y>
- Quintas, N. y Gonzales, A. (2016). *El comportamiento de la audiencia lineal, social y en diferido de las series de ficción española*. Recuperado de [file:///C:/Users/PEDRO1/Downloads/63-1-215-1-10-20170228%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/PEDRO1/Downloads/63-1-215-1-10-20170228%20(1).pdf)
- Ramonet (2015) *El fin de la televisión de masas*. Recuperado de <http://www.eldiplo.org/notas-web/el-fin-de-la-television-demajas/>
- Rivero, E. (2018). *Televisión Pública, Internet y Democratización. El caso de Canal 7 online. (Tesis de posgrado)*. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Recuperado de <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/785>
- Salas, G. (2015). *Cámbiate a la televisión online*. [Entrada de blog] Recuperado de <http://tecnologiaparapymes.es/cambiate-a-la-television-online/>

Salazar, A. (2015). *Televisión online como herramienta para la transformación educativa caso Universidad Tecnológica ECOTEC*. Recuperado de <http://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicion7/articulo-9.pdf>

TDT (2020). *Tv analógica vs tv digital*. Recuperado de <http://www.tdt.pe/#/>