

**“Año del buen servicio al ciudadano”**

**UNIVERSIDAD INCA Garcilaso de la Vega**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y HOTELERÍA**

**CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**TESINA**

**TÍTULO: EL EFECTO DE LA SERIE AMERICANA “ONCE UPON A TIME” EN UNIVERSITARIAS LIMEÑAS ENTRE 18 A 25 AÑOS**

**AUTOR: BACHILLER CHUQUÍN BRACAMONTE, CARMEN ROSA**

**Lima - Perú**

**2018**

Dedicatoria

*A cada miembro de mi círculo familiar, amical y profesional les agradezco mucho por el apoyo.*

## INDICE

<b>CAPÍTULO I: DEFINICIÓN DEL PROBLEMA, OBJETIVOS E HIPÓTESIS.....</b>	<b>12</b>
<b>1.1 DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....</b>	<b>13</b>
<b>1.2 PROBLEMA GENERAL Y ESPECÍFICOS.....</b>	<b>15</b>
1.2.1 Problema General.....	15
1.2.2 Problemas Específicos.....	15
<b>1.3 OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS .....</b>	<b>16</b>
1.3.1 Objetivo General .....	16
1.3.2 Objetivos Específicos.....	16
<b>1.4 HIPÓTESIS GENERAL Y ESPECÍFICAS .....</b>	<b>17</b>
1.4.1 Hipótesis General .....	17
1.4.2 Hipótesis Específicas.....	17

<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO O FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....</b>	<b>19</b>
2.1.1 Medios de comunicación y sus inicios en la sociedad peruana .....	19
A. Televisión peruana y sus contenidos televisivos.....	19
Dictadura militar frente a los medios de comunicación .....	22
Contenido de los canales nacionales.....	24
- Canal 2 .....	25
- Canal 4 .....	25
- Canal 5 .....	26
- Canal 7 .....	27
- Canal 9 .....	27
- Canal 11 .....	28
- Canal 13 .....	28
B. Evolución de televisión nacional a cable.....	28
C. El boom del internet en el Perú .....	31
D. Nueva era digital a través de los smarthphones .....	33
E. Tendencias sobre movilidad portátil.....	34
F. La era de los aplicativos móviles.....	35
G. Streaming en la sociedad peruana .....	37
2.1.2 La magia a través de las visualizaciones .....	39
A. Pensamiento narrativo .....	40
B. La perspectiva ante las nuevas tendencias cinematográficas.....	41
2.1.3 Estereotipos de géneros: El precio de la magia .....	45
A. El efecto de “Érase una vez” .....	46
B. Personajes de la serie “Once Upon a Time” .....	47

- La salvadora o Emma Swan .....	47
- Príncipe Encantador o David Nolan.....	49
- Blanca Nieves o Mary Margaret Blanchard.....	49
- Reina Malvada o Regina Mills .....	50
- Rumpelstiltsky o Mr. Gold.....	50
<b>2.2 GLOSARIO .....</b>	<b>52</b>
<b>2.3 DESARROLLO DE LA SERIE “ONCE UPON A TIME” .....</b>	<b>54</b>
- Primera Temporada.....	54
- Segunda Temporada.....	55
- Tercera Temporada .....	55
- Cuarta Temporada.....	56
- Quinta Temporada.....	56
- Sexta Temporada .....	57
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA Y TÉCNICA.....</b>	<b>59</b>
<b>3.1. POBLACIÓN Y MUESTRA.....</b>	<b>59</b>
<b>3.2. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....</b>	<b>59</b>
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO .....</b>	<b>60</b>
<b>4.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....</b>	<b>61</b>
<b>4.2 DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>78</b>
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>81</b>

<b>5.1 CONCLUSIONES.....</b>	<b>81</b>
<b>5.2 RECOMENDACIONES .....</b>	<b>83</b>
<b>CAPÍTULO VI: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>85</b>
<b>CAPÍTULO VII: ANEXOS .....</b>	<b>95</b>

## Resumen

La base de este estudio son los efectos de las series americanas en los jóvenes limeños cuyas edades son apropiadas para poder elegir por sí solos que géneros televisivos desean ver. Para ello, se escoge la serie “Once Upon a Time”, cuyo programa es vista por televisión nacional, por cable, web y plataformas Streamings; que presenta altos rangos de rating a nivel mundial.

Así mismo, se evalúa las características positivas y negativas que brinda como mensaje “Once Upon a Time” o “Èrase una vez” en español a la sociedad limeña, pues este género de ciencia ficción que tiene como origen la fusión de cuentos de hadas conocido como “Mush up”, manifiesta violencia y posible fomento de odio entre los personajes y se quiere investigar si efectivamente influye en el comportamiento de los jóvenes limeños o no.

Para ello, primero se hace un análisis comparativo de los programas peruanos en los canales nacionales desde los inicios, en el Perú, identificando el principal factor que repercute en el comportamiento del televidente peruano. Del mismo modo, se realiza un estudio del internet en sus inicios y las nuevas plataformas digitales que hay poder visualizar nuevos contenidos televisivos.

De igual modo, se hace un análisis de las características de los personajes de la serie mencionada para poder evaluar su comportamiento y así el mensaje que cada personaje brinda a la

sociedad, conocer si el estereotipo de cada personaje es el correcto y saber si influye en los televidentes limeños.

Finalmente, se comprueba que el programa no es perjudicial para la sociedad limeña sino brinda valores positivos en la trama. Siendo así, el estado podría centrar más esfuerzos en crear nuevos contenidos televisivos de géneros tipo “Mush up” a través de formatos streamings para que más jóvenes limeños con sus smarthphones se nutran de valores positivos.

### **Palabras Claves**

1. Televisión peruana
2. Fusión
3. Cuentos de hadas
4. Streamings
5. Valores



## INTRODUCCIÓN

A través del tiempo, desde la aparición de la televisión en blanco y negro, en el Perú se ha consumido diferentes tipos de contenidos televisivos, desde los informativos, cómicos, de acción, terror, suspenso, infantiles, entre otros. Mientras los años avanzaban, la tecnología hacía lo propio. Para llegar a esta era digital en el país, se ha traspasado barreras políticas y etapas de manipulación de contenidos, en niveles muy graves, ante una sociedad cegada por este mismo medio.

Por muchos años se ha manejado contenidos violentos y sin educación. Para esta investigación se ha seleccionado una serie norteamericana, "Once Upon a Time", con el fin de investigar los efectos que tiene en la conducta de un sector de la sociedad limeña.

“Once Upon a Time”, programa cuya historia es la combinación entre cuentos infantiles confrontados con la actualidad y hechos reales, sirve como objeto de estudio para identificar ciertas características específicas, de manipulación de información y violencia, en la sociedad limeña.

El presente documento se estructura en siete capítulos. En el capítulo uno, se mencionan aspectos y datos importantes para encaminar la investigación. Se empieza con una descripción breve de la problemática para después definir el problema en sí. Después, el objetivo general y los específicos toman lugar; finalizando con las hipótesis correspondientes.

En el capítulo dos, se describen detalles de los inicios de la televisión y sus contenidos en Perú, la manipulación de información y los conflictos políticos que vivieron los medios de comunicación durante el gobierno de Velasco. En seguida, se detalla los contenidos televisivos frente a la evolución de la tecnología de los canales nacionales al cable, del internet de las computadoras a los smartphones y por último la llegada del formato streaming. Luego, se observa al detalle la presencia narrativa y las visualizaciones del programa norteamericano "Once Upon a Time". Aquí se muestra la importancia de los nuevos formatos streaming y la preferencia de un grupo objetivo determinado. Inmediatamente después, se analizan estereotipos de la sociedad juvenil limeña y se describe las características de cinco personajes principales para hacer una comparación entre los paradigmas de los 'buenos' y 'malos'. Por último, se encuentra un listado con las definiciones de los términos más importantes del presente capítulo.

En el capítulo tres, se describe la metodología y la técnica

utilizadas al realizar una encuesta al público objetivo. Para lograrlo, existió detrás una planificación y elaboración de preguntas claras para obtener respuestas sin ningún inconveniente. Es entonces que toma lugar el capítulo cuatro. Aquí se exponen los resultados obtenidos de la encuesta, y se representan a través de la elaboración de gráficos.

A continuación, en el capítulo cinco, se muestran las conclusiones después de realizar la investigación. A su vez, se realizan las recomendaciones con el fin de plantear soluciones para el problema de la investigación.

Finalmente, toman lugar los capítulos seis y siete, con las referencias bibliográficas y anexos respectivamente, culminando así el desarrollo de la tesina.

# **CAPÍTULO I**

## **DEFINICIÓN DEL PROBLEMA, OBJETIVOS E HIPÓTESIS**

## CAPÍTULO I

### DEFINICIÓN DEL PROBLEMA, OBJETIVOS E HIPÓTESIS

#### 1.1 Descripción de la situación problemática.

Los medios televisivos desarrollan un rol importante en las familias peruanas, son rutas al entretenimiento para todo público en general, desde los recién nacidos hasta para personas de tercera edad. Sin embargo, estos programas tienen repercusión distinta, según su público receptor.

En la actualidad, los canales televisivos se rigen por leyes de protección al menor que implican restringir por edades ciertos contenidos televisivos. Ante esto, ¿quién protege a la sociedad de los programas violentos y sin un mensaje positivo?, ¿acaso sólo consiste en entretener al televidente a pesar que no tenga la edad correspondiente de ver este contenido?

La relación que se maneja entre el consumo de la televisión y el comportamiento del público objetivo es de nuestro interés para poder estudiar qué tipos de contenidos se permiten ver en la sociedad limeña, debido a que se ha manifestado que hay tipos de comportamiento que se observan en las calles, efecto de los contenidos televisivos.

Para esta investigación, se ha seleccionado un programa específico llamado "Once Upon a Time", debido a que es un programa representativo para las niñas y niños que solían ver (o leer) en la infancia cuentos infantiles o "cuentos de hadas". Ahora que la televisión ha evolucionado, los formatos televisivos no hacen la diferencia. Lo que esta serie ofrece es la mezcla entre aquellos personajes de cuentos de hadas con historias y temáticas actuales, para poder generar acción y así sea llamativo para los jóvenes, en este caso de entre 18 a 25 años, que crecieron con estos cuentos infantiles.

Este género televisivo conocido como ficción y acción es lo que se investigará, en base a la temática de la serie, así como la manifestación de violencia y posible fomento de odio entre sus personajes, que usan además realidades actuales, llevando historias conocidas de cuentos a situaciones que son comunes hoy en día.

También, se analizará qué tan frecuente este programa es visto por los jóvenes, para deducir el nivel de efecto que puede tener. Para ello se investigará la frecuencia de vistas tanto por internet como por televisión, por cable como por smartphones y así poder averiguar si está dejando secuelas en actitudes psicológicas en la personalidad de los seguidores del programa.

Por último, se analizará el estereotipo de los personajes que utiliza este programa y si la sociedad en estudio está adoptando esa misma conducta en su vida cotidiana, centrándome en el sector analizado, que son universitarias limeñas.

## **1.2 Problema general y específicos.**

### **1.2.1 Problema General**

¿Cuál es el efecto de la serie "Once Upon a Time" en universitarias limeñas entre 18 a 25 años?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ¿Cómo es el contenido televisivo de la serie "Once Upon a Time" en universitarias limeñas entre 18 a 25 años?
  
- ¿Con qué frecuencia ven la serie "Once Upon a Time" las universitarias limeñas entre 18 a 25 años?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- ¿Cuál es el estereotipo que utiliza la serie "Once Upon a Time"?

### **1.3 Objetivo general y específicos.**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Evaluar el efecto de la serie "Once Upon a Time" en universitarias limeñas entre 18 a 25 años.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Evaluar el contenido televisivo de la serie "Once Upon a Time" en universitarias limeñas entre 18 a 25 años.
  
- Determinar la frecuencia que ven la serie "Once Upon a Time" las universitarias limeñas entre 18 a 25 años.
  
- Identificar el estereotipo que utiliza la serie "Once Upon a Time".



## **1.4 Hipótesis general y específicas**

### **1.4.1 Hipótesis General**

El efecto de la serie "Once Upon a Time" en universitarias limeñas entre 18 a 25 años es inadecuado.

### **1.4.2 Hipótesis específicas**

- El contenido televisivo de la serie "Once Upon a Time" en universitarias limeñas entre 18 a 25 años es llamativo.
- La frecuencia con la que ven la serie "Once Upon a Time" las universitarias limeñas entre 18 a 25 años es alta.
- El estereotipo de la serie "Once Upon a Time" es negativo.

# **CAPÍTULO II**

## **MARCO TEÓRICO O FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO O FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **2.1 Fundamentación teórica**

##### **2.1.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SUS INICIOS EN LA SOCIEDAD**

###### **PERUANA**

###### **A. Televisión peruana y sus contenidos televisivos**

Han transcurrido sesenta y dos años desde que la televisión apareció en las calles limeñas, siendo su debut oficial en el Gran Hotel Bolívar, del Centro de Lima. Decenas de peruanos se unían al asombro de la tecnología para poder observar las novedades de la pantalla chica, para entonces en blanco y negro.

Los limeños quedaron perplejos desde las 7:30 de la noche con la presentación de la reina de carnavales Bebelú de la Borda y con cortometrajes referentes a Santo Domingo y Estados Unidos, culminando la programación a las 9:00 de la noche.

Las exhibiciones duraron por muchos días, la Plaza de Armas y el local de Radio El Sol fueron los puntos donde se instalaron

televisores, captando la atención de los vecinos de distintos barrios limeños.

Los más importantes empresarios peruanos de la época no desaprovecharon las grandes posibilidades comerciales y beneficios económicos que ofrecía este nuevo y curioso aparato. Y fue así como, “Gargurevich (1987) dijo que la televisión, nació pues, en nuestro país, como industria para vender artículos de consumo (...) y cuando se extendió hacia provincias lo hizo buscando concentraciones de poblaciones con capacidad adquisitiva mínima, capaces de comprar los productos que publicitaba” (Paucar, 2006).

Sin embargo, poco antes de que la televisión llegue a las ciudades peruanas, se funda la Compañía Peruana de Radiodifusión S.A., que a su vez en diciembre de 1958 inicia las transmisiones de uno de los primeros canales de televisión de capital privado a través de la señal del canal 4. Y en la misma época también empezó a transmitir Panamericana Televisión S.A.

En el año 1959, nace en las pantallas peruanas la señal del canal 13 que pertenece a Grupo Andina de Televisión, más conocido como Grupo ATV, consorcio que nació en el 2006 y ha crecido enormemente en la actualidad.

En la misma época da sus primeros pasos el canal 2 bajo el nombre Radiodifusora Victoria S.A. Esta compañía, inicialmente, emite su señal a través del canal 11 hasta mediados del año 1983 cuando renace con el nombre de Frecuencia Latina y empieza a emitir su señal por canal 2. En busca de mejoras, en el 2014 se decide relanzar el canal con el nombre Latina, el cual mantiene hasta nuestros tiempos.

“El 12 de Enero de 1957 el gobierno de Manuel Prado emite el primer reglamento referido a las normas técnicas mínimas necesarias para la emisión de programa televisivos. Además, este decreto supremo contemplaba que el canal 5 sería, al igual que el canal 7, propiedad del Estado” (Paucar, 2006).

El MTC (2016) anuncia que estas normas técnicas mínimas necesarias para la emisión de los programas televisivos son de aplicación en la instalación y operación de estaciones autorizadas de Radiodifusión Sonora y por Televisión dentro del territorio nacional.

Entre noviembre y diciembre de 1959, en los comercios de Lima se registraron ventas de 10 mil receptores de televisión, mientras que páginas enteras de publicidad de televisores en diarios y revistas anunciaban el inicio de la era de la televisión en el Perú. El perfil del consumidor peruano hacia la televisión iba en aumento, tanto así que para abril de 1960 se contaban 55,000 aparatos de televisión que funcionaban en la capital.

El crecimiento había sido explosivo, si se considera que a fines de 1958 existían apenas 5 mil televisores.

A mediados de 1974, el estatal canal 7 inició sus primeras transmisiones experimentales de contenido propio en color, probando aleatoriamente los 3 sistemas existentes: PAL, NTSC y SECAM para definir el estándar a utilizarse que aún no se había establecido, por lo que estaba prohibida la importación de receptores de TV en color. Técnicos gubernamentales recomendaron en 1976 el sistema PAL, aunque no hubo ninguna decisión al respecto y -por el contrario- en 1977 la televisora estatal incrementó sus pruebas usando exclusivamente el sistema americano.

En el año 78, el gobierno peruano aprobó el estándar americano NTSC, con lo que el canal 7 inició oficialmente sus emisiones en color el 17 de enero de 1978 y tras lo cual los demás canales iniciaron el proceso de transición a la TV cromática, que finalizó el 1 de octubre de 1980.

El Perú no tardaría mucho en asemejarse a los países tecnológicos, fue ahí que en julio del 2007 ocurre el primer asomo de la televisión digital en el Perú, cuando Andina de Televisión inició sus transmisiones experimentales de prueba empleando el estándar americano ATSC; esta tecnología se hizo oficial en 2009 cuando el Ministerio de Transportes y Comunicaciones aprobó oficialmente la Televisión Digital Terrestre aunque, luego de varias pruebas de campo, optó por el estándar japonés-brasilero ISDB-T. En la actualidad sólo Lima Metropolitana, Callao, Trujillo, Arequipa, Cusco y Chiclayo gozan del servicio de TDT y aún los contenidos en Alta Definición son parciales.

### **Dictadura militar frente a los medios de comunicación**

“Los medios de comunicación no cumplieron con su rol fundamental: informar a la sociedad como iba sucediendo la Guerra. Tanto el medio gráfico, como radial y televisivo, manipularon información y fueron censurados por el gobierno Militar” (Santarsiero, 2007).

El 2 de Octubre de 1968 hubo un golpe de estado por parte del ex presidente Juan Velasco Alvarado, fue el día en que el “Gobierno Revolucionario de las Fuerzas Armadas” tomó los periódicos independientes, los medios televisivos y radiales del país. Pasarían aproximadamente seis años hasta que los medios confiscados pudiesen volver a manos de sus propietarios.

Líderes de opinión comentaban acerca de un rumor respecto a una nueva Ley de Radiodifusión; pues, el futuro de los medios de comunicación era incierto para esa época. Los planteamientos no eran muy claros en lo referente a qué nivel de control tendría el Estado en la radio y televisión. Un sector de la población respaldaba abiertamente la intervención estatal, considerando que estos medios, por su notable influencia en el carácter, opinión, concepto y la perspectiva de su público debían ser dirigidos hacia metas específicas, de acuerdo con la tónica definida en los planes del nuevo Gobierno Revolucionario.

“Según cuenta nuestro desaparecido amigo y periodista investigador Pedro Planas, en su libro “La video política en el Perú”, antes de Velasco los ex mandatarios Ricardo Pérez Godoy y Nicolás Lyndley, ambos generales y gobernantes de facto, hicieron una utilización política de la televisión que, según nuestro punto de vista, nos les resultó muy favorable porque permanecieron muy poco tiempo en el poder” (Montoya, 2008).

A pesar de la opinión pública, el proyecto militarista continuaba, el gobierno calificaba como altamente pernicioso la difusión de películas de vaqueros, pistoleros, porque siempre desarrollaban los problemas 'a balazos'. Además, se decía que las estaciones radiales eran instrumentos de penetración, divulgación y afirmación de música en gran parte foránea y extraña, que retardaba la afirmación de nuestros conceptos nacionales.

Pero también habían un sector discrepante que desconfiaba de la afectividad estatal en el control directo de la radio, TV y del peligro que podría significar para un pueblo el sentirse acosado por medios orientados en una sola dirección, que podría ser todo lo constructiva que quiere, pero que restringía el derecho del público de elegir el programa que mejor satisfaga sus expectativas.

El mayor riesgo sería que estos medios de difusión finalmente desembocarían en instrumentos manejados por quienes no siempre entienden lo que significaba libertad de información, y que considerarían bueno lo que les conviene y malo cuanto les es contrario.

La problemática era difícil de manejar, pero el tema no se terminaría hasta algunos años después, cuando el gobierno de Velasco expropió los canales de televisión.

Historiadores mencionan que si no hubiera sido por los programas Vía Satélite muy poco habría que consignar en el haber de la televisión local en esos años.

Pese a que la situación de los medios pasaba por un mal momento, el standard general de la televisión local permaneció estacionario y así hubo algunos programas de interés para los televidentes.

### **Contenido de los canales nacionales**

Durante el gobierno entre los 70's y 80's se nacionalizó los contenidos informativos, por ende se prohibió el ingreso y comercialización de publicaciones provenientes del extranjero. Se planteó una reforma educativa porque Velasco Alvarado pensaba que los medios de comunicación no deberían estar alienados con costumbres y modelos norteamericanos o extranjeros en general, únicamente se debía escuchar música nacional y fomentar más nuestras raíces patrióticas.

Los años pasaban y aún quedaban en el recuerdo de los peruanos aquellos programas de los años 60 como "El Show de Edith Barr", "Esta es su vida", "Helene Curtis Pregunta", "Historia



de la canción Criolla”, entre otros.

La competencia entre los grandes canales seguía en su mismo auge, sin embargo, la sintonía se repetía. Canal 9 repuntó notoriamente con programas como “Fútbol en el 9” y “Ventana al Hogar”, que hicieron un espacio en la sintonía de los grandes medios.

A pesar de la crisis gubernamental, en esa época se desarrolló un hecho histórico. Se realiza el viaje del Apolo 8, el primer viaje espacial tripulado que regresaba a la Tierra desde otro cuerpo celeste, perteneciente al “Programa Apolo”, que tenía como objetivo cumplir el viejo sueño del viaje a la Luna por parte del ser humano. “Panamericana Televisión tuvo un papel de líder en las comunicaciones del país al realizar transmisiones extraordinarias del viaje a la Luna. Una ambiciosa producción en sus estudios fue el marco adecuado para difundir las imágenes que la NASA ponía en los satélites” (Revista PUCP, 2012).

- **Canal 2:** “Latina” presentó algunos programas televisivos reconocidos como "Las mil y una con Carlos Álvarez", "JB Noticias" con Jorge Benavides, quien también interpretaría, en otro programa, a "La Paisana Jacinta"; el programa infantil-juvenil "Almendra", de Almendra Gomelsky, la serie "Pataclaun", "Magaly TV", entre otros. Anteriormente, era conocido este canal como Frecuencia Latina.
- **Canal 4:** América Televisión es conocida por sus novelas mexicanas; sin quedarse atrás el resto de producciones como “La pregunta de los 500 000 reales”, “Haga negocio con Kiko”, producido por Kiko Ledgard, entre otros contenidos para recordar como “Hablemos de Hípica”,

“Tele-Hipódromo”, “Teleloquilandia” y “Cachirulo y sus Cuatronautas”.

Ante la lucha por buscar los mejores contenidos a nivel mundial sin salirse de las reglas del gobierno, canal 4 también transmitió en directo la hazaña espacial del Apolo XI que culminara con la llegada del hombre a la Luna.

Entre las series que se transmitieron en este canal están “La Dimensión Desconocida”, “Ultramán”, “Los Tres Chiflados”, “Gomer Pyle”, “Hechizada”, “La Hora Cero del Delito”, “Hawaii 5-0”, “Los Intocables”, “El show de Dean Martin”, “Misión Imposible”, entre otros.

En el bloque de programación infantil llamado "El show de El Chavo", se solía emitir animes como "Gatos Samurai", "Los Caballeros del Zodiaco", "Sailor Moon" y "Dragon Ball", entre otros.

- **Canal 5:** Panamericana tuvo el gran aporte en programas cómicos, como “La Revista de Tulio”, tiempo después llega la propuesta Leopoldo Fernández con el programa “Comisaría 3P505”. En la programación sabatina estaban “Perú 69” y “Domingos Gigantes”. Otras partes de la programación fueron “Charlas de cine”, “Tealdo pregunta”, “Trampolín a la fama”, “¿Cuál es mi secreto?” , “La revista de Edith Barr” y “Aló Gisela”

Lo más asombroso de su parrilla televisiva fue la fiebre por la llegada del hombre a la Luna y lo transmitió en directo, vía satélite, la hazaña espacial del Apolo 11 y el partido futbolístico entre las selecciones de Perú y Argentina jugado en Buenos Aires, el primer partido internacional de una selección peruana transmitido en vivo.

Panamericana era la televisora líder en sintonía y primera en el "market-share", gracias a las famosas telenovelas brasileñas de la Rede Globo, como "El clavel y la rosa", "Puerto de los milagros" y "El clon". Además, la trascendental telenovela colombiana "Yo soy Betty, la fea" y varias producciones propias como "1000 Oficios", que durante más de dos años fue la producción nacional de mayor sintonía en el horario estelar de las 8:00 pm.

- **Canal 7:** Es el canal de televisión pública de Perú. Entre 1959 y 1962 sus transmisiones se vieron interrumpidas debido a motivos de reorganización dentro de la administración de la estación. Para ese entonces, el canal ya emitía programación regular de tres horas los lunes a sábado, exclusivamente de tipo cultural.

Se realizaron varios programas con fines educativos, como "Titeretambo", "La casa de cartón", "Pasito a paso" y "Chiquilines".

- **Canal 9:** ATV muestra una variada programación con famosas películas, series norteamericanas de estreno como "MacGyver" o "Hunter el cazador"; exitosas telenovelas venezolanas como "Amazonas", "Cristal" o "La dama de rosa" y series animadas como "Sandybelle" y "Calabozos y Dragones".

Se destaca que ATV es el canal oficial que transmite en

Perú la Copa Mundial de Fútbol, con Corea-Japón 2002, Alemania 2006, Sudáfrica 2010, Brasil 2014.

- **Canal 11:** RBC Televisión empieza a transmitir programas propios como "Vivamos", "Habla el Pueblo" o "La ruleta millonaria" y series estadounidenses como "Camino al cielo", "Los Centuriones" y principalmente "Bravestar".

En la actualidad, se emiten en su mayoría videoclips de géneros juveniles como reggaetón, latin pop, electro y baladas, siendo emitidas por más horas dentro de la programación.

- **Canal 13:** Tras la muerte de De Vittori, dueño del canal, este es vendido a Genaro Parker, por ende el canal es renombrado como "Red Global" emitiendo programas como "Gisela contigo", "Entre nos", "Enlace Global", entre otros.

En 2002, el canal es relanzado como «Red de Noticias», un canal de noticias que en las noches transmitía documentales, y algunas series de libre acción y animadas. En 2017 fue reemplazado por Next TV, perteneciendo al Grupo ATV.

## **B. Evolución de televisión nacional a cable**

Después de haber pasado por etapas de dictaduras en los medios de comunicación en el Perú, ya en los años 80s,

luego de ser devueltos los canales a sus dueños, se acercaban los nuevos cambios para la televisión peruana. En el año 1978, el Perú ya había experimentado la televisión a color, sin embargo, la sociedad limeña querían aún más.

En 1983, fueron los primeros pasos del cable junto, con canal 27 UHF (Ultra High Frequency), según Orrego (2008) expresa que este canal tenía una señal restringida a los aparatos de televisión que podían recibir esa señal y que contaban con una antena circular, el apogeo para la juventud ochentera vino cuando después de la medianoche el canal empezó a emitir películas eróticas y picarescas como "Emmanuelle 2", con Sylvia Kristel. Sin embargo, el proyecto no se terminó de concretar; así, salió del mercado pocos años después.

Asimismo, en 1989 aparece formalmente el cable en los distritos limeños de Miraflores y San Isidro gracias a la empresa Telecable, pese a que el costo era elevado.

Algunos canales que emitía Telecable eran PSN, ESPN, Fox Sports, Disney Channel, Locomotion, The Box Channel, NBC. ABC, Cartoon Network, Fox Kids, NICK, HBO, entre otros.

Aparece Cable Mágico, con la compañía Telefónica en el año 1993, dando una tarifa más económica por un paquete

de 80 canales y otros paquetes con menos canales a precios más cómodos.

El cable cubrió las expectativas de los limeños al poder cubrir la realidad mundial y ser testigos de la globalización.

Visto que, en los 90s afrontábamos la corrupción del decenio del fujimorismo. “Al amparo del gobierno fujimontesinista, floreció en el país un tipo de televisión – destructivo y lava cerebros – que cumplió con creces sus dos objetivos principales: el económico, logrando altos niveles de rating, y el político, sirviendo de elemento de distracción para la población.” (Vivas, 2008).

Algunos limeños pudieron refugiarse de la crisis de la televisión abierta con la llegada de cable. “Programas como Laura en América, Magaly Tv, los Cómicos Ambulantes y otros de corte humorísticos y talk show, fueron especialmente aprovechados por el régimen de Alberto Fujimori para sus propósitos reeleccionistas” (Centeno Torres, 2016).

Del mismo modo, la corrupción y manipulación de la información era muy fuerte en el gobierno de Fujimori. Tanto así, que muchos limeños se vieron en la obligación de informarse a través de los canales de programación internacional de noticias o de algún canal de cable independiente como Canal N.

A pesar de ello, el cable logró ganar la confianza del televidente peruano y así se fortaleció más.

### **C. El boom del internet en el Perú**

“Para estudiar el impacto de internet sobre el bienestar de los hogares, argumentamos que el caso peruano es particularmente distinto al del resto de países (...) no está asociado a la tenencia de una computadora en el hogar o en el trabajo, sino a la accesibilidad a los servicios ofrecidos por las cabinas públicas de internet.” (De Los Ríos, 2010).

El internet en el Perú se inicia en 1992 por la Red Científica Peruana (RCP) y 2 años después se instala la primera cabina pública de internet en el centro cultural Ricardo Palma, Miraflores. Luego se instalan unas 40 computadoras más para que los estudiantes naveguen.

En Lima y en varias regiones hubo el boom de las cabinas de internet, tanto así que “más del 90% de los hogares cuyos miembros usaron internet en el 2007 lo hicieron en una cabina pública” (De Los Ríos, 2010).

“El desarrollo de tecnologías sobre otros medios de acceso (red de telefonía móvil y red de televisión por cable) incrementó las opciones de conexión a Internet.” (Osiptel, 2015).

Después de la llegada de los primeros celulares al Perú, incrementó el uso del internet acompañado de estos aparatos móviles, convirtiéndose así la segunda vía para navegar, y así se pudo impulsar el desarrollo del Internet móvil.

Con la bienvenida al servicio 3G, con el cual se ofrecía una mayor velocidad a través del Internet móvil, se lograría aumentar mayor cantidad de personas con acceso a internet. Asimismo, a fines del 2014, 4 de cada 10 peruanos tenía acceso a Internet, es decir unos 10 millones de personas.

Según INEI (2015), el 86.4% de la población universitaria y el 65.7% de con instrucción técnica acceden en mayor proporción a los servicios de Internet, seguidos de las personas con educación secundaria (44.1%). En cambio, las personas con primaria o menor nivel educativo representa solo el 17.1%.

En la actualidad según el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2016) indica que el número de suscriptores al servicio de internet fijo en el Perú fue de 2'105,280 hacia el tercer trimestre de 2016.



#### **D. Nueva era digital a través de los Smartphones**

La comunicación y búsqueda de información en estos tiempos es sumamente importante y fácil tenerla, después de la era televisiva donde nos informábamos por programas televisivos, pasamos a la era digital donde el internet se convirtió, prácticamente, en indispensable para nuestras vidas ya que nos permite una comunicación en tiempo real.

Ante la llegada de los teléfonos móviles, este pasó a ser parte de nuestra herramienta básica, independientemente de la edad, sexo o nivel social. Asimismo, la telefonía fija o de cable se ha complementado con la móvil, y ya se puede considerar imprescindible para la vida social y el mundo de los negocios.

Para lograr esto fenómeno del internet móvil en la era digital, no solo ha sido necesaria la creación de un dispositivo capaz de realizar múltiples aplicaciones, sino que las líneas de comunicación han tenido que evolucionar. “Se ha pasado del cable, a la fibra óptica y a la comunicación vía satélite, desembocando en la llamada Banda Ancha (datos de Internet con una velocidad de descarga de 5,76 Mb por segundo) extendida a nivel internacional, posibilitando la comunicación sin necesidad de disponer de infraestructuras de cableado, además de sortear los elevados costes en aquellos países de menos

recursos” (Cerdeño, 2012).

### **E. Tendencias sobre movilidad portátil**

En la actualidad, los usuarios no sólo buscan cable, internet o un teléfono móvil sino sus expectativas son encontrar una telefonía con gran parte de los servicios y aplicaciones que se puedan obtener a través de un ordenador. En otras palabras, conseguir que el teléfono, la cámara y el ordenador portátil estén en el mismo dispositivo con acceso a numerosas aplicaciones como videoconferencia, ebooks, canales de televisión, redes sociales y otras apps que complementa a su vida social, es por lo que luchan las diversas compañías de tecnología.

Según manifiesta el World Bank Institute (2012), en el año 2011 se ha producido un cambio en el mercado en cuanto a los sistemas operativos de los dispositivos móviles. Mientras que en 2008 el 47 por ciento del mercado era de Nokia, en 2011 el sistema operativo de Google Android pasa a ocupar el 50 por ciento y sigue en aumento durante 2012, ganando posiciones frente a Apple con su sistema operativo iOS.

El uso de los teléfonos móviles en la sociedad tiene un valor importante para la búsqueda de información y entretenimiento según Miranda, Martínez, Leiva, Madrid y Enríquez (2012) “La comunicación forma parte de lo que buscan dichos consumidores, pero necesitan de

complementos que le sirvan de distracción durante sus ratos libres. A modo de ejemplo pueden mencionarse los juegos, mensajes de texto, conexión a internet, y almacenamiento y reproducción de música y videos.”

## **F. La era de los aplicativos móviles**

Según Cerdeño (2012) indica que el mercado de la aplicaciones más conocidas como Apps se inició en el 2010 para iOS de Apple y con la última versión Android de Google, se ha creado una gran competencia entre ambos sistemas.

En la actualidad, la sociedad anda en búsqueda de información y en su mayoría son a través de las aplicaciones móviles; es decir, a través de un streaming, que consiste en descargar una aplicación y poder visualizarla por medio de las redes móviles (internet) sin descargar el contenido.

Asimismo, hemos entrado a un mundo digital donde los usuarios realizan sus actividades a través de streaming, por ejemplo: Si se quiere tomar un taxi, basta con descargar aplicaciones tales como Uber, Easy Taxi, Taxibeat o Taxi Satelital, para recoger al cliente en el lugar donde figura la ubicación. Si se quiere hablar con amigos se puede utilizar apps como Whatsapp, Messenger o Facebook. O si buscamos entretenimiento, están las apps

como Netflix para videos, videojuegos o Spotify para música, entre otros.

Según Google (2015) diariamente el consumo de las redes móviles es de la siguiente manera: 68% redes sociales y medios de comunicación, 46% juegos lúdicos, 33% videos o entretenimiento y el 19% compras en tiendas online.

Únicamente nos enfocaremos en el medio de entretenimiento debido al objeto de estudio. Este 33% de entretenimiento según Google (2015) manifiesta que del 100% de usuarios sólo el 39% gasta dinero en productos, servicios, suscripciones a través de las apps.

Por otro lado, el grupo objetivo estudiado son jóvenes estudiantes universitarios que utilicen apps de entretenimientos en sus smartphones. Según el estudio de la University of Texas at Austin (2011), se indica que estos jóvenes prefieren ver videos de YouTube, revisar su actualizaciones de Facebook, compartir fotografías por Snapchat e Instagram, revisar los biblioteca de contenidos en Netflix y Amazon, twittear, mandar mensajes instantáneas, chatear, entre otros.

A pesar, de la alta demanda de los diferentes servicios de streaming gratuitos, nos enfocaremos en Netflix que es un medio cinematográfico y televisivos de paga, para ello el usuario se debe suscribir y pagar por un monto fijo

mensual. Aun así tiene gran demanda.

## **G. Streaming en la sociedad peruana**

A nivel mundial existen 3 tipos de streaming multimedia conocidos: Netflix, Amazon.com y Hulu. Sin embargo, estos dos últimos mencionado solo se puede usar en Perú a través de un ID address siendo menos accesible que la competencia, dejando como único en el mercado peruano a Netflix.

El éxito de Netflix se debe a que en un solo lugar puedes encontrar variedad de películas y series de entretenimiento de diferentes géneros televisivos. Según Luckerson (2016) manifiesta que nuestros inversionistas no están tan seguros de las intenciones de Dios para la televisión, y en cambio piensan que la televisión por Internet es una experiencia de entretenimiento fundamentalmente mejor que ganará participación por muchos años.

Y efectivamente eso es lo que está pasando en nuestros días, nuevamente comenta Luckerson (2016) que podemos deducir que cada suscriptor individual pasó 568 horas viendo Netflix en 2015 en promedio, significa que 1 hora 33 minutos por día de transmisión. A partir de 2014, cada suscriptor tiene un promedio de 505 horas que ve series en Netflix, o 1 hora, 23 minutos por día.

Netflix tiene una gama grande y completa de géneros televisivos, entre las series más famosas mencionaremos a "American Crime Story", "Mad men", "Breaking Bad", "Orange is the New Black", "House of Cards", "Better Call Saul", "Narcos", "Stranger Things", "Jessica Jones", "Once Upon a Time", entre otras.

Es por eso (porque es una serie con buen nivel de seguidores) que el objeto de estudio es el programa de Ciencia Ficción, "Once Upon a Time", que ha tenido un gran número de visualizaciones tanto en streaming como en televisión por cable y televisión nacional.

## 2.1.2 La magia a través de las visualizaciones

El final feliz no siempre se encuentra en los cuentos de hadas. "Once Upon de Time", escrita por Kitsis y Horowitz, es una serie de ciencia ficción basada en la teoría de un universo paralelo donde todos los personajes de los clásicos cuentos de hadas existen. Un mundo que tiene una conexión perdida con nuestro mundo, por lo que se centra en los personajes del Bosque Encantado y la conspiración de la Reina Malvada para perturbar la vida de los demás habitantes. Mediante una maldición, la bruja envía a los personajes de los cuentos al pueblo de Storybrooke, Maine, donde todos ellos viven sin saber quiénes son en realidad, para que sea ella la única con un "final feliz".

Sin embargo, a lo largo de sus 07 temporadas ha llegado a cautivar logrando ser muy seguida por los usuarios, fans de esta serie y en especial por los críticos cinematográficos. Según Williams, S. (2016) asegura que Rotten Tomatoes le ha dado una calificación promedio de 81% de garantía por parte de los críticos de cine y televisión en su sitio web. (..) En los últimos cinco años ha demostrado que está produciendo un impacto en el mundo de las narrativas y televisión.

Centrándose en el desarrollo del carácter narrativo dentro de las historias tradicionales, los personajes bondadosos, de buen carácter suelen ser los héroes de la series de ciencia ficción. Y los más odiados son los villanos. Pero la sociedad actualmente está saturada de que el héroe sea bueno y el villano sea malo, es por eso que Horowitz con Kitsis juegan un rol importante al crear narrativas riesgosas frente a su público objetivo. Según Campbell (2011) manifiesta que Horowitz dice que para ellos es mucho más interesante explorar nuevas piezas que faltan, en lugar de volver a contar la historia.

Esta forma de invento literario es más conocida como Mash-Ups, una mezcla de historia ya existente con realidad actual. "Ellos aprovechan los enfoques occidentales, en particular de los cuentos de hadas,

expandiéndolos de algunas de las historias más populares. Si bien incorpora muchos elementos, también desafía ciertos aspectos" (Taber, 2013).

#### **A. Pensamiento narrativo**

Dentro del mundo narrativo existen muchos pensamientos críticos en busca de nuevas tendencias y nuevas ideologías, pues el mundo cinematográfico es muy variable, la sociedad anda en búsqueda de nuevos cambios y hacen críticas sin saber de la especialidad.

Para la sociedad, la dominación de un marco narrativo feliz se ha ido ampliando gradualmente para incluir diferentes tipos de finales, pero todavía se espera una solución positiva. Para ello, Purnell (2013) se pregunta ¿Las narrativas necesitan un final optimista? ¿Las terminaciones esperanzadoras comienzan a perder su credibilidad? ¿Deberíamos comprar en los guiones de Hollywood presentando un final que resuelve o completa la trama al final de su narración? Los finales apuntan a un futuro potencial, y culturalmente hemos sido condicionados a escribir este futuro con optimismo. No todo termina bien; sin embargo, a veces, las cosas solo terminan. Las conclusiones narrativas pueden ser optimistas y tener catarsis, pero no terminar con un "felices para siempre".

El universo de jóvenes en Perú podría ser dividido en grupos sociales según tipo de usuarios que ven programas televisivos diariamente. Por una parte, quienes solo tienen perspectivas desde la televisión nacional; otro, que tiene televisión nacional y además televisión por cable. O las 3 opciones: televisión nacional, cable y streaming. También está el creciente mercado de jóvenes que solo ven la



plataforma streaming.

## **B. La perspectiva ante las nuevas tendencias cinematográficas**

Actualmente, Cassano (2014) nos comenta que hay que dejar claro que el Perú es un país que produce y trabaja temáticas variadas, como el racismo, la desigualdad social, la superación y el emprendedurismo, entre otros. Las historias que tienen más éxito son las que muestran a personas que, sin tener las posibilidades y las comodidades soñadas, luchan mucho por triunfar en la vida.

Los formatos que mejor funcionan frente al público peruano son las series nacionales y los realities. Es muy conocido que entre las 7 p.m. y las 10 p.m. los canales nacionales generan alrededor de un 70% de sus ingresos publicitarios.

En el Perú, la penetración de la TV supera el 95% y no hay una gran distinción entre el televidente de los segmentos A, B, C, D o E. La única particularidad de los segmentos con mayor poder adquisitivo es que los que consumen menos horas de TV son más propensos a ver programas en señal abierta y el resto por cable. Siendo así, un joven de C, D o E ven 'Esto es Guerra' y un adulto, un noticiero y/o el mismo programa reality.

Mientras más jóvenes sean los televidentes de A y B, menos TV miran; sin embargo, prefieren los programas streaming para poder verlos en cualquier momento.

Lo que mejor funciona en el público peruano son las series nacionales y los realities, debido a su sensacionalismo.

De esta manera, esta situación ha despertado preocupación en diversos sectores sociales debido a sus efectos y consecuencia en los ciudadanos, en especial en la gran cantidad de niños y jóvenes expuestos al medio, efectos que se han determinado como perjudiciales a la formación cognitiva y cultural del individuo.

Siendo así, que la problemática se mantiene debido a la economía familiar que este tipo de programación reporta a los canales de televisión frente a otros tipos de contenidos, la falta de regulación de los medios masivos en base a lineamiento éticos, la amplia aceptación que estos programas tienen dentro de la población y la mínima actividad de los adultos, en particular los padres de familia, como orientadores de la juventud en el empleo de los medios y del análisis crítico de sus mensajes.

Entonces, ¿qué hace la sociedad frente a los nuevos formatos televisivos para frenar la ola de violencia y discriminación que vive hoy en día?

Según Netflix (2017) manifiesta que el 80% de los padres admite que ve series como "Arrow", "Pretty Little Liars", "Once Upon a Time" y "Stranger Things" para así sentirse más cerca de sus hijos. El 74% de los adolescentes está de acuerdo con esto y comentan que estarían interesados en hablar con sus padres sobre las series que ven.

Además, ver las series favoritas de sus hijos de vez en cuando puede inspirar charlas con una conexión más profunda. Cuando se trata de conversaciones difíciles, el 79% de los padres y el 65% de

los adolescentes concuerdan en que ver una misma serie puede ayudar a iniciar el diálogo. La mayoría de jóvenes incluso admite que el hecho de que sus padres vean sus series favoritas puede ayudar a que entiendan mejor lo que ocurre en sus vidas.

Ahora ¿qué ocurre si la serie vista por los jóvenes tiene contenidos agresivos y se manifiesta en el día a día?

El objetivo de estudio de la serie "Once Upon a Time" manifiesta líneas del bien y el mal, parte de la construcción de la sociedad. La ilusión en un mundo de cuentos de hadas al mundo real permite al público ver sus propias vidas reflejadas de una manera menos complicada. No es sólo enseñar el bien o el mal sino va más allá de lo que muchos en la sociedad quieren ver.

En la infancia, hay crecimiento, fracaso y redención. Esto permite que la historia crezca con la audiencia, en lugar de que se convierta en arcaica e irrealizable.

Definitivamente, la sociedad se siente identificada con muchos de los personajes de la serie, pero esta serie maneja tantos cambios en la construcción de cada personaje que puede llegar a cambiar la personalidad y creencias de la audiencia.

Según ConcoTV (2012) manifiesta que el 75% de la sociedad peruana señala la presencia de escena de sexo/desnudos muy sugerentes. Además, el 88% señala la presencia de contenido violento en la TV y radio, el 50% de mujeres dicen que las escenas sexuales nunca deberían mostrarse en la TV, a diferencia que los hombres con 37% de aceptación en contra de este tipo de escenas.

Por último, el 61% de mujeres y hombres opinan que la televisión muestra imagen negativa de la mujer.

Eso quiere decir que la sociedad peruana está dispuesta a buscar nuevos cambios de formatos televisivos, formatos que puedan asegurar el entretenimiento de los peruanos.

### 2.1.3 Estereotipos de géneros: El precio de la magia

Los cuentos de hadas juegan un papel importante, han pasado de generación en generación por miles de años. Asimismo, la narración de cuentos es una parte fundamental de nuestra existencia, las personas constantemente cuentan historias para explicar cómo el sol se levantaba por la mañana y se ponía de noche, también se contaron historias sobre las estaciones, los dioses, cómo surgieron las cosas y cómo todo el mundo tiene una historia y los cuentos de hadas son uno de los más básicos de la narración.

Cada cuento de hadas tiene una particularidad, a pesar que todos estén con el mismo drama de encontrar al príncipe azul y que una bruja malvada quiera separarlos y destruir su felicidad, siempre consiguen su final feliz.

Un gran ejemplo de adaptación es el cuento de hadas Cenicienta, cuya historia original fue la de una joven que es tratada injustamente por los que la rodean y finalmente es recompensada a través de medios mágicos diferente a la historia que todos conocemos.

Muchos autores han intentado cambiar la versión, como en la Antigua Grecia, había una historia de una joven doncella cuyo zapato fue robado por un águila y cayó en manos de un rey; otra versión, en China, habla de una joven que se hace amiga de un pez, la reencarnación de su madre la ayuda a tener un vestido para la celebración de año nuevo, y en la celebración, el rey encuentra su zapatilla y se enamora de la joven. En conclusión, "Cinderella" ha sido adaptada para muchas obras, sea teatrales, en películas y en la pantalla de televisión.

Según Keithley (2013) expresa que los cuentos de hadas originales a menudo representan violencia, como el abuso terrible de un príncipe

con el ojo arrancado por espinas, en Rapunzel. O a la reina, en Blanca Nieves, siendo forzada a bailar en zapatos de hierro candentes en la boda de su hijastra. Los cuentos de hadas no se alejan de la violencia.

La popularidad de los cuentos de hadas se ha traducido a los medios visuales. Asimismo, los cuentos de hadas son temas excelentes para películas y series de televisión, como el caso de "Once Upon a Time".

Las historias siguen patrones reconfortantes que son familiares al público. Los personajes son reconocibles y tienen poca introducción para que los directores y escritores puedan dedicar menos tiempo a introducir las motivaciones de un personaje y dedicar más tiempo a desarrollar acciones e historias. Estos cuentos pueden ser dirigidos a audiencias jóvenes y familias y pueden ser escritos para atraer a audiencias adultas.

Recientemente, ha habido un pico en las adaptaciones más oscuras de cuentos de hadas dirigidos a un público mayor. Películas como "Blancanieves y El cazador" (2012); "Ondine" (2009), un adaptación de "La Sirenita"; "Caperucita Roja" (2011); "Alicia en el país de las Maravillas" (2010); "Beastly" (2011); "Espejo Espejo" (2012); "Hansel y Gretel: Cazadores de brujas" (2013); y "Jack the Giant Slayer" (2013) fueron lanzados en los últimos cinco años. Hay más adaptaciones por venir, con una versión Disney de "The Snow Queen" llamada "Frozen" (2013).

También una película de "Cenicienta", así como dos adaptaciones diferentes de "Blanca Nieves". El tema de las películas de cuentos de hadas dirigidas a adultos sigue creciendo en popularidad.

#### **A. El efecto de “Érase una vez”**

Muchos ven los cuentos de hadas como una historia suave para el público infantil. Ahora que este público infantil ha crecido, nos encontramos en el tiempo de ficción para jóvenes.

¿Por qué se debe diferenciar a la sociedad entre los buenos y los malos, entre la bondad a la maldad? Ello, si en la sociedad actual la definición de valores y moralidad no están correctamente calificadas, es decir, en China puede ser la cultura matar perros para comer (acción positiva), sin embargo, en Perú matar perros es un delito (acción negativa). Cada cultura tiene su forma de ver a la humanidad de diferente manera.

Sin embargo, los efectos positivos o negativos están marcados según su cultura. “En algunos casos se enfatizan los efectos negativos de la misma en los procesos educativos, otras veces, se asocia el nivel de influencia del medio a variables relacionadas, sobre todo, con nivel sociocultural, edad, tipología de programación y apoyo familiar.” (Navarro-Abal y Clemente-Rodríguez, 2014).

## **B. Personajes de las serie “Once Upon a Time”**

Se quiere investigar qué tanta es la penetración de la serie "Once Upon a Time" en la sociedad, si realmente la sociedad está cogiendo doctrinas o conductas de los personajes de la serie. Por eso, se escogerá tres héroes y dos villanos para ser estudiados.

### **▪ La salvadora o Emma Swan**

Más conocida como La Salvadora, es la hija de Blanca Nieves y el Príncipe Encantador, quienes tuvieron que dejarla ir a través de un portal mágico al mundo real y ella tuvo que aprender a sobrevivir sin padres desde su nacimiento.

La personalidad de Emma es -en gran medida- consistente y de

sentimiento duros. Ella siempre es la primera en la lucha, decidida a cuidar de sí misma y puede ser muy agresiva a veces. Asimismo, ella tiene un lado más suave, particularmente cuando está interactuando con su hijo, pero no se demuestra muy a menudo, y se exhibe generalmente en maneras pequeñas, sutiles.

Sus habilidades, sin embargo, son completamente diferentes. Emma se ve dominando prácticamente cualquier cosa que intente con su mano en los primeros intentos. Ella logró usar una pistola muy fácilmente, lo cual puede plasmarse en la realidad, al ser un arma fácil de comprar, considerando la actitud abierta de Estados Unidos en el control de armas. Casi nunca la vemos usar algo más pesado que una pistola de mano. Pero también usa una espada muy fácilmente, a pesar de que luchar con espadas es mucho más difícil y ella no ha tenido entrenamiento alguno.

En varias oportunidades se ha visto a Emma siendo manipulada por villanos, debido a que no tiene estabilidad en sus pensamientos, suele cometer errores al no creer definitivamente en los cuentos de hadas ni en lo que están viviendo en Storybrooke, es decir, no suele creer en hechos reales innovadores.

De pronto, al convertirse en villana debido a un hechizo por salvar a todos en la ciudad, deja ver a su villana interior, asesinando y derrotando a todo aquel que no piense como ella o se interponga en su camino.

Entonces, de ser una heroína confundida y asustada ante la realidad que le tocó vivir, pasa a ser malvada asesinando y destruyendo a cualquiera. Esos cambios podrían afectar en la personalidad de los jóvenes en crecimiento. En la adolescencia, los jóvenes están confundidos ante las acciones correctas moralmente y culturalmente, ya cuando llegan a la juventud y se enfrentan en la vida con su propia responsabilidad es cuando se dan cuenta qué es lo correcto



para ellos.

- **Príncipe Encantador o David Nolan**

David es soñador, atractivo, inocente, positivo; es decir, un tipo de bien.

Su sentido compartido de responsabilidad y valores profundamente arraigados, así como su compromiso con los demás, sirven como valores y rasgos fundamentales que comparten Blanca Nieves y el Príncipe Encantador, lo que probablemente contribuye, de alguna manera, a la intensidad y consistencia de su relación.

El compromiso de Encantador con el aquí y ahora le ayuda a ser optimista y conectado a la realidad, lo que le ayuda a equilibrar la tendencia de Blanca Nieves a preocuparse por lo que podría suceder en el futuro.

- **Blanca Nieves o Mary Margaret Blanchard**

Este personaje en particular es muy valioso para nuestro estudio, porque demuestra su personalidad desde otra perspectiva; es decir, no todo es bondad en Blanca Nieves, sino que es aguerrida, luchadora, pero demuestra también gotas de maldad y egoísmo para proteger a los suyos.

En esta oportunidad Margaret muestra su lado idealista e imaginativa, así como también su lado malévolo, guiada por sus propios valores y creencias, y para la gente de buenos valores, el realismo del momento es sólo de preocupación, ven potencial para un futuro mejor y buscan la verdad y el significado con su propio instinto individual.

Los líderes como Blanca Nieves son sensibles, cariñosos y

compasivos, y están profundamente preocupados por el crecimiento personal de sí mismos y de los demás, creen que cada persona debe encontrar su propio camino.

- **Reina Malvada o Regina Mills**

Tras ser la malvada más egoísta y perversa capaz de aniquilar a niños y adultos sin piedad, castigar a la sociedad por acciones erróneas mínimas, vemos a Regina pasar por varias facetas al llegar a un toque de desolación y depresión, producto de su maldad.

Algunas de las facetas menos evidentes de su personalidad incluyen su función de sentimiento introvertido, que a menudo significa que, aunque tiene fuertes emociones, rara vez permite que otros se acerquen lo suficiente para saber sobre ellos.

Esta puede ser parte de la razón por la que Henry, quien es su hijo adoptivo, no está seguro de que realmente lo ama. La necesidad de Regina de pruebas y reglas también inhibe su capacidad de imaginar diferentes escenarios a veces, lo que facilita que Rumpelstiltskin y Cora (su madre) la manipulen.

Las virtudes de Regina radican en su habilidad para tomar decisiones y llevarlas a cabo, su inquebrantable compromiso con los que ama y su coraje. Sus debilidades son su incapacidad para pensar fuera de la casa, su prejuicio, y estar fuera de sincronía con sus propias emociones a veces.

Su necesidad de ser parte de grupos más grandes, como una familia, le provoca dolor pero en fondo siempre ha sido buena y aún está en búsqueda de su felicidad a costa de cualquier cosa.

- **Rumpelstiltskin o Mr. Gold**

Otro personaje villano símbolo de la serie, incluso podríamos asumir que Rumpelstiltskin sería un tipo de ser humano racional, de esos como Voldemort, Moriarty, House u otros.

Sin embargo, sus acciones son a causa de la necesidad de venganza hacía el mundo, su motivación para sus peores o más nefastas tramas ha sido la fuerza de sus sentimientos por su hijo, a quien perdió cuando el pequeño Neal tenía poca edad.

Definitivamente desarrolla su función de pensamiento introvertido y su talento dramático como "el oscuro". Ello debido a su pasado, ya que fue maltratado y buleado por la sociedad de esa época medieval cuando vivían en el Bosque Encantado.

Esto no significa que no sea inteligente, incluso antes de que ganara la capacidad de ver el futuro como el lado oscuro, Rumpelstiltskin muestra una mente muy aguda, capaz de visualizar y evaluar las posibilidades rápidamente, y muy socialmente consciente.

Rumpelstiltskin se preocupa mucho por lo que otros piensan de él, especialmente gente que más ama. La experiencia, por desgracia, le ha hecho ver sólo el lado oscuro de la naturaleza humana, usar su conocimiento de los deseos y debilidades de los demás para manipularlos. Este personaje es muy astuto, tiene la capacidad de manipular a cualquier ser, su inteligencia es tanta que realiza conexiones intuitivas fácilmente. Utiliza su conocimiento de los demás por sus propios medios, pero antes de convertirse en el Oscuro, podemos ver su sensibilidad ante los sentimientos de otros, como Milah (su ex-esposa) y Bae (Hijo) cuando trata de darles lo que quieren. Cuando su visión de "una familia perfecta" es destruida, se convierte al lado oscuro para toda la vida.

## 2.2 Glosario

- **ATSC:** Conocido como Advanced Television Systems Committee o Comité de Sistemas de Televisión Avanzada, es el grupo encargado del desarrollo de los estándares de la televisión digital en los Estados Unidos. ATSC fue creada para reemplazar en los Estados Unidos el sistema de televisión analógica de color NTSC.
- **Market Share:** Se le conoce también como partición de mercado, este valor es el resultado de calcular las ventas de un producto o servicio ofertados por una empresa en comparación con las ventas totales del mercado, en el que participa y es obtenido de forma potencial.
- **Mash-up:** Conocido como Mashups novelas, es una obra de ficción que combina un texto preexistente de la literatura, a menudo un trabajo clásico de ficción, con otro género, como el género de terror, suspenso, acción, etc. en una sola narrativa.
- **NTSC:** Llamado así por las siglas de National Television System Committee, (en español Comité Nacional de Sistema de Televisión) es el sistema de televisión analógico que se ha empleado en América del Norte, América Central, la mayor parte de América del Sur y Japón entre otros.
- **PAL:** es la sigla de Phase Alternating Line (en español 'línea de fase alternada'). Es el nombre con el que se designa al sistema de codificación utilizado en la transmisión de señales de televisión analógica en color en la mayor parte del mundo. Se utiliza en la mayoría de los países africanos, asiáticos y europeos, además de Australia y algunos países sudamericanos.

- **Rotten Tomatoes:** es un sitio web dedicado a la revisión, información y noticias de películas. Este sitio web tiene diferentes formas para resumir las opiniones críticas generales sobre estos trabajos.
- **SECAM:** Son las siglas de Séquentiel Couleur à Mémoire, en francés, "Color secuencial con memoria". Es un sistema para la codificación de televisión en color analógica utilizado por primera vez en Francia. El sistema Secam fue inventado por un equipo liderado por el ingeniero e inventor francés Henri Georges de France trabajando para la firma Thomson. Es, históricamente, la primera norma de televisión en color europea.
- **Streaming:** es un término que hace referencia al hecho de escuchar música o ver vídeos sin necesidad de descargarlos completos antes de que los escuches o veas. Esto se logra mediante fragmentos enviados secuencialmente a través de la red (como lo es Internet).
- **Ultra high Frequency:** Conocido como ultra alta definición o como UHDTV y UHDV, se refiere a un formato de vídeo digital, actualmente propuesto por la NHK de Japón. Esto incluye 4K UHD (2160p) y 8K (4320p), los cuales son dos señales digitales de video, propuestas por el antes mencionado NHK, y aprobadas por el cuerpo Internacional de Telecomunicaciones (ITU).

### **2.3 Desarrollo de la serie “Once Upon a Time”**

Ésta serie de ciencia-ficción fue escrita por Kitsis y Horowitz, su trama es basada en la teoría de un universo paralelo donde todos los personajes de los clásicos cuentos de hadas existen. Un mundo que tiene una conexión perdida con nuestro mundo, por lo que se centra en los personajes del Bosque Encantado (Ciudad del Cuento de Hadas) y la conspiración de la Reina Malvada para perturbar la vida de los demás habitantes. Mediante una maldición, la bruja malvada envía a los personajes de los cuentos al pueblo de Storybrook (Ciudad de Maine) ubicado al suroeste de Estados Unidos, a unas horas de New York, donde todos los habitantes viven sin saber quiénes son en realidad y sin poder salir de la ciudad, para que la bruja sea la única con un final feliz.

Ha cautivado a millones de fans con sus dramas, contenidos y expectativas en cada una de sus temporadas. Fue emitida por primera vez a través de la cadena televisora ABC el 23 de octubre de 2011 en Estados Unidos. Ante su increíble éxito y su alto rating, Sony Entertainment Television estrenó la primera temporada en Latinoamérica el 3 de abril del 2012.

“Once Upon a time” tiene 06 temporadas:

#### **Primera temporada**

El día que Emma Swan (Jennifer Morrison) cumple 28 años, se le acerca un niño de 10 años que dice ser su hijo, Henry, al que había dado en adopción cuando era un bebé. Emma no quiere establecer una relación con él, pero acepta llevarlo de vuelta a su casa en Storybrooke, (Maine). Al llegar a Storybrooke, Henry le cuenta que todos los habitantes son, en realidad, personajes de

cuento exiliados por una maldición y sin recuerdos de sus verdaderas identidades. Esto incluye al terapeuta de Henry, el Dr. Archie Hopper (que en realidad es Pepito Grillo) y a su profesora Mary Margaret Blanchard, que en realidad es la madre de Emma, Blancanieves. Henry afirma que el tiempo está parado en Storybrooke y que la gente es incapaz de abandonar el pueblo, pero que Emma romperá la maldición ya que es la hija de Blancanieves y del Príncipe Encantador. Una escéptica Emma lleva a Henry con su madre adoptiva, la alcaldesa, quien en realidad es la Reina Malvada. Cuando Henry vuelve a escaparse Emma lo encuentra y decide quedarse en Storybrooke durante una semana. Esta decisión provoca que las manecillas del reloj del ayuntamiento, antes paradas, vuelvan a moverse.

### **Segunda temporada**

Aunque Emma rompe la maldición y trae los recuerdos de todos de vuelta, los personajes siguen atrapados en Storybrooke a falta de la suficiente magia que les lleve nuevamente al Bosque Encantado y porque tenían el riesgo de perder la memoria. Pero con la llegada de la magia a Storybrooke gracias al Sr. Gold que sigue en busca de su hijo, los destinos de los dos mundos se entrelazan, mientras se revela que una parte de la tierra de los cuentos de hadas quedó a salvo de la maldición gracias a la madre de la Bruja malvada.

### **Tercera temporada**

Henry fue secuestrado por Tamara y Greg, siendo llevado a Nunca Jamás a la fuerza, donde le espera Peter Pan porque él sabe que Henry tiene el Corazón del Verdadero Creyente, y así conseguirá más poder, Emma, Garfio, Regina, Mary Margaret, David y Gold unen sus fuerzas para recuperar a Henry. Tras pasar por una serie

de batallas descubren que Peter Pan es el padre de Rumpelstiltskin y lanza un hechizo para mandar a todos al Bosque Encantado.

### **Cuarta Temporada**

Tras volver del pasado, Emma y Garfio trajeron a Marian, la mujer de Robin Hood. Eso produjo que el final feliz que tanto ansiaba Regina se destruyera. Pero eso no fue todo, encerrada en una urna Emma trajo a Elsa, la reina de Arendelle (Frozen). Elsa, completamente perdida, llega a Storybrooke en busca de su hermana Anna, desaparecida en el pasado cuando fue al Bosque Encantado en busca de respuestas para su hermana. Bella descubre el plan de Rumpelstiltskin y, muy enojada y con ayuda de la daga, le ordena que salga del pueblo. Rumpelstiltskin, debilitado, irá a New York, en busca del trío de las Reinas de la Oscuridad (Úrsula, Maléfica y Cruella de Vil) para buscar al autor de cuentos de Once Upon a Time para obligarle a escribir un final feliz para los villanos. Regina, Emma y Henry también buscan al autor para que devuelva el final feliz que Regina quería.

Emma tratando de salvar a Regina, se sacrifica, y la oscuridad se mete a su cuerpo, entonces desaparece, dejando la daga con su nombre grabado.

### **Quinta Temporada**

Emma Swan se ha sacrificado por Regina y ha desaparecido, dejando tras de sí la daga del Ser Oscuro con su nombre grabado.



Garfio, con sus nuevos poderes ahora descubiertos, intenta vengarse de Emma y Rumpelstiltskin, así como de todo el pueblo, convocando a todos los anteriores Seres Oscuros para acabar con Storybrooke. Más tarde, no obstante, vuelve a sentir la fuerza de la daga en Storybrooke, y se entera de que Gold vuelve a ser el único ser oscuro, y que la muerte de Garfio no fue más que una escenificación, y por tanto fue en vano. Es entonces cuando Emma y los demás, incluido Gold (bajo la amenaza de Emma de contarle a Bella lo que ha hecho) deciden ir al Inframundo para salvar a Garfio de su injusta muerte, donde, además, se encuentran con antiguos amigos y enemigos, y con Hades, que no les hará nada fácil su tarea.

### **Sexta Temporada**

Emma Swan tendrá una visión y esto le dará problemas para controlar su magia. Nuevamente entra la Reina Malvada para provocar dolor a la familia de Emma. Encantador y Nieves están bajo un nuevo hechizo de sueño. Aladdín llegará a Storybrooke como otro salvador y ayudará a Emma. Habrá cuentos relacionados entre sí y todos los personajes lidiarán con su propio pasado. Y todos estos personajes tendrán que encontrar su propio final para los eventos que les sucedieron a cada uno. Posteriormente cuando Belle concibe un hijo, este es capturado y llevado a otro mundo donde el tiempo transcurre rápidamente, regresa el hijo de Belle con la misión de matar a Emma.

# **METODOLOGÍA Y TÉCNICA**

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA Y TÉCNICA**

#### **3.1. Población y muestra**

La población estuvo conformada por mujeres universitarias de 18 a 25 años que ven o han visto el programa norteamericano “Once Upon a Time”.

Por otro lado, la muestra utilizada fue no probabilística intencional, por conveniencia; y fue compuesta por 100 personas que estudian en universidades privadas en Lima Metropolitana.

Por último, las variables de segmentación usadas en dicha muestra fueron: sexo, edad y estudiantes universitarios.

#### **3.2. Técnica e instrumento de recolección de datos**

La técnica que se utilizó para recopilar la información necesaria fue la encuesta realizada vía Internet. Para ello, se empleó un cuestionario de 18 interrogantes elaborado para la investigación a través de un programa online. Éste temario consta de preguntas cerradas, muchas de ellas son dicotómicas y politómicas.

# **CAPÍTULO IV**

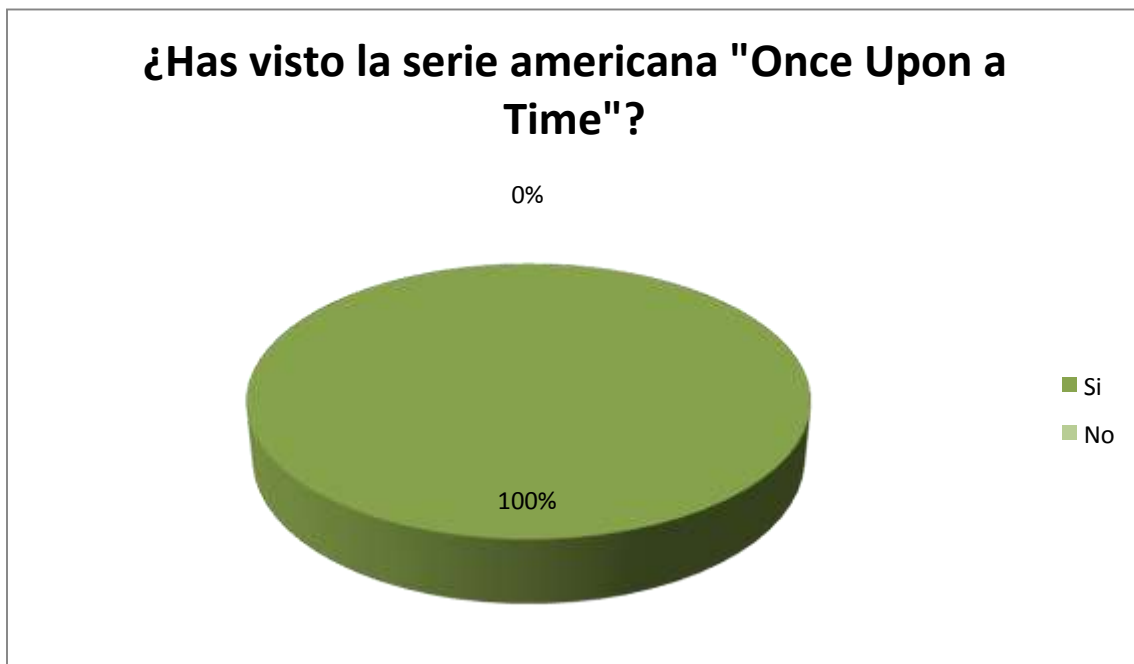
## **RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO**

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

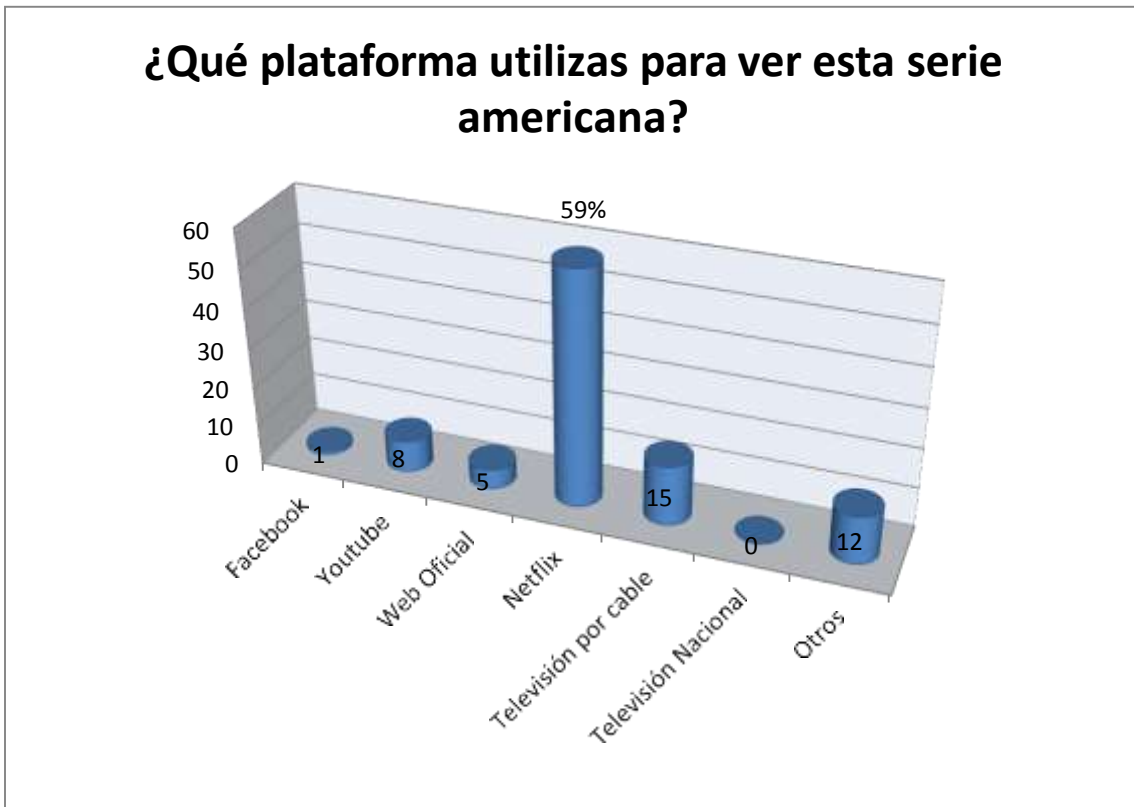
#### 4.1 Resultados de la encuesta

GRÁFICO N° 1: PREGUNTA N° 1



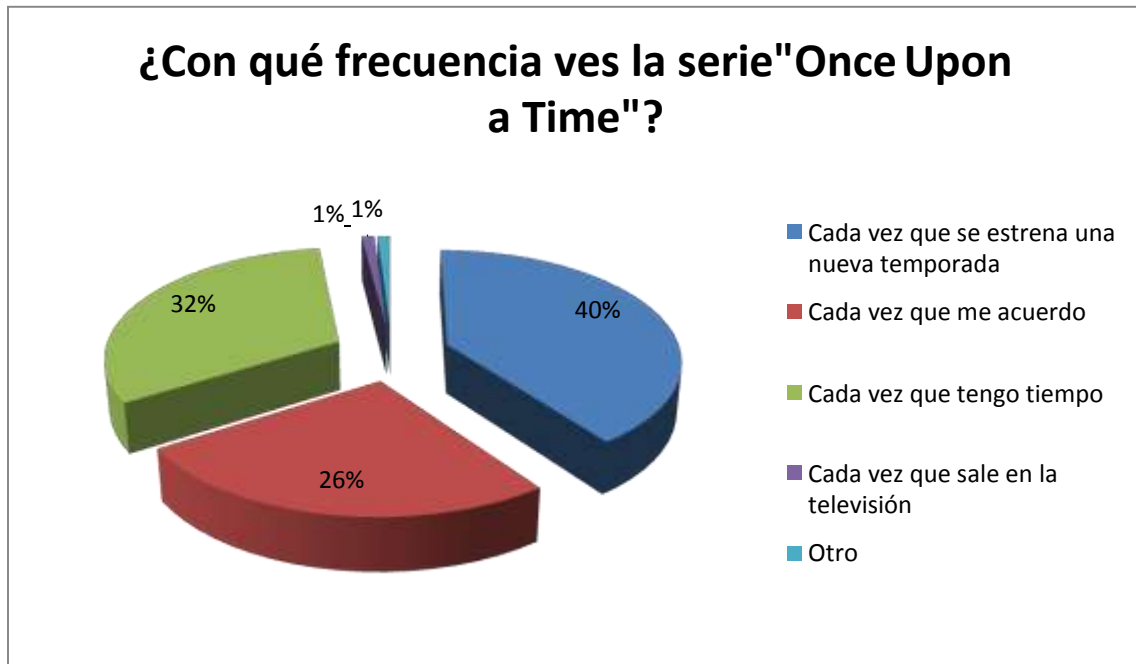
El 100% de encuestados que respondieron la encuesta han visto la serie americana "Once Upon a Time".

**GRÁFICO N°2: PREGUNTA N°2**



Del 100% de encuestados, el 59% ve esta serie americana en Netflix; el 15% ve la serie en televisión por cable; el 8% ve la serie por YouTube; y el resto busca otro medio televisivo para poder visualizar la serie.

### GRÁFICO N°3: PREGUNTA N°3



Del 100% de encuestas, el 40% solo ve el programa cada vez que se estrena una nueva temporada, el 32% cada vez que tienen tiempo, el 26% cada vez que se acuerdan, 1% cada vez que sale en la televisión; y el 1% en situación distinta, que ubicamos en "otro".

**GRÁFICO N°4: PREGUNTA N°4**



Del 100% de los encuestados, 77% indica que ven la serie solos y el 23% señala que la ven acompañados de alguna persona.



**GRÁFICO N°5: PREGUNTA N°5**



Del 23% de los encuestados que mencionaron haber visto la serie acompañados, 43% ven la serie con sus hermanos, 35% con amigos y 22% otros.

**GRÁFICO N°6: PREGUNTA N°6**



Del 100% de los encuestados, el 96% considera que realizar series mash-up sí sería interesante y el 4% indican que no sería interesante.

**GRÁFICO N°7: PREGUNTA N°7**



Del 100% de los encuestados, el 72% considera que sí se respeta la caracterización de los personajes y el 28% manifiesta que no se respeta la caracterización de personajes.

**GRÁFICO N°8: PREGUNTA N°8**



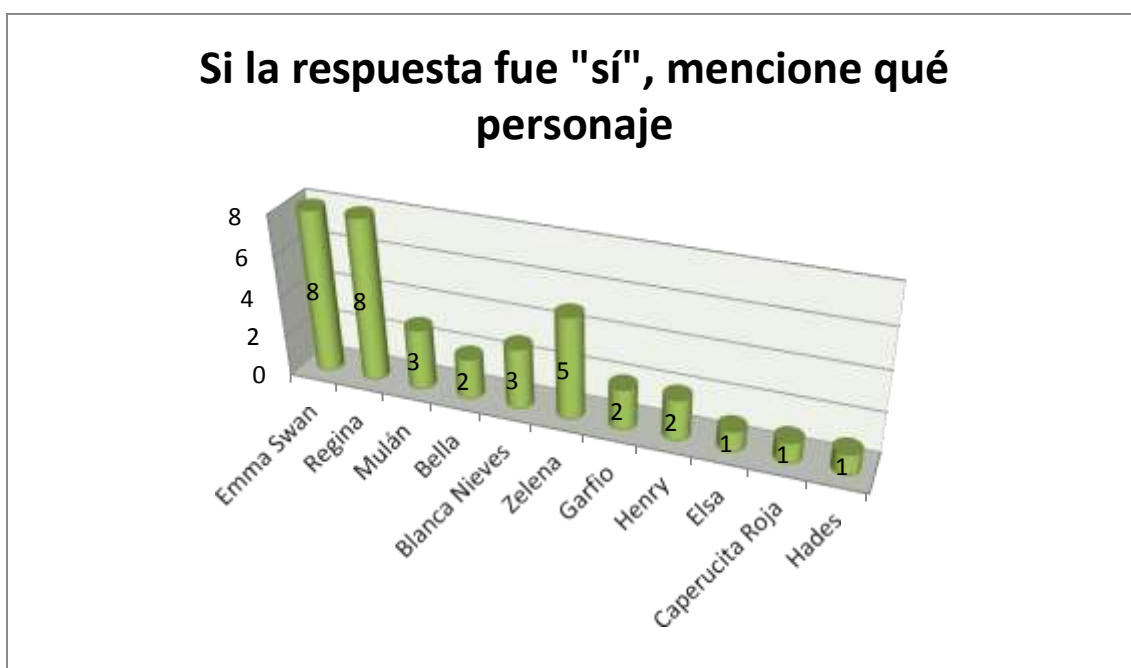
Del 100% de los encuestados, el 21% manifiesta que la temporada 3 fue su favorita, coincidiendo en igual porcentaje (21%) con quienes indicaron que su favorita fue la temporada 1. De otro lado, el 17% señala como favorita la temporada 2, mientras que el 17% indica como favorita la temporada 4. Finalmente, el 13% señala como favorita la temporada 5 y el 11% indica como favorita la temporada 6.

**GRÁFICO N°9: PREGUNTA N°9**



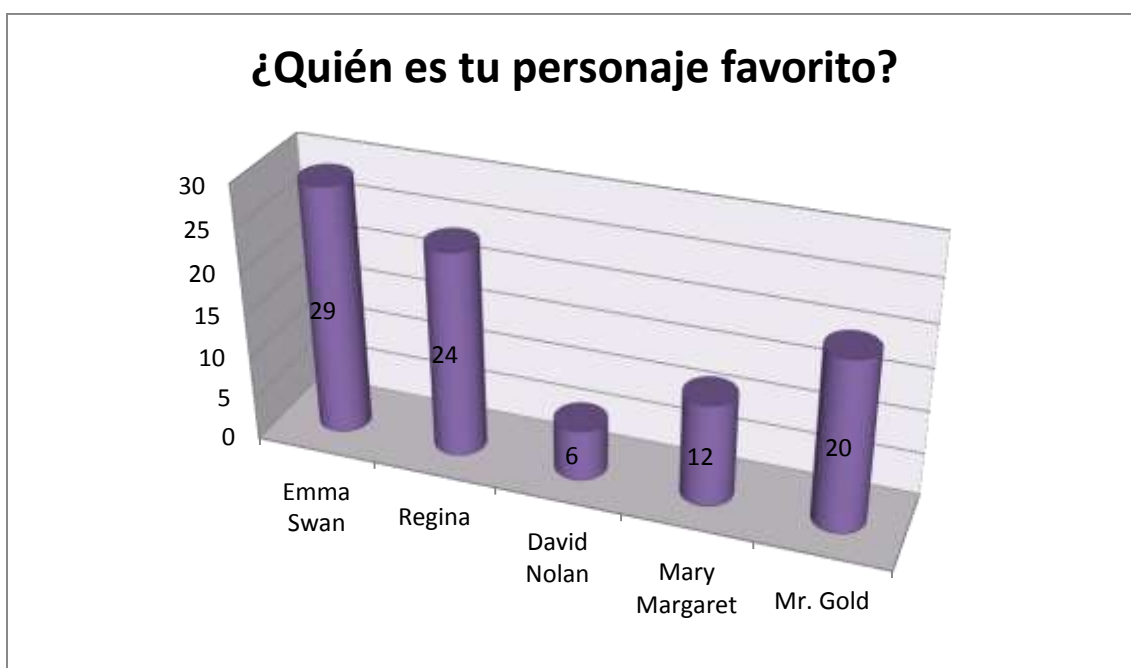
Del 100% de los encuestados, el 64% menciona que no se sienten identificados con algún personaje, mientras que el 36% restante menciona que sí.

GRÁFICO N°10: PREGUNTA N°10



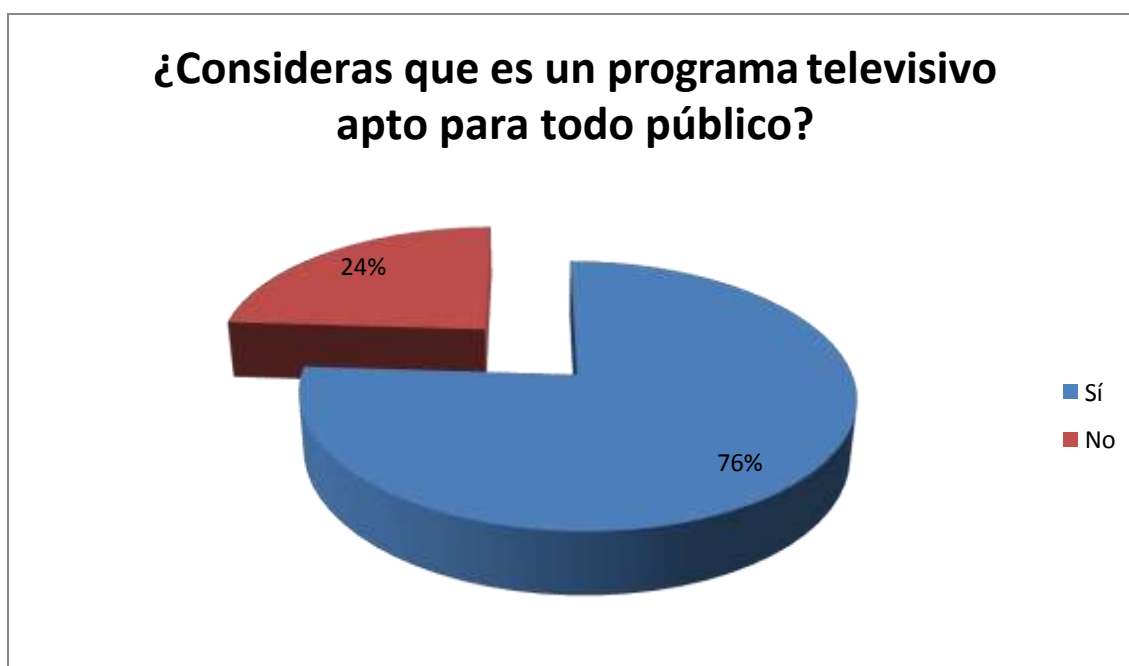
Del grupo que respondió "sí" (36%), el mayor porcentaje (22%) indicó que se identifican más con Emma Swan, similar porcentaje (22%) respondió que se identifican con Regina. En cuanto a los demás personajes el resultado fue el siguiente: Zelena (14%), Mulán (8%), Bella (5%), Blanca Nieves (8%), Garfio (6%) y Henry (6%). Finalmente, obtuvieron 3% Elsa, Caperucita Roja y Hades.

### GRÁFICO N°11: PREGUNTA N°11



Del 100% de los encuestados, el 29% indicó que Emma Swan es su personaje favorito, seguido de Regina con 24%. Luego, el 20% manifestó ser su favorito Mr. Gold. Seguido de Mary Margaret con 12%, el 6% seleccionó a David Nolan. Finalmente, el 9% eligió a otros.

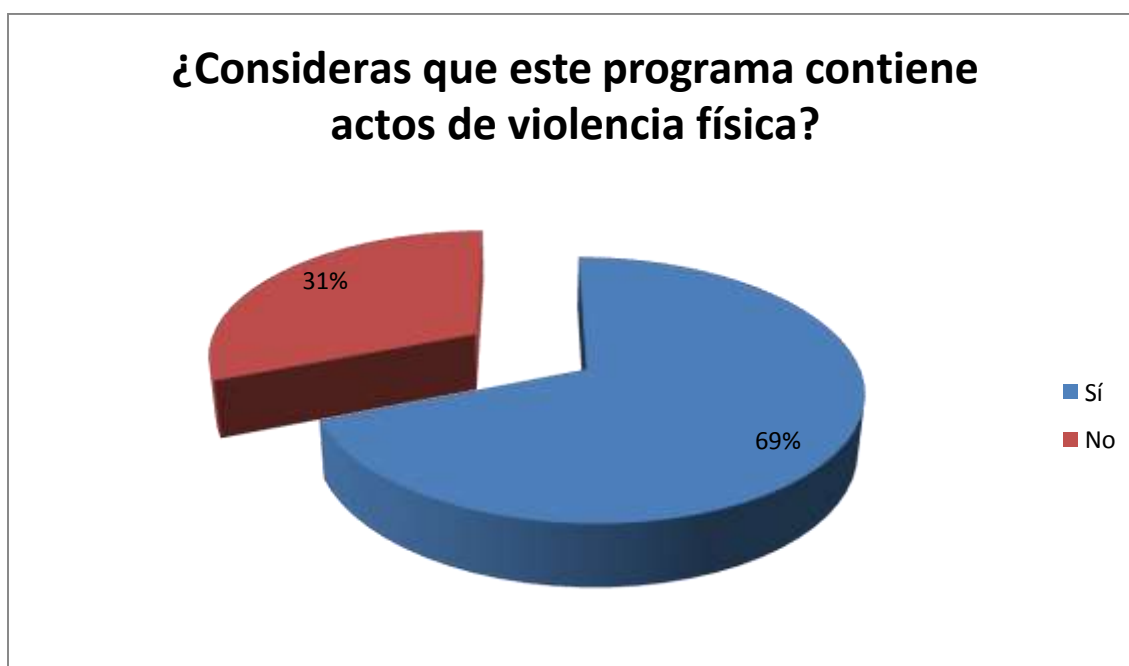
**GRÁFICO N°12: PREGUNTA N°12**



Del 100% de los encuestados, el 76% mostró una respuesta afirmativa y el 24% negativa.

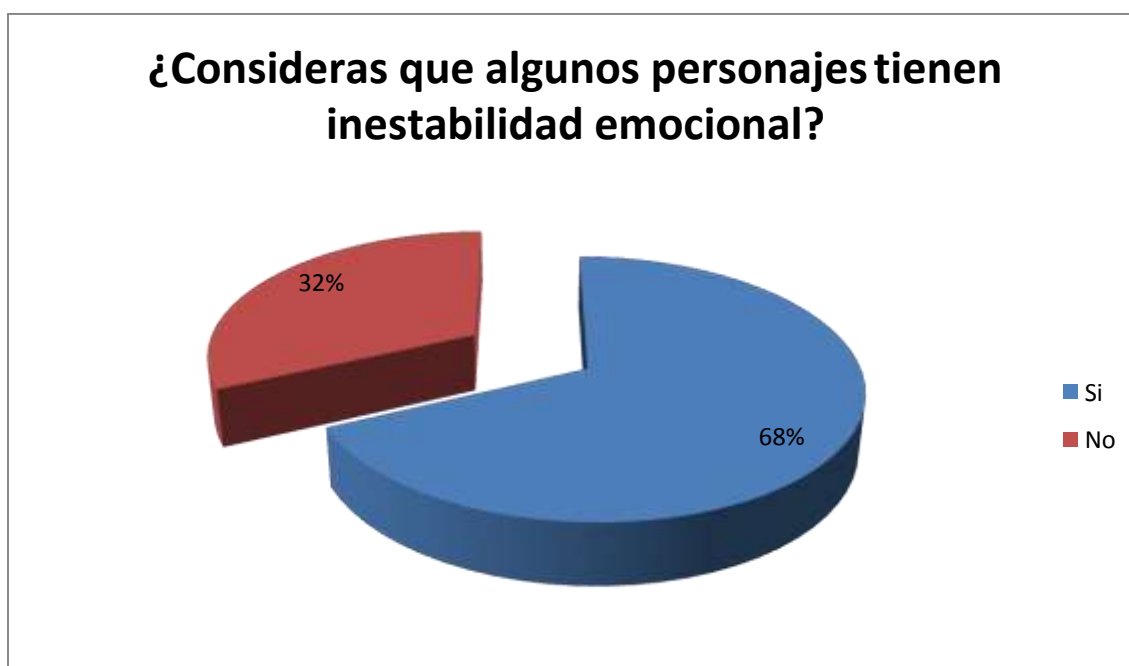


**GRÁFICO N°13: PREGUNTA N°13**



Del 100% de los encuestados, el 69% indicó que sí considera que este programa contiene actos de violencia física y el 31% manifestó que no.

**GRÁFICO N°14: PREGUNTA N°14**



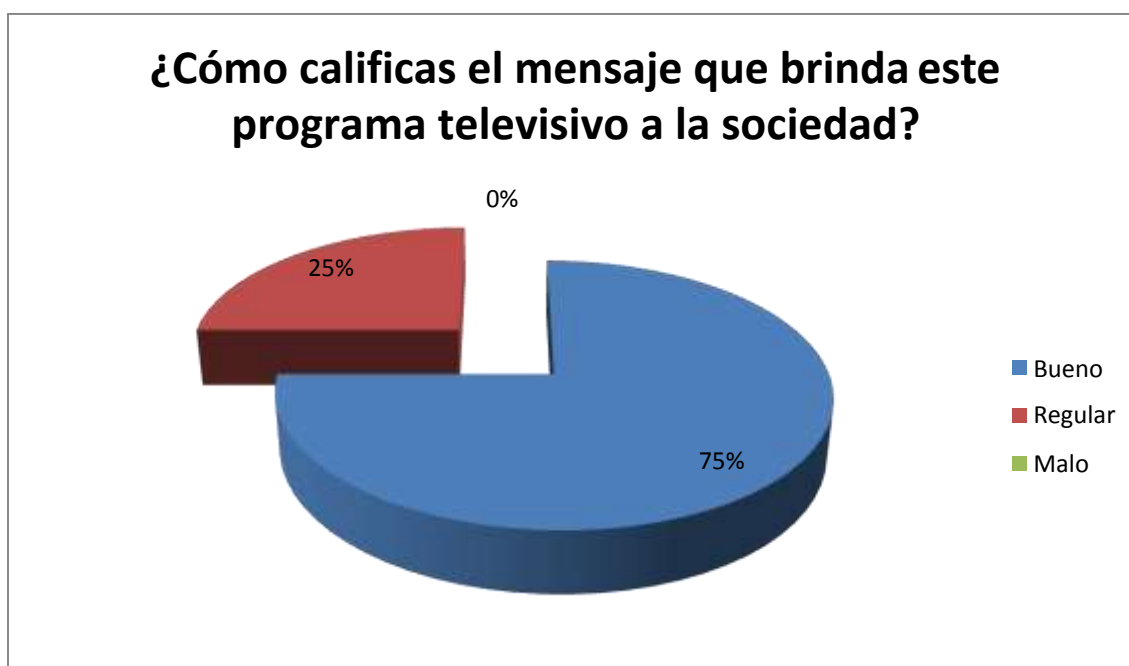
Del grupo total de los encuestados, el 68% manifestó que sí considera que algunos personajes tienen inestabilidad emocional y el 32% indicó que no.

**GRÁFICO N°15: PREGUNTA N°15**



Del 100% de los encuestados, el 93% informa que sí creen que esta fusión generaría atracción al televidente y el 7% indicó que no.

**GRÁFICO N°16: PREGUNTA N°16**



Del 100% de los encuestados, el 75% calificó como bueno el mensaje que brinda este programa a la sociedad. Luego, el 25% manifestó que el mensaje que brinda es regular. Finalmente, 0% indicó que es malo el mensaje.

**GRÁFICO N°17: PREGUNTA N°17**



Del 100% de los encuestados, el 51% indicó que no es un tipo de programa que la sociedad limeña vería. Por otro lado, el 49% afirmó que los limeños sí lo verían.

## 4.2 Discusión de resultados

- En la pregunta 2 del cuestionario realizado, se demuestra que el 59% de jóvenes utilizan “Netflix” para ver la serie “Once Upon a Time”; asimismo, el 15% del mismo grupo objetivo menciona verla vía televisión por cable. Además, en su mayoría suelen ver la serie cada vez que se estrena un capítulo nuevo o cada vez que tienen tiempo. Por otro lado, del total de encuestados, solo el 23% menciona verlo acompañado de algún familiar o amigo. “Nuestros inversionistas no están tan seguros de las intenciones de Dios para la televisión, y en cambio piensan que la televisión por Internet es una experiencia de entretenimiento fundamentalmente mejor que ganará participación por muchos años.” (Luckerson, 2016).
- De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta 6, se indica que realizar series tipo mush ups; es decir, la fusión de cuentos infantiles y la realidad, tuvo una respuesta positiva con 96% de aceptación. En consecuencia, hubo la misma aceptación en la pregunta 15, siendo que este tipo de formatos televisivos generaría atracción en los televidentes juveniles. Sin embargo, en la última pregunta los resultados arrojaron que el 51% de los jóvenes limeños no verían este tipo de programas y el 49% afirmó que sí sería visto. Estos resultados se muestran como respuesta contraria a lo que menciona Vivas “Al amparo del gobierno fujimontesinista, floreció en el país un tipo de televisión –distractivo y lava cerebros – que cumplió con creces sus dos objetivos principales: el económico, logrando altos niveles de rating, y el político, sirviendo de elemento de distracción para la población.” (Vivas, 2008).
- En la pregunta 12 se manifiesta que esta serie es apta para todo público,

con una aceptación de 76%. Adicionalmente, el 69% de encuestados indica que si hay la presencia de violencia física en el contenido y se afirma inestabilidad emocional en los personajes. Sin embargo, “En algunos casos se enfatizan los efectos negativos de la misma en los procesos educativos, otras veces, se asocia el nivel de influencia del medio a variables relacionadas, sobre todo, con nivel sociocultural, edad, tipología de programación y apoyo familiar.” (Navarro-Abal y Clemente-Rodríguez, 2014).

- Los resultados arrojaron que, en la pregunta 10, el 36% de la muestra total se siente identificado con algún personaje de la serie; y en su mayoría sindicaron a Emma Swan (personaje principal) y Regina (la bruja malvada). Finalmente, el 75% de los encuestados manifiesta que el mensaje que brinda a la sociedad es bueno. “Hay que dejar claro que el Perú es un país que produce y que trabaja temáticas variadas, como el racismo, la desigualdad social, la superación y el emprendedurismo, entre otros. Las historias que tienen más éxito son las que muestran a personas que, sin tener las posibilidades y las comodidades soñadas, luchan mucho por triunfar en la vida. ” (Cassano, 2014)

# **CAPÍTULO V**

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**



## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- El efecto televisivo de la serie americana “Once Upon a Time” según la hipótesis planteada al inicio dice ser inadecuada para su grupo objetivo; sin embargo, la conclusión final fue lo contrario, resultó ser adecuado para su tipo de target. Definitivamente es llamativo, pero no negativo. El 93% de las encuestadas manifiesta que sí creen que el formato televisivo de fusión entre cuentos de niños y realidad, en una producción juvenil, generaría atracción al televidente y éxito comercial. La nueva generación de jóvenes busca programas que rompan los estereotipos, programas de contenidos llamativos para el grupo objetivo, programas como los mush – up (mezcla de ficción con realidad), que son atractivos, según ha demostrado este estudio. Eso muestra que la sociedad peruana está dispuesta a los cambios en cuanto a nuevas propuestas televisivas. También indica que este tipo de programas televisivos no son perjudiciales para la sociedad limeña, sino que sólo cumplen papel de entretenimiento.
- La frecuencia con la que este programa televisivo es visto es alta. El 59% de los jóvenes utilizan Netflix para ver el programa, seguido de televisión por cable. Y el momento más visto es cuando se estrena una

temporada nueva. Otro momento es cada vez que tienen tiempo. Finalmente, la mayoría de encuestados menciona que ven el programa estando solos, y el resto lo ven acompañados de sus amigos, hermanos o novios. Eso demuestra que los seguidores del programa buscan un espacio en su día para el entretenimiento y visualizar su serie favorita.

- El estereotipo de la serie “Once Upon a Time” es negativo como se planteó en la hipótesis, pero no llega a ser perjudicial para el grupo objetivo. Solo el 36% del 100% de los encuestados mencionaron sentirse identificados con algún personaje símbolo de la serie. Entre los más mencionados estuvieron Emma Swan y Regina, cuyas personalidades son opuestas y aterrizan más a personajes de carácter en la vida real. Una de ellas, fue madre joven que no pudo con la presión de un niño y lo dio en adopción, realidad que muchas jóvenes pasan hoy en día. Y Regina es una mujer segura de sí misma y ambiciosa, quien cría a un niño como si fuese suyo. La aceptación del personaje y las respuestas positivas demuestran que la sociedad es influenciada a través de su historia, pero no negativamente. Además, 68% de los encuestados menciona que sí existe inestabilidad emocional en la caracterización de los personajes, pero no consideran que influya en la sociedad.
- A diferencia de otros programas televisivos, “Once Upon a Time” sí afecta (porque tiene buena legión de seguidores) pero la mayoría coincide en que no con un efecto negativo para la sociedad. También, llegamos a la conclusión que el producto es exitoso comercialmente y novedoso para el grupo objetivo. Los peruanos siempre han sido afectados por los medios televisivos, se ven programas nacionales con carencia educativa buscando solo entretenimiento, pero influenciando de manera negativa, siendo ejemplos los reality shows o series de excesos y violencia amparados en que se trata de la vida real.
- A pesar de los fragmentos de violencia que contiene, el programa no

afecta de forma negativa, sino que resalta los mensajes positivos que hay a través de la solución de los conflictos. La exposición de violencia (que hay en el mundo real) no siempre afecta negativamente, al ser ya algo común. El 90% de encuestados considera que el mensaje que brinda a la sociedad es bueno.

## 5.2 Recomendaciones

- Crear más contenidos televisivos como “Once Upon a Time”, que rompan los paradigmas de las producciones peruanas. La fórmula de producir contenidos basados en la historia de un libro o cuentos mezclados con la realidad peruana, pueden lograr créditos comerciales sin influenciar negativamente. Se ha demostrado que sí es posible y que podrían ser emitidos en televisión nacional, accesible a todos.
- Sin dejar de lado la búsqueda de rating (el fin comercial, propio de toda producción televisiva no estatal) se debe replantear la programación televisiva en los canales nacionales, para una mejora educativa. Las series mash-ups son una opción. Pueden llegar a ser un éxito, para el entretenimiento sano del televidente así como para las productoras.
- Influnciar a la sociedad positivamente a través de personajes de una serie televisiva es una manera creativa de educar y enseñar acciones innovadoras. Las producciones actuales deberían fomentar este tipo de personajes en sus productos ya cimentados en el mercado. No siempre educar implica descender en nivel de televidentes. Debería ser el papel de las productoras, canales, empresas a cargo de producir contenidos televisivos.
- Por el lado empresarial, los auspiciadores deberían reforzar su visión en otros formatos, como los mash-up. Comercialmente, apostar por nuevas tendencias televisivas que pueden convertirse en rentables medios

publicitarios para sus productos, pero sin ser negativos para la formación de los televidentes jóvenes.

- Finalmente el Estado, para cumplir su papel formador de valores, debería centrar más esfuerzos en crear programas de buen contenido utilizando las nuevas plataformas, como el streaming. En esta investigación, se comprobó que un creciente sector de jóvenes televidentes prefieren ver sus programas por streaming. Los smartphones deben ser aprovechados para producciones que difundan valores. Los mash-up, como "Once Upon a time", son un ejemplo.

# **CAPÍTULO VI**

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## CAPÍTULO VI

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acuña, Huamán y Taddey (2015). Caso Netflix: Planeamiento estratégico 2015 – 2019. En [http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1076/C%C3%A9sar\\_Tesis\\_maestria\\_2015.pdf?sequence=1](http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1076/C%C3%A9sar_Tesis_maestria_2015.pdf?sequence=1). Recuperado el 05 de Junio del 2017.

Anónimo (2017). Netflix: estudio revela que si quieres acercarte a tu hijo, debes ver sus series favoritas. En <http://peru.com/entretenimiento/series-de-tv/netflix-estudio-revela-que-si-quieres-acercarte-tu-hijo-adolescente-debes-ver-sus-series-favoritas-video-noticia-510342>. Recuperado el 20 de Junio del 2017.

Anónimo (2010). Las televisoras en el Perú. En <http://textos.pucp.edu.pe/pdf/1220.pdf>. Recuperado el 05 de Junio del 2017.

Arboccó y O'Brien (2012). Impacto De La “Televisión Basura” En La Mente y La Conducta de Niños y Adolescentes. En <http://www.detrasdela cortina.com.pe/download/Impactotvbasura.pdf>. Recuperado el 06 de Junio del 2017.

Arias et al. (2011). Influencia de los smarthphones en los estilos de vida de los jóvenes universitarios y jóvenes ejecutivos en la ciudad de Bogotá. En [http://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field\\_attached\\_file/influencia\\_de\\_los\\_smartphones\\_en\\_los\\_estilos\\_de\\_vida\\_de\\_los\\_jovenes\\_u](http://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/influencia_de_los_smartphones_en_los_estilos_de_vida_de_los_jovenes_u)

niversitarios\_y\_jovenes\_ejecutivos\_en\_la\_ciudad\_de\_b1.pdf. Recuperado el 05 de Junio del 2017.

Campbell, J. (2011). Lost's Kitsis, Horowitz start at the beginning with Once Upon A Time. En <http://www.cbr.com/losts-kitsis-horowitz-start-at-the-beginning-with-once-upon-a-time/>. Recuperado el 10 de Julio del 2017.

Cantavella Blasco, J. (2010). El peruano Juan Gargurevich, en la avanzada de los estudios teóricos e históricos sobre periodismo. En <file:///C:/Users/CARMEN/Downloads/12211-12292-1-PB.PDF>. Recuperado el 15 de Junio del 2017.

Cassano, G. (2014). La Ficción en la Televisión Peruana. En <http://blog.pucp.edu.pe/blog/conexion/2014/06/25/giuliana-cassano-la-ficci-n-en-la-televisi-n-peruana/>. Recuperado el 27 de Junio del 2017.

Centeno Torres, R. (2016). TV Basura: El caso de los programas juveniles Combate y Esto es Guerra. En [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/4763/1/Centeno\\_tr.pdf](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/4763/1/Centeno_tr.pdf). Recuperado el 27 de Junio del 2017.

Cerdeño, E. (2012) Evolución y revolución en la telefonía. En [http://www.digibis.com/digibib-demo/es/catalogo\\_imagenes/grupo.cmd?path=1000080](http://www.digibis.com/digibib-demo/es/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1000080). Recuperado el 28 de Junio del 2017.

Concortv (2012). Taller de género y medios de comunicación. En <http://www.concortv.gob.pe/file/participacion/eventos/2012/03-genero->

medios/documento-genero-medios-comunicacion-peru.pdf. Recuperado el 27 de Junio del 2017.

De Los Ríos, C. (2010). Impacto del Uso de Internet en el Bienestar de los Hogares Peruanos: Evidencia de un panel de hogares 2007- 2009. En file:///C:/Users/CARMEN/Downloads/Impacto%20internet%20hogares%20peruanos%20(1).pdf. Recuperado el 10 de Junio del 2017.

Dettleff, J (2012). Local TV Stations in Peru. A history of use as political tools: The Juliaca Case. En <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/12772/11712>. Recuperado el 25 de Junio del 2017.

Google (2015). Mobile App Marketing Insights: How Consumers Really Find and Use Your Apps. En <https://think.storage.googleapis.com/docs/mobile-app-marketing-insights.pdf>. Recuperado el 15 de Junio del 2017.

Guerra G. (2015). El Perú Político en la televisión – UPC. En <http://www3.upc.edu.pe/bolsongei/bol/15/322/gisu.pdf>. Recuperado el 17 de Junio del 2017.

Guerra, Gisú (2015). El Perú Político en la televisión. En <http://www3.upc.edu.pe/bolsongei/bol/15/322/gisu.pdf>. Recuperado el 20 de Junio del 2017.



INEI (2015). Población de 6 y más años de edad que hace uso de internet, según el nivel educativo y ámbitos geográficos. En <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/tecnologias-de-la-informacion-y-telecomunicaciones/>. Recuperado el 20 de Junio del 2017.

Keithley, J (2013). Once Upon a Time: Fairytales Past and Present. En <http://dc.ewu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1237&context=theses>. Recuperado el 20 de Junio del 2017.

Localytics (2015). Media & Entertainment app industry report: Data & Benchmarks for your Mobile Growth Strategy. En [http://info.localytics.com/hubfs/eBooks/Media\\_\\_Entertainment\\_App\\_Industry\\_Report.pdf?t=1446481324994](http://info.localytics.com/hubfs/eBooks/Media__Entertainment_App_Industry_Report.pdf?t=1446481324994). Recuperado el 20 de Junio del 2017.

Luckerson, V. (2016). This Is How Much Netflix We're All Watching Every Day. En <http://time.com/4186137/netflix-hours-per-day/>. Recuperado el 20 de Junio del 2017.

Marks, G. (2017). The 10 Most Downloaded Apps in the World All Have This 1 Amazing Thing in Common. En <https://www.inc.com/gene-marks/the-worlds-10-most-downloaded-apps-all-have-this-one-amazing-thing-in->

common.html. Recuperado el 21 de Junio del 2017.

Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2016). Boletín estadístico III-T 2016. En

[https://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/regulacion\\_internacional/estadistica\\_catastro/documentos/2016/Bolet%C3%ADn%20III%202016.pdf](https://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/regulacion_internacional/estadistica_catastro/documentos/2016/Bolet%C3%ADn%20III%202016.pdf).

Recuperado el 25 de Junio.

Miranda, Martínez, Leiva, Madrid y Enríquez (2012). Consumo de teléfonos móviles entre adolescentes y jóvenes en el Perú. En <http://textos.pucp.edu.pe/pdf/1945.pdf>. Recuperado el 10 de Julio del 2017.

Montoya, C (2008). La televisión como Espacio Político - Revista PUCP. En <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/lamiradadetelemo/article/view/3490/3383>. Recuperado el 25 de Junio del 2017.

Montoya, K. (2017). La optimización para motores de búsqueda (SEO) en la configuración del valor agregado del periodismo digital peruano: el caso de Gestion.pe. En [file:///C:/Users/CARMEN/Downloads/MONTOYA\\_GUEVARA\\_KARINA\\_OPTIMIZACION\\_MOTORES.pdf](file:///C:/Users/CARMEN/Downloads/MONTOYA_GUEVARA_KARINA_OPTIMIZACION_MOTORES.pdf). Recuperado el 25 de Junio del 2017.

Navarro-Abal y Clemente-Rodriguez (2014). El efecto sociabilizador del medio televisivo en jóvenes. Influencia de la conductas de gestión del conflicto mostradas por personajes de series de ficción. En

<http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/44684/42151>.

Recuperado el 10 de Agosto del 2017.

Netflix (2017). Netflix: estudio revela que si quieres acercarte a tu hijo, debes ver sus series favoritas. En <http://peru.com/entretenimiento/series-de-tv/netflix-estudio-revela-que-si-quieres-acercarte-tu-hijo-adolescente-debes-ver-sus-series-favoritas-video-noticia-510342>. Recuperado el 08 de Julio del 2017.

Nielsen Company (2010). The State Of MobileApps. En <http://www.localisation.ie/sites/default/files/resources/pdf/Nielsen-State-of-Mobile-Apps-Whitepaper.pdf>. Recuperado el 05 de Junio del 2017.

Orrego Renagos, J. (2008). Los orígenes de la televisión por cable en el Perú. En <http://blog.pucp.edu.pe/blog/juanluisorrego/2008/11/02/los-origenes-de-la-television-por-cable-en-el-peru/>. Recuperado el 15 de Junio del 2017.

Osiptel (2015). Internet en el Perú. En [https://www.osiptel.gob.pe/Archivos/Sector\\_telecomunicaciones/Desarrollo\\_Sector/Hito\\_InternetPer%C3%BA.pdf](https://www.osiptel.gob.pe/Archivos/Sector_telecomunicaciones/Desarrollo_Sector/Hito_InternetPer%C3%BA.pdf). Recuperado el 20 de Junio del 2017.

Paucar Morales, E. (2006). Necesidad de realizar un atento periodismo de internacionales en el noticiero Noticias en Red de Canal 13 – Red Global.

En

[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/monografias/human/paucar\\_me/cap2.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/monografias/human/paucar_me/cap2.pdf). Recuperado el 10 de Julio del 2017.

Prada Boluarte, J. (2016). Impacto de los noticieros televisivo de señal abierta en los estudiantes de nivel secundario de 14 a 18 años de la Institución Educativa José Granda del distrito de san Martín de Porres. En

[http://cybertesis.unmsm.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/cybertesis/396/Prada\\_bj.pdf?sequence=1](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/cybertesis/396/Prada_bj.pdf?sequence=1). Recuperado el 05 de Julio del 2017.

Purnell, D. (2013). Happily ever after. En

<https://benjamins.com/#catalog/journals/ni.24.1.09pur/details>. Recuperado el 15 de Julio del 2017.

Quiroz, T. (2005). Periodismo de opinión y poder en el Perú. En

<http://www3.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto/nanteriores/pdf/10quiroz.pdf>. Recuperado el 05 de Julio del 2017.

Redondo, M. (2011). El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español. En

<file:///C:/Users/CARMEN/Desktop/TESINA/TESIS139-120206-R.pdf>.

Recuperado el 10 de Julio del 2017.

Revista de Pontificia Universidad Católica del Perú (2012). Conexión. En <http://departamento.pucp.edu.pe/comunicaciones/files/2012/11/Puede-descargar-aqu%C3%AD-el-libro-completo-en-formato-pdf.pdf>.

Recuperado el 20 de Junio del 2017.

Rojas Andrade, A. (2007). Autocracias paralelas y actuación de los medios. En <http://www.rebelion.org/docs/64518.pdf>. Recuperado el 17 de Junio del 2017.

Santarsiero, Y (2007). Los Medios de Comunicación y La Guerra de Malvinas.

En <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC071061.pdf>.

Recuperado el 11 de Agosto del 2017.

Taber, K. S. (2013). Revisiting the chemistry triplet: drawing upon the nature of chemical knowledge and the psychology of learning to inform chemistry education. University of Cambridge, UK.

Telefónica (2014). Comunicación para todos. En

<http://www.telefonica.com.pe/acerca-de-telefonica/aniversario/suplemento.pdf>. Recuperado el 15 de Julio del 2017.

The World Bank (2012). Information and Communications for Development:

Maximizing Mobile. En <https://siteresources.worldbank.org/EXTINFORMATIONANDCOMMUNICATIONANDTECHNOLOGIES/Resources/IC4D-2012-Report.pdf>.

Recuperado el 17 de Julio del 2017.

University of Texas at Austin (2011). Immersive television and the on-demand audience. En [https://moody.utexas.edu/sites/default/files/strover\\_4.pdf](https://moody.utexas.edu/sites/default/files/strover_4.pdf).

Recuperado el 17 de Julio del 2017.

Vivas, F. (2008). En vivo y en Directo, una historia de la televisión peruana.

Universidad de Lima.

Williams, S. (2016). The Price Of Magic: A Narrative Analysis of ABC'S Once Upon a Time. En <https://wtamu-ir.tdl.org/wtamu-ir/bitstream/handle/11310/70/WILLIAMS-THESIS-2016.pdf?sequence=1>.

Recuperado el 15 de Julio del 2017.

World Bank Institute (2012). IC4D 2012: Maximizing Mobile.

En <http://www.worldbank.org>. Recuperado el 10 de Julio del 2017.

# **CAPÍTULO VII**

## **ANEXOS**

# FORMATO DE CUESTIONARIO

## Estudio de la serie "Once Upon a Time"

Esta investigación está dirigida para jóvenes universitarios que han visto la serie norteamericana "Once Upon a Time".

SEXO \*

- Mujer
- Hombre

EDAD \*

Texto de respuesta corto

OCUPACIÓN \*

Texto de respuesta corto

¿Has visto la serie americana "Once Upon a Time"? \*

- Sí
- No

¿Qué plataforma utilizar para ver esta serie norteamericana? \*

- Facebook
- Youtube
- Web oficial
- Netflix
- Televisión por cable
- Televisión Nacional
- Otro...

¿Con qué frecuencia ves la serie "Once Upon a Time"? \*

- Cada vez que se exhibe una nueva temporada
- Cada vez que me acuerdo
- Cada vez que tengo tiempo
- Otro...

¿Lo ves solo(a)? \*

- Sí
- No
- Otro...



En caso que lo ves acompañado(a). ¿Con quién frecuentemente ves la serie?

- Lo ves solo
- Otro...

¿Consideras que realizar series sobre los cuentos infantiles y la fusión de la realidad, es interesante?

- Si
- No

¿Crees que el contenido respeta la caracterización de los personajes?

- Si
- No

¿Qué temporada de la serie "Once Upon a Time" es tu favorita? \*

- Temporada 1



- Temporada 2



- Temporada 3



- Temporada 4



- Temporada 5



- Temporada 6



¿Te sientes identificado con algún personaje? \*

- Sí
- No

Si la respuesta es "sí", mencióname cual. \*

- No me parece alguno
- Otro...

¿Quién es tu personaje favorito? \*

- Emma Swan - La salvadora



- Regina Mills - Reina Malvada



- David Nolan - Príncipe Encantador



- Mary Margaret - Blanca Nieves



- Mr. Gold - Rumpeletski



- Otro...

¿Consideras que es un programa televisivo apto para todo público? \*

- Sí
- No

¿Consideras que el programa contiene actos de violencia física? \*

- Sí
- No

¿Consideras que algunos personajes tienen inestabilidad emocional? \*

- Sí
- No

¿Crees que la fusión entre los cuentos de niños y una producción juvenil genera atracción al televidente?

- Sí
- No

¿Cómo calificas el mensaje que brinda el programa televisivo a la sociedad? \*

- Bueno
- Regular
- Malo

¿Crees que es un tipo de programa que la Sociedad Limeña lo vería? \*

- Sí
- No

FOTO 1: Foto de la serie americana "Once Upon a Time"



**FOTO 2: Foto de los personajes mencionados.**



Emma Swan o La Salvadora



Mary Margaret o Blanca Nieves



David Nolan o Príncipe Encantador



Regina Mills o Bruja Malvada



Mr. Gold o Rumpelstiltskin