

FACULTAD DE
COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación Audiovisual en Medios Digitales

**“DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDO
AUDIOVISUAL EN PLATAFORMAS DIGITALES
EN IBEROAMÉRICA: UNA REVISIÓN
SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA ENTRE EL
2011 – 2021”**

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciada en Comunicación Audiovisual en Medios
Digitales**

Forma: Artículo científico

Autor:

Fatima Marcela Ascuez Valero

Asesor:

Mg. Adriana Margarita Turriate Guzman

<https://orcid.org/0000-0003-1171-0027>

Lima - Perú

2024

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	GUILLERMO MAURA LAU
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	ALDO TINOCO MUJICA
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	ADRIANA TURRIATE GUZMAN
	Nombre y Apellidos

Informe de Similitud

ato_para_art_culo_Cient_fico__Ascuez_Valero_Fatima_Marc...

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	palabraclave.unisabana.edu.co Fuente de Internet	1%
3	Fatima Marcela Ascuez-Valero, Adriana Margarita Turriate-Guzmán. "Distribution of Audiovisual Content on Digital Platforms in Ibero-America: A Systematic Review of the Scientific Literature", 2022 IEEE 5th International Conference on Electronics and Communication Engineering (ICECE), 2022 Publicación	1%
4	dx.doi.org Fuente de Internet	1%
5	revistadecomunicacion.com Fuente de Internet	1%
6	docs.google.com Fuente de Internet	1%

Tabla de contenidos

JURADO EVALUADOR.....	2
Informe de Similitud.....	3
Dedicatoria	4
Agradecimiento	5
Índice de tablas	7
Resumen.....	8
Palabras Claves.....	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	13
CAPÍTULO III: RESULTADOS	15
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	25
REFERENCIAS.....	28

Índice de tablas

TABLA 1.....	15
TABLA 2	16

Resumen

La presente revisión sistemática tiene como objetivo conocer las razones por las que se está distribuyendo contenido audiovisual en las plataformas digitales en Iberoamérica entre los años 2011 – 2021, a partir del análisis de artículos de investigación que se realizó mediante la base de datos de Ebsco. Esta selección de artículos se realizó bajo ciertos criterios de inclusión y exclusión para obtener información relevante del tema abordado. Asimismo, se utilizaron técnicas de subrayado, resumen y parafraseo para gestionar la información. Por otro lado, a partir de los resultados obtenidos se observó que existen diversas formas de consumo, modelos, accesos y análisis para conocer las razones por las que se está optando distribuir contenido en las plataformas digitales. A su vez, en el proceso de recopilación de información se encontraron ciertos límites en la búsqueda de artículos, los cuales impedían obtener una gran cantidad y variedad de textos para poder realizar de manera eficaz el estudio, ya que este tema no ha sido muy investigado hasta el momento. Finalmente, se concluye que las plataformas digitales son las de mayor aceptación por parte de la audiencia por la viabilidad que ofrecen.

Palabras Claves

Plataformas digitales, contenido audiovisual, distribución de contenido, consumo.

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto** por determinación de los propios autores, en concordancia con en el Texto Integrado del Reglamento RENATI (artículo 12), la Directiva N° 004-2016-CONCYTEC-DEGC que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, así como la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales.

REFERENCIAS

- Benavides Almarza, C. F., & García-Béjar, L. (2021). ¿Por qué ven Netflix quienes ven Netflix?: experiencias de engagement de jóvenes mexicanos frente a quien revolucionó el consumo audiovisual. *Revista de Comunicación*, 20(1), 29–47. <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A2>
- Fernández-Lores, S., Martínez-Navarro, G., & Gavilán, D. (2020). Factores de éxito en las webs de contenidos audiovisuales. Análisis cualitativo comparado. *El Profesional de La Información*, 29(6), 1–11. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.39>
- García Martínez, Antonio, & Rojo Villada, Pedro Antonio (2010). LA RECONVERSIÓN TECNOLÓGICA Y SUS EFECTOS SOBRE LA ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES EN LA ERA DIGITAL. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 8(2),136-155. [fecha de Consulta 13 de Mayo de 2021]. ISSN:. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552556586032>
- Guerrero Pérez, E., González Oñate, C., & Kimber Camussetti, D. (2018). La televisión de los mileniales: una aproximación a sus hábitos de visionado. *Analisi: Quaderns de Comunicacio i Cultura*, 59, 121–138. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3151>
- González Neira, A., & Fernández Martínez, L. M. (2019). NUEVOS HÁBITOS DE CONSUMO TELEVISIVO: RETOS DE LA AUDIENCIA EN DIFERIDO. (Spanish). *Index.Comunicacion*, 9(3), 75–92.
- González-Neira, A., & Quintas-Froufe, N. (2020). Preferencias televisivas de la audiencia española (2005-2019): programas, formatos y. (Spanish). *Estudios Sobre El Mensaje Periodistico*, 26(2), 583–595.
- Benavides Almarza, C. F., & García-Béjar, L. (2021). ¿Por qué ven Netflix quienes ven Netflix?: experiencias de engagement de jóvenes mexicanos frente a quien revolucionó el consumo audiovisual. *Revista de Comunicación*, 20(1), 29–47. <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A2>
- Fernández-Lores, S., Martínez-Navarro, G., & Gavilán, D. (2020). Factores de éxito en las webs de contenidos audiovisuales. Análisis cualitativo comparado. *El Profesional de La Información*, 29(6), 1–11. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.39>
- García Martínez, Antonio, & Rojo Villada, Pedro Antonio (2010). LA RECONVERSIÓN TECNOLÓGICA Y SUS EFECTOS SOBRE LA ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES EN LA ERA DIGITAL. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 8(2),136-155. [fecha de Consulta 13 de Mayo de 2021]. ISSN:. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552556586032>
- Guerrero Pérez, E., González Oñate, C., & Kimber Camussetti, D. (2018). La televisión de los mileniales: una aproximación a sus hábitos de visionado. *Analisi: Quaderns de Comunicacio i Cultura*, 59, 121–138. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3151>

Distribución de contenido audiovisual en plataformas digitales en Iberoamérica:
una revisión sistemática de la literatura entre el 2011 - 2021

González Neira, A., & Fernández Martínez, L. M. (2019). NUEVOS HÁBITOS DE CONSUMO TELEVISIVO: RETOS DE LA AUDIENCIA EN DIFERIDO. (Spanish). *Index.Comunicacion*, 9(3), 75–92.

González-Neira, A., & Quintas-Froufe, N. (2020). Preferencias televisivas de la audiencia española (2005-2019): programas, formatos y. (Spanish). *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(2), 583–595.

Heredia Ruiz, V. (2017). Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual.

Paula Hernández-García, María Jesús Ruiz-Muñoz, & Núria Simelio-Solà. (2013). Propuesta metodológica para el análisis de la ficción televisiva 2.0. *Palabra Clave*, 16(2), 449–469.

IZQUIERDO-CASTILLO, J. (2012). Distribución Online De Contenidos Audiovisuales: Análisis De 3 Modelos De Negocio. *El Profesional de La Información*, 21(4), 385–390.

Izquierdo-Castillo, J. (2015). El Nuevo Negocio Mediático Liderado Por Netflix: Estudio Del Modelo Y Proyección en El Mercado Español. *El Profesional de La Información*, 24(6), 819–826. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.nov.14>

Plasencia Asorey, Carolina (2008). EBSCO: un recurso de información de excelencia al servicio de los profesionales cubanos. *MEDISAN*, 12(4),1-3.[fecha de Consulta 25 de Abril de 2021]. ISSN: . Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=368445249001>

Urrútia, G., & Bonfill, X. (2010). Declaración PRISMA: una propuesta para mejorar la publicación de revisiones sistemáticas y metaanálisis. *Medicina Clínica*, 135(11), 507–511. <https://doi.org/10.1016/j.medcli.2010.01.015>

Vázquez-Barrio, T., Torrecillas-Lacave, T., & Suárez-Álvarez, R. (2020). Percepción sobre la televisión en el ecosistema audiovisual de la convergencia digital. *El Profesional de La Información*, 29(6), 1–16. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.40>