

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

**FORMACIÓN PROFESIONAL Y TIPO DE CONTENIDO DE
LOS YOUTUBERS PERUANOS MÁS SEGUIDOS, 2021**

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

AUTOR:

BLANCO FLORES BANJI DAYANNA
CÓDIGO ORCID: 0000-0003-3141-3193

ASESOR:

Mg. MARTINEZ NAVARRO CHRISTIAN MANUEL
CÓDIGO ORCID: 0000-0002-3971-0099

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: COMUNICACIÓN SOCIAL Y
CULTURA**

LIMA, PERÚ

DICIEMBRE, 2021

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a mis padres porque los quiero mucho y los admiro bastante.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a mis padres por todo el apoyo que me brindaron a lo largo de este proceso. En segundo lugar, agradecer a mi laptop que me acompañó hasta el último momento y me permitió recuperar mi tesis antes de que falleciera por completo.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo identificar qué relación existe entre la formación profesional y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos.

La metodología de esta investigación se encuentra en el paradigma positivista, con enfoque cuantitativo dada su objetividad. Es descriptiva correlacional porque se lleva a cabo la medición de dos variables. En cuanto al diseño de esta investigación se basó en métodos, técnicas, procedimientos e instrumentos para comprobar las hipótesis de esta investigación, por lo que se procedió a la recolección de datos y su análisis para demostrar dichas hipótesis.

Para la muestra se eligió a 32 youtubers que se encuentran en una lista de los 100 primeros youtubers con más suscriptores a nivel nacional, que responden a una serie de criterios de selección establecidos.

Finalmente se llegó a la conclusión de que no existen relaciones significativas entre la formación profesional y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos.

Palabras Clave: Formación profesional, Youtubers, Streaming, Redes Sociales, Tipo de Contenido.

ABSTRACT

The objective of this research work was to identify the relationship between professional training and the type of content offered by the most followed Peruvian youtubers.

The methodology of this research is in the positivist paradigm, with a quantitative approach given its objectivity. It is descriptive correlational because the measurement of two variables is carried out. Regarding the design of this research, it was based on methods, techniques, procedures and instruments to test the hypotheses of this research, so data was collected and analyzed to demonstrate these hypotheses.

For the sample, 32 youtubers were chosen from a list of the top 100 youtubers with the most subscribers nationwide, who respond to a series of established selection criteria.

Finally, it was concluded that there are no significant relationships between professional training and the type of content offered by the most followed Peruvian youtubers.

Keywords: Professional training, Youtubers, Streaming, Social Media, Content type.

Tabla de contenido

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
TABLA DE CONTENIDOS	vi
INDICE DE FIGURAS	iv
INDICE DE MAPAS	xi
INDICE DE TABLAS	xii
INDICE DE GRAFICOS	xiii
Introducción.....	1
1. Capítulo 1: Problema de la investigación.....	3
1.1. Descripción de la realidad problemática	4
1.2. Planteamiento del problema	7
1.2.1. Problema general.....	7
1.2.2. Problemas específicos.....	7
1.3. Objetivos de la investigación	8
1.3.1. Objetivo general.....	8
1.3.2. Objetivos específicos.....	8
1.4. Justificación e importancia de la investigación.....	9
2. Capítulo II: Marco teórico	11
2.1. Antecedentes del problema.....	12
2.1.1. Nacionales.....	12
2.1.2. Internacionales.....	16
2.2. Bases teóricas.....	22
2.2.1. La Formación Profesional.....	22
2.2.1.1. Características de la Formación Profesional	24
2.2.1.2. Principios de la Formación Profesional	25
2.2.1.3. Objetivos de la Formación Profesional	26
2.2.1.4. La formación profesional en el sistema educativo peruano	27
2.2.1.5. Dimensiones de la Formación Profesional.....	29
2.2.2. La Formación Universitaria	31
2.2.2.1. Definición de universidad	32

2.2.2.2.	La oferta de educación superior universitaria	34
2.2.2.2.1.	Las universidades del Perú en cifras	34
2.2.2.3.	Licenciamiento de universidades.....	39
2.2.2.4.	Los principios en la educación superior universitaria	41
2.2.2.5.	Los fines de la educación superior universitaria	42
2.2.2.6.	Funciones de la educación superior universitaria.....	42
2.2.3.	La Formación Técnica.....	43
2.2.3.1.	La Formación Técnica en el Perú.....	44
2.2.3.2.	Definición de Institutos de Educación Superior	46
2.2.3.3.	Pilares de la educación tecnológica	47
2.2.3.4.	Fines de la Educación Superior Técnica	47
2.2.3.5.	Principios de la Educación Superior Técnica	48
2.2.4.	La formación empírica.....	49
2.2.4.1.	Características del conocimiento empírico.....	51
2.2.4.2.	Tipos de conocimiento empírico.....	52
2.2.4.3.	Ventajas y desventajas del conocimiento empírico.....	54
2.2.5.	La educación superior y el mundo laboral	54
2.2.6.	Youtube	57
2.2.6.1.	Creación de la plataforma Youtube	57
2.2.6.2.	Pero ¿qué es Youtube?	58
2.2.7.	Evolución de Youtube	60
2.2.7.1.	Youtube en el mundo.....	65
2.2.7.2.	Youtube en Perú.....	73
2.2.8.	¿Qué es ser un “Youtuber”?.....	75
2.2.9.	Tipos de contenido en Youtube	78
2.2.9.1.	Cine y animación	79
2.2.9.2.	Motor	80
2.2.9.3.	Música	81
2.2.9.4.	Mascotas y animales	83
2.2.9.5.	Deportes.....	84
2.2.9.6.	Viajes y eventos.....	85
2.2.9.7.	Videojuegos.....	86
2.2.9.8.	Gente y blogs.....	87

2.2.9.9.	Comedia	88
2.2.9.10.	Entretenimiento.....	89
2.2.9.11.	Noticias y política	90
2.2.9.12.	Consejos y estilo.....	91
2.2.9.13.	Educación	92
2.2.9.14.	Ciencia y tecnología	93
2.2.9.15.	ONGs y activismo	94
2.2.10.	Subcategorías de Youtube	95
2.3.	Definición de términos.....	97
3.	Metodología de la investigación	101
3.1.	Enfoque de la investigación	102
3.2.	Variables.....	102
3.2.1.	Operacionalización de las variables	102
3.3.	Hipótesis.....	102
3.3.1.	Hipótesis general.....	102
3.3.2.	Hipótesis específicas	102
3.4.	Tipo de investigación	103
3.5.	Diseño de la investigación.....	103
3.6.	Universo, población y muestra	104
3.6.1.	Universo	104
3.6.2.	Población.....	104
3.6.3.	Muestra.....	104
3.7.	Técnicas e instrumentos de recolección.....	105
4.	Resultados.....	108
4.1.	Análisis de los resultados.....	109
5.	Conclusiones	129
6.	Recomendaciones.....	132
7.	Referencias.....	134
8.	ANEXO.....	138

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Sistema de Educación Superior Universitario	28
Figura 2 Sistema de Educación Superior Técnico	29
Figura 3 Evolución del número de universidades con actividades académicas, por tipo de gestión, 2000-2019	35
Figura 4 Número de universidades con actividades académicas por tipo de gestión, según gran dominio, 2019	36
Figura 5 Primer video en Youtube	61
Figura 6 Top 10 de plataformas de video streaming	63
Figura 7 Youtube Premium.....	65
Figura 8 Descripción general de Youtube.....	66
Figura 9 Tiempo que pasan en redes sociales y plataformas de streaming.....	67
Figura 10 Plataformas sociales más usadas a nivel mundial.....	68
Figura 11 Rango de edades de la audiencia de Youtube	69
Figura 12 Presencia de Youtube según los países.....	70
Figura 13 Top de las palabras más buscadas en Youtube.....	71
Figura 14 Lista de los 10 videos más vistos en Youtube	72
Figura 15 Datos generales de Youtube en Perú	73
Figura 16 Audiencia de Youtube en Perú.....	74
Figura 17 Búsquedas en Youtube en Perú	75
Figura 18 Categorías de un canal según Youtube.....	79
Figura 19 Nerdaily	80
Figura 20 Car Motor.....	81
Figura 21 ShaunTrack.....	82
Figura 22 Christian Theo.....	83
Figura 23 ExpertoAnimal	84

Figura 24 AnthoniMontalvan.....	85
Figura 25 Katy Travels.....	86
Figura 26 Golemcito Games.....	87
Figura 27 Natalia Merino	88
Figura 28 Memes Random.....	89
Figura 29 Drawblogs	90
Figura 30 TVPerú Noticias.....	91
Figura 31 tallermanualperu.....	92
Figura 32 El Robot de Platón	92
Figura 33 Muy Fácil De Hacer.....	94
Figura 34 ONGs y activismo.....	95

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1 Ubicación de las sedes de universidades en el Perú por tipo de gestión, 2019.....	37
Mapa 2 Ubicación de las sedes de universidades en Lima Metropolitana y Callao por tipo de gestión, 2019	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Formación profesional de los youtubers	109
Tabla 2 Tipo de contenido que ofrecen los youtubers.....	110
Tabla 3 Formación profesional de los youtubers relacionada con la temática de su canal	112
Tabla 4 Situación académica de los youtubers universitarios	113
Tabla 5 Youtubers con formación universitaria relacionada con las TIC	115
Tabla 6 Youtubers con formación universitaria relacionada con la temática de su canal	116
Tabla 7 Tipo de contenido que ofrecen los youtubers con formación universitaria	117
Tabla 8 Situación académica de los youtubers técnicos	119
Tabla 9 Youtubers con formación técnica relacionada con las TIC	120
Tabla 10 Youtubers con formación técnica relacionada con la temática de su canal	122
Tabla 11 Tipo de contenido que ofrecen los youtubers con formación técnica.....	123
Tabla 12 Youtubers con formación empírica relacionada con las TIC.....	124
Tabla 13 Youtubers con formación empírica relacionada con la temática de su canal.....	126
Tabla 14 Tipo de contenido que ofrecen los youtubers con formación empírica	127

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Formación profesional de los youtubers	109
Gráfico 2	Tipo de contenido que ofrecen los youtubers	111
Gráfico 3	Formación profesional de los youtubers relacionada con la temática de su canal	112
Gráfico 4	Situación académica de los youtubers universitarios	114
Gráfico 5	Youtubers con formación universitaria relacionada con las TIC.....	115
Gráfico 6	Youtubers con formación universitaria relacionada con la temática de su canal.....	116
Gráfico 7	Tipo de contenido que ofrecen los youtubers con formación universitaria	118
Gráfico 8	Situación académica de los youtubers técnicos	119
Gráfico 9	Youtubers con formación técnica relacionada con las TIC.....	121
Gráfico 10	Youtubers con formación técnica relacionada con la temática de su canal.....	122
Gráfico 11	Tipo de contenido que ofrecen los youtubers con formación técnica	123
Gráfico 12	Youtubers con formación empírica relacionada con las TIC	125
Gráfico 13	Youtubers con formación empírica relacionada con la temática de su canal	126
Gráfico 14	Tipo de contenido que ofrecen los youtubers con formación empírica	127

Introducción

Hoy en día, millones de personas hacen uso de las redes sociales y de las múltiples plataformas que nos ofrece este mundo digital. Cada vez se suman más, van saliendo nuevas plataformas y otras pasan a un segundo plano o directamente se dejan de utilizar, pero siempre están presentes. Pareciera como si todas ellas hubieran existido desde siempre, lo que no es así.

Youtube es una de esas plataformas que tiene millones de suscriptores, pues cuenta con más de 2 mil millones de usuarios activos al mes, algo que no es de extrañar mucho pues tiene presencia en más de 90 países. Pero, así como todas las redes sociales y plataformas que hay en el ciberespacio tuvieron un inicio, fueron creadas en algún momento, lo mismo pasó con Youtube. Esta plataforma se creó en febrero del año 2005 y fueron 3 amigos: Chad Hurley, Jawed Karim y Steve Chen, quienes llevaron a cabo esa idea que tenían en mente, crear un sitio web donde las personas pudieran compartir sus vídeos y es por eso que, hoy en día, podemos disfrutar de esta plataforma de video.

Sin embargo, Youtube pasó de ser una plataforma de entretenimiento a ser considerado un trabajo, una fuente de ingresos para algunas personas. Es por ello, que lo que para muchos youtubers comenzó siendo como un hobby acabó convirtiéndose en su trabajo. Los youtubers tienen tanta presencia actualmente, que consideramos importante conocer cuál es la formación profesional que tienen y qué tipo de contenido están ofreciendo en sus canales. Y es que la sociedad muchas veces considera que los youtubers son personas que no han estudiado nada, que simplemente acabaron su formación básica y se dedicaron a subir contenido en la plataforma. Lo más preocupante aún, es que existen jóvenes que se encuentran en plena etapa de adolescencia, para quienes los youtubers son un ejemplo a seguir y muchas veces toman decisiones en su vida, en función a lo que ven en los canales de estos. Creen que pueden generar grandes ingresos subiendo videos a la plataforma y que no es necesario tener estudios superiores, ya que supuestamente esa es la situación de muchos youtubers, que no estudian nada y ganan mucho. Y en esta investigación se afirmará o se desmentirá esa creencia que existe

acerca de los youtubers. En relación a ello, también consideramos importante conocer qué tipo de contenido ofrecen en sus canales, porque estos en cierto grado influyen en la vida de sus suscriptores. Y lo más importante aún, si existe o no relación entre la formación profesional que tiene el youtuber y el tipo de contenido que ofrece en su canal.

Con esta investigación se busca generar soluciones y aportar un mayor conocimiento acerca del tema. Sería bueno que los youtubers ofrezcan un contenido que guarde relación con su formación profesional, de tenerlo. De esta manera se podría garantizar un contenido de valor, pues tendrían los conocimientos necesarios para hablar acerca de un tema en concreto, debido a que lo habrían estudiado a lo largo de su carrera. Por otro lado, sería interesante que se profesionalicen, es decir, que exista una carrera que les enseñe cómo ser youtubers y que les brinde mayores luces sobre cómo hacer un buen manejo de las redes sociales, los vlogs, qué es el microblogging, cómo deberían animar a su comunidad, la importancia que tiene formarse una buena reputación online, las licencias en la red, los factores en social media, etc.

Capítulo 1: Problema de la investigación

1.1. Descripción de la realidad problemática

En la actualidad existe una amplia pluralidad de medios digitales y la plataforma Youtube se muestra como un medio más que está en constante actualización. Youtube invita a sus usuarios a exponer todo tipo de material que tengan, ya sea de creación propia o no. Este no es el único portal donde la gente puede subir sus videos, pero si el de mayor seguimiento hasta el día de hoy, lo que hace que inmediatamente se convierta en un referente de la cultura digital.

A través de la plataforma Youtube, los usuarios pueden mantenerse al tanto de diversos temas y adquirir información acerca de alguno en particular. Pero Youtube no es visto sólo como una fuente de información. Para una gran parte de la población, la plataforma es un medio virtual de entretenimiento, haciendo que los videos lleguen a ser tendencia en todo el mundo. No es de extrañar entonces, que Youtube sea la segunda página más visitada a nivel mundial.

Youtube cuenta con más de 2 mil millones de usuarios presentes en más de 90 países, es por ello que la plataforma ofrece a sus usuarios poder navegar a través de esta en un total de 80 idiomas diferentes, generando cientos de millones de visitas diarias. Lo que lo hace atractivo para los creadores de contenido, conocidos también como youtubers o influencers, que ven en éste un medio a través del cual obtener importantes ganancias por sus videos. Algunos youtubers no llegan a terminar una carrera universitaria o incluso iniciarla, ya sea porque se les complica hacer ambas cosas a la vez, es decir, estudiar y crear contenido para su canal o porque no lo consideran importante y ven en Youtube un medio para conseguir grandes ganancias de manera rápida. Otros llegan a completar su formación profesional, sacando su título. Pero para ser un youtuber reconocido y obtener importantes ganancias deben subir videos constantemente, el tipo de contenido que comparten es importante, este debe ser innovador, mejorar su calidad y además deben desarrollar una relación con su comunidad, lo que les ayudará a entender el impacto que causan en su audiencia.

En Europa, específicamente en España, de los 10 youtubers con más suscriptores, 5 cuentan con algún tipo de formación profesional y el tipo de contenido que más predomina es el

de entretenimiento. En Francia, a lo largo de la lista de los 20 primeros canales podemos encontrar a los 10 primeros youtubers con más suscriptores. Se puede apreciar que el tipo de contenido que más se visualiza es de comedia y la mitad de ellos cuentan con algún tipo de formación profesional, mientras que la otra mitad no. En Italia, ocurre lo mismo que en Francia, en cuanto a la posición de los youtubers con más suscriptores. El tipo de contenido que más predomina es el de entretenimiento y videojuegos. La mayoría de estos youtubers no cuentan con algún tipo de formación profesional.

En América, específicamente en Colombia, los 10 youtubers con más suscriptores se encuentran recién a partir del noveno puesto, pues los primeros puestos están ocupados por cantantes en su mayoría. 8 de ellos cuentan con algún tipo de formación profesional y el tipo de contenido que predomina es el que pertenece, según Youtube, a la categoría gente y blogs. Por el contrario, en México, podemos ver que los 10 primeros puestos son en su mayoría youtubers, no tanto canales de música o televisión como en algunos casos anteriores. Unos pocos cuentan con algún tipo de formación profesional y el tipo de contenido que predomina, al igual que en Colombia, es el que pertenece a la categoría gente y blogs. Y en Argentina, el contenido que más se consume es el de entretenimiento seguido del de videojuegos. Solo la mitad de ellos cuentan con algún tipo de formación profesional.

Perú no es ajeno a esta nueva realidad y en el afán de no quedarse atrás también cuenta con sus propios youtubers, quienes marcan las últimas tendencias en el mercado nacional. A comparación de los youtubers extranjeros, las ganancias económicas son muy distantes, pero eso no les quita protagonismo en el país y muchos cuentan con una gran aceptación por parte de su público. Según un estudio realizado por Datum en octubre del 2020, dentro de las 5 primeras páginas más visitadas en el Perú, Youtube se encuentra en el puesto n° 1. Y es que con la llegada del COVID-19 y la cuarentena por la que tuvo que pasar nuestro país, así como muchos otros, ha hecho que el tiempo online incremente. Otro estudio realizado por Ipsos, el cual se tituló “Vínculo emocional de los peruanos con Youtube”, mostró que 8 de cada 10 peruanos ingresan a

Youtube todos los días y que además prefieren esta plataforma a cualquier estación de televisión nacional.

Por tanto, es importante analizar el contenido que están ofreciendo los youtubers y también saber cuál es su formación profesional. El estudio de Luis Armando Moreno Latorre, “Los YouTubers como influencias en el proyecto de vida de los jóvenes estudiantes de décimo y décimo primer grado. Caso Sagrada Familia de Nazaret.” refleja que los jóvenes de hoy en día se ven influenciados en cierta manera por el estilo de vida que llevan los youtubers y las recomendaciones que éstos dan. Entonces, si los creadores de contenido tienen tanta influencia en ellos, es importante saber, por un lado, qué tipo de contenido están ofreciendo y, por otro, conocer su formación profesional.

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Problema general

¿Qué relación existe entre la formación profesional y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021?

1.2.2. Problemas específicos

¿Qué relación existe entre la formación universitaria y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021?

¿Qué relación existe entre la formación técnica y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021?

¿Qué relación existe entre la formación empírica y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. *Objetivo general*

Identificar qué relación existe entre la formación profesional y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021

1.3.2. *Objetivos específicos*

Determinar qué relación existe entre la formación universitaria y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021

Determinar qué relación existe entre la formación técnica y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021

Determinar qué relación existe entre la formación empírica y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021

1.4. Justificación e importancia de la investigación

Justificación práctica

El presente trabajo de investigación relaciona la variable “Formación profesional” con la variable “Tipo de contenido”, siendo la primera independiente y la segunda dependiente; es decir, la variable independiente tiene la capacidad para influir, incidir o afectar sobre la segunda variable. Esto se ve reflejado en que la “Formación profesional” influye de cierta manera en el “Tipo de contenido” que ofrecen los youtubers en sus respectivos canales.

El trabajo de investigación está basado en estudios internacionales y nacionales, donde se llegará a conocer las distintas definiciones que tienen las variables y sobre todo la importancia de la formación profesional de los youtubers sobre el contenido que estos ofrecen. También se conocerá si la formación profesional influye de alguna manera en el contenido que estos ofrecen.

Si bien es indudable la existencia de diversas investigaciones donde se hace un estudio sobre la “Formación profesional” así como el “Tipo de contenido” que hay presente en los videos de Youtube, no se ha encontrado donde se empleen ambas variables en una sola investigación. Sin embargo, en esta investigación se enlazan ambas. El propósito de este estudio es acrecentar conocimientos que serán de valor para las futuras generaciones de comunicadores.

Justificación teórica

La presente investigación tiene una importancia relevante porque está enfocado en dar a conocer a las personas cuál es la formación profesional que tienen los youtubers peruanos con más suscriptores y que tipo de contenido es el que están ofreciendo, si este está relacionado o no con la formación que tienen.

Por un lado, es importante conocer cuál es la “Formación Profesional” que tienen los youtubers, porque como se sabe, estos tienen un cierto grado de influencia en sus suscriptores. A veces son un ejemplo a seguir y por causa de ello es que la persona o el suscriptor que lo sigue

considerará que el tener una formación profesional es o no importante. A partir de ello, puede tomar la decisión de continuar con su formación o simplemente empezar a hacer otras cosas. Entonces si influyen en otras personas, es de suma importancia conocer qué imagen están reflejando, qué tipo de mensaje es el que están transmitiendo.

Por otro lado, también es importante conocer qué “Tipo de contenido” es el que están ofreciendo los youtubers y si guarda relación alguna con su formación profesional. Es primordial conocer el tipo de contenido que ofrecen actualmente, porque esto es lo que visualizan día a día muchos usuarios de la plataforma Youtube. Además, esta clase de información puede ser útil en futuras investigaciones porque podrán analizar si están ofreciendo un contenido de valor.

Es por ello que se busca identificar las variables “Formación profesional” y “Tipo de contenido” que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos. Además, esta información podrá aportar a futuros comunicadores que quieran ahondar más en el tema.

Justificación metodológica

La presente investigación se ubica en paradigma positivista de enfoque cuantitativo y de tipo descriptivo correlacional, donde se refleja la identificación del tipo de formación profesional que tienen los youtubers más seguidos del Perú, pudiendo ser ésta de carácter empírico, técnico o universitario, en relación con el contenido que ofrecen, ya sea de entretenimiento, educativo, videojuegos, viajes, etc.

La presente investigación realiza la medición cuantitativa y la utilización de datos estadísticos para su respectivo análisis, con la finalidad de llegar a identificar cuál es la formación profesional y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos.

Capítulo II: Marco teórico

2.1. Antecedentes del problema

2.1.1. Nacionales

Osorio (2020), esta investigación fue realizada en la Universidad de Lima, cuyo título fue “Los “youtubers” como modalidad emergente de producción audiovisual en el Perú”. El autor llegó a la conclusión de que:

1. Aunque en los medios digitales se cumpla la misma serie de etapas para obtener un producto audiovisual, las formas en que estas se completan, difieren del modo en que se ejecutan en los medios tradicionales, especialmente si se considera el tiempo de producción y los recursos utilizados. En los medios tradicionales esta conlleva una inversión de una significativa cantidad de recursos humanos, materiales y financieros; mientras que muchos youtubers requieren una cantidad mínima de recursos para generar sus productos audiovisuales (por ejemplo, solo usan materiales de terceros libres de derechos de autor).
2. Existe cierto consenso en relación a considerar a los youtubers como una modalidad nueva y emergente de producción audiovisual, que desafía las formas, métodos y contenidos de la producción audiovisual tradicional, revelando exigencias de transformación de esta para adaptarse a las condiciones de la nueva era digital.
3. Los youtubers constituyen una forma emergente de encarar la producción audiovisual que es necesario comprender en el contexto de las particularidades culturales y tecnológicas de la era digital que experimenta la humanidad.

Díaz & Ludeña (2019), esta investigación realizada en la UPC con el título de “Efectos de la publicidad emergente en Youtube y la influencia que presenta en la actitud de los Millennials de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana” llegó a la conclusión de que:

1. Mediante el análisis de regresión múltiple, que las actitudes de frustración, la omisión y la indisposición son los efectos que causa la publicidad emergente en los Millennials que tienen un rango de 19 a 34 años.
2. Existe asociación media entre las actitudes de los Millennials con el tipo de publicidad emergente que visualiza en el día a día en Youtube.
3. Existe una asociación entre las características más incómodas de la publicidad emergente.

Rivera & Rosas (2019), esta investigación realizada en la Universidad César Vallejo bajo el título de “Canal de YouTube “Viaja y Prueba” y su influencia en los millennials limeños para la elección de huariques en el Perú, 2019” llegó a la conclusión de que:

1. Existe una gran influencia del canal de YouTube “Viaja y Prueba” en los millennials limeños para la elección de huariques en el Perú, ya que la mayor parte de los entrevistados respondieron que han tomado recomendaciones del canal en cuanto a elección de huariques en sus viajes o momentos de ocio, además de ello lo seguirán tomando en cuenta ya que es un canal verídico según su percepción. Es decir, hoy en día los youtubers de viaje y gastronomía no solo tienen millones de vistas por video, sino que están teniendo más relevancia en cuanto a la influencia para movilizar personas a consumir un producto o servicio y por ende tiene que verse como un medio directo para llegar al público si de canales de marketing se habla.
2. Se identificó que el nivel de calidad de video es de mucha importancia para la influencia en los millennials entrevistados en este estudio ya que es vital que el video tenga alta calidad audiovisual porque hace que el espectador pueda ver el contenido y vivir la experiencia como si estuviera en el lugar, así logra envolver al suscriptor y lo empujará hacia su siguiente visita a un huarique.

3. Se logra identificar que los espectadores ya no solo se dejan llevar por el contenido informativo, sino que también valorarán el trabajo que hay detrás de un video, la edición, que el video sea directo y entretenido cabe mencionar que el público millennial es muy minucioso y analítico, siempre tratará de ver más allá de lo que se le presenta a través de un contenido.

Porta (2019), esta investigación fue realizada en la Universidad de Lima bajo el título de “Formación profesional dual como factor importante para la productividad laboral”. En su investigación concluye que:

1. La mayoría de los estudiantes del sistema de Formación profesional dual son varones en edades de 18 a 25 años.
2. Un alto porcentaje de estudiantes está empleado al momento de la encuesta.
3. Los estudiantes en su mayoría provienen del Senati, institución pública formativa en el sistema dual.
4. Los aprendices refieren un salario que oscila entre los 1,000 y 1,400 Soles antes de culminar su período de prácticas.
5. Los aprendices han desarrollado eficiencia y habilidades profesionales al estar en contacto con la tecnología e innovación.
6. Las empresas concuerdan que el sistema de formación profesional dual promueve la empleabilidad y ha aumentado la productividad de las empresas por el sistema de aprendizaje en tiempo real poniendo en práctica la teoría de la especialidad del aprendiz.

Ayay (2016), esta investigación realizada en la Universidad Nacional de Trujillo, titulada “Relación entre la formación profesional y el desempeño laboral en los docentes de la

Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas” llegó a la conclusión de que:

1. Existe relación significativa entre la formación profesional y el desempeño laboral, en los docentes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, 2014. ($X^2=51.83$; $p\text{-valor}=0.000<0.05$; $r=0.59$).
2. La formación profesional en los docentes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, 2014 es de nivel regular (64%); es decir, solo el 24% presenta un nivel bueno. (IC al 95% = $[15\% \leq \pi \leq 33\%]$).
3. El desempeño laboral en los docentes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, 2014 es de nivel regular (53%); es decir, solo el 26% presenta un nivel bueno. (IC al 95% = $[16.8\% \leq \pi \leq 35.2\%]$).
4. Existe relación significativa entre las dimensiones: filosófica, científica y pedagógica de la variable formación profesional [$(X^2=53.82, p=0.000<0.05, r=0.56)$; $(X^2=55.50, p=0.000<0.05, r=0.60)$; $(X^2=61.42; p=0.000<0.05, r=0.62)$].

Gonzales (2012), en la su tesis titulada “Políticas Estatales de Formación Profesional y Formación Profesional Universitaria” realizada en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, llegó a la conclusión de que:

1. Las Políticas de Estado vinculadas a la formación profesional, están diseñadas en un contexto nacional y mundial, en los aspectos económico, político y social, evidenciadas en acciones que ponen en movimiento a todo el aparato estatal para solucionar los problemas sociales más álgidos, pero al mismo tiempo para promover y apoyar la inversión privada en beneficio del desarrollo del país.

2. Las universidades nacionales, no obstante formar parte del Estado, basadas en su autonomía, llevan a cabo su función ignorando las políticas de Estado en materia de formación profesional. Las universidades privadas, por su parte, cumplen principalmente un papel de agentes económicos y no de organizaciones comprometidas con los problemas nacionales. En ese sentido, tanto las universidades nacionales como privadas se encuentran inmersas en una carrera de competencia por el mercado, habiendo descuidado su rol de investigación de desarrollo del conocimiento y de transferencia tecnológica.
3. Las Políticas de Estado, no están siendo asumidas por las universidades y éstas, a su vez, no han mostrado preocupación por desarrollar políticas de formación profesional ni estrategias para articularse a la sociedad en sus diversos aspectos, descuidando al mismo tiempo el nexo función docente – currículo, reduciéndose la labor de los profesores al dictado de clases, sin mayor compromiso ni participación en los demás aspectos académicos.

2.1.2. Internacionales

Fernández (2019), en esta investigación realizada en España, bajo el título de “Youtube como plataforma de difusión de contenido y soporte publicitario. Análisis de los youtubers más relevantes en el ámbito nacional español”, el autor llegó a las siguientes conclusiones:

1. Los canales de gaming, vlogs y entretenimiento son los grupos más demandados por la audiencia. Del mismo modo, estos creadores corresponden a los canales más consolidados de la muestra.
2. Los milenials, además del público juvenil e infantil, son los individuos que más consumen la plataforma (genera mayor número de visitas). Estos grupos poblacionales corresponden al target market de Google y YouTube.

3. YouTube interviene de manera preferencial sobre la gestión y difusión del contenido compartido en la web con el objetivo de conseguir un mayor beneficio con su negocio.
4. Evidencia de condiciones de control del contenido extremistas. Las medidas benefician a contenidos ilegales y tóxicos para la comunidad. Existe una situación de normalización del contenido por parte de la audiencia y un desconocimiento por parte de las empresas.

Gómez (2018), en esta investigación realizada en Colombia, bajo el título de “El youtuber como influenciador social, desde la perspectiva de la comunicación educativa”, el autor llegó a las siguientes conclusiones:

1. El inició en el escenario Youtuber fue parte de un mecanismo catártico; un video diario que les permitía hablar de sí mismos y de aquellos temas que les llamaba la atención. Es decir, con el único objetivo que establecer una relación virtual con otros usuarios de la red.
2. En un principio el Youtuber no tuvo la intención clara de afectar ni de influir a otros, sin embargo, tanto el ejercicio de observación como las entrevistas demuestran que la situación que “detona” la transformación del proceso de una forma de expresión de tipo individual a un proceso de comunicación horizontal es la interacción que se da entre los usuarios de la red.
3. El seguimiento realizado permite identificar que, aunque existe dentro de la Red escalas de medición y valoración del impacto y alcance de los Youtuber -la cual se valora de acuerdo con el número de seguidores- esto no es un criterio para denominarlos como “influenciadores”.

Losada (2016), esta investigación realizada en España fue titulada “YouTube como aliado de los medios de comunicación tradicionales en España para la difusión de contenido”. La autora llegó a las siguientes conclusiones:

1. La llamada digitalización de los medios ha proporcionado grandes cambios en el mundo de la comunicación y ha introducido nuevos hábitos que afectan tanto a los medios como a los consumidores. Ante esta realidad los medios tradicionales han tenido que hacer un esfuerzo mayor para cubrir las nuevas necesidades de sus usuarios, especialmente aquellas que se llevan a cabo en el ámbito digital, con Internet y las nuevas herramientas tecnológicas como elementos fundamentales para el continuo desarrollo de la profesión periodística.
2. Actualmente el único gran problema para los medios es la publicidad en Internet. Desde la sociedad nos hemos acostumbrado a consumir gratis todo tipo de contenido que se encuentra en la red y ahora se está convirtiendo en una misión imposible cambiar esta situación. Esta postura de rechazo no sólo perjudica al medio y a la calidad informativa que estos puedan ofrecer, sino también a la figura del periodista; que como otra profesión cualquiera también tiene que ver cómo su trabajo es pagado.
3. YouTube es una herramienta necesaria en la actualidad para la difusión de contenido de alta calidad informativa, al margen de su faceta de entretenimiento, por parte de los todos los medios de comunicación.

Barrientos (2016), en esta investigación realizada en España, bajo el título de “El formador de la Educación Superior Técnico Profesional. Un análisis de los factores contextuales y competenciales que afectan su labor”, la autora llegó a las siguientes conclusiones:

1. La desconsideración social de la ESTP reflejada en el contexto social (social-laboral, profesional y cultural) es evidente y reafirma lo postulado en el marco teórico y contextual. Es decir, aún sigue siendo un sistema mermado por la sociedad al competir con la formación tradicional universitaria. Esta situación también se evidencia a nivel de la labor del formador en la educación superior. Conforme a lo que postulan otros estudios (Grollmann, 2008), existe una desestimación a la tarea docente, lo que se traduce en percibir un bajo estatus social, si lo comparáramos con otros roles, por ejemplo, el rol en el área de ingeniería, que tiene una alta valoración social.
2. La privatización de la enseñanza trae consigo una serie de diferencias a nivel del contexto institucional, que se reflejan principalmente en la administración y gestión docente. Estas instituciones dependen directamente del nivel de recursos que tienen. Es así como se infiere que el entorno que provee la institución se correlaciona positiva o negativamente con la labor del formador.
3. Los formadores exhiben su rol a través del nivel de desarrollo y adquisición de las competencias profesionales, lo que está íntimamente relacionado con su grado de autoeficacia.
4. La experiencia, la motivación y el compromiso son clave; y son los factores que determinan en gran parte la fase de su desarrollo como formador.

Palop (2015), en esta investigación realizada en España bajo el título de “La Formación Profesional y su incidencia en el desarrollo local”, el autor llegó a las siguientes conclusiones:

1. La relación directa que existe entre procesos emancipatorios y educativos, siempre y cuando estos últimos estén trabajados en clave de libertad y crecimiento personal, en compañía de la comunidad de referencia del individuo.

2. Permiten fomentar las particularidades productivas del contexto local, lo cual apunta hacia la independencia respecto a procesos desarrollistas impuestos o simplemente importados. Pero, sobre todo, porque el desarrollo local (con sentido de equidad, libertad y respeto por el medio ambiente) permite la potenciación de valores que ayudan a las comunidades a dar sentido a su propio trabajo, a su identidad, en una palabra, a su existencia. Por eso, no se debería confundir al desarrollo local con la presencia de producción atomizada. El primero hace referencia a contextos de coordinación en el territorio: el ejemplo más claro en esta tendencia ha sido el caso de Nabón, con una estructura municipal que avala y coordina los procesos productivos.
3. No existe apenas diálogo y su existencia es sumamente frágil, además de haber elementos muy perniciosos para el desarrollo, como la desconfianza, la precariedad laboral o el subempleo; en este escenario, como ya se ha comentado, se encuentran los entornos de la perimetral y Monte Sinaí de Guayaquil, donde, por cierto, se adolece de coordinación gubernamental, ya que no existe acuerdo sobre qué estancia territorial debería de intervenir en el entorno.

Pastén (2015), esta investigación realizada en Chile fue titulada “Significados sobre la educación técnica, de estudiantes de centros de formación técnica de la región metropolitana”.

La autora llegó a las siguientes conclusiones:

1. Se puede mencionar que éstos han construido diversas significaciones positivas hacia las carreras técnicas que los llevan a elegir este ámbito para profesionalizarse. Resulta importante mencionar como primer aspecto, que la mitad de los entrevistados no ha tenido interés en estudiar una carrera universitaria, ya que para estos estudiantes las carreras técnicas ofrecen una serie de características prácticas, que las vuelven más efectivas y eficientes que las carreras universitarias. Particularidades que refieren al

menor tiempo de estudio, al mayor campo laboral que hoy en día tienen estas carreras, los menores aranceles que facilitan el acceso a ésta, y el menor tiempo que les toma encontrar trabajo.

2. La experiencia de estudiar en una institución técnica, está fuertemente ligada con el ámbito familiar y laboral: los estudiantes entrevistados viven la educación técnica en una relación de sujetos con la educación, con la situación económica familiar y con el trabajo, por lo tanto, cómo les vaya con estos aspectos afectará en cómo les vaya en los estudios.
3. La mayoría de los estudiantes ha construido significaciones positivas en torno a ésta; sin embargo, algunos de ellos debido a las valoraciones sociales que otros actores sociales tienen hacia la misma, tienen una ambivalencia respecto a la valoración sobre este ámbito de la educación.

2.2. Bases teóricas

La educación peruana construyó su Proyecto Educativo Nacional al 2021, fecha de su bicentenario, pero en este mismo año ya actualizó su VISIÓN de educación al 2036, la misma que se debe tener en cuenta antes de ingresar a desarrollar la formación profesional y al respecto se debe decir que esa Visión queda de la siguiente manera:

Todas las personas en el Perú aprendemos, nos desarrollamos y prosperamos a lo largo de nuestras vidas, ejerciendo responsablemente nuestra libertad para construir proyectos personales y colectivos, conviviendo y dialogando intergeneracional e interculturalmente en una sociedad democrática, equitativa, igualitaria e inclusiva, que respeta y valora la diversidad en todas sus expresiones y asegura la sostenibilidad ambiental. (Consejo Nacional de Educación, 2020, pág. 61)

2.2.1. La Formación Profesional

Se conoce como Formación Profesional a ese conjunto de enseñanzas que tienen como objetivo principal capacitar a las personas para que estas puedan desarrollar una actividad profesional. Es por ello que, los estudios dentro de la Formación Profesional están enfocados en que la persona adquiera competencias profesionales que le permita poder ejercer diversos trabajos. Si se va al diccionario de la Real Academia Española, fuente a la que muchos recurren para encontrar la definición de algún término o expresión, se podrá encontrar que el término “formación” lo define como “acción o efecto de formar o formarse”, por tanto, se puede decir que de alguna manera equivale a la acción de “preparar intelectualmente, moralmente o profesionalmente” a un individuo o a un grupo de ellos. Y si se busca el término “profesional”, la RAE ofrece varias definiciones como “perteneciente o relativo a la profesión”, “dicho de una persona: Que ejerce una profesión”, “dicho de una persona: Que ejerce su profesión con capacidad y aplicación relevantes” y por último “hecho por profesionales y no por aficionados”.

Estas definiciones pueden formar una idea de que “profesional” se refiere a “empleo, facultad u oficio que una persona posee y que al ejercerlo tiene derecho a recibir una retribución”.

El MTPE (2000), da a conocer en su Boletín de Economía dos definiciones, una tradicional y otra nueva, acerca de lo que es la Formación Profesional. Explica que normalmente se entiende Formación Profesional como la actividad que capacita a la persona para desarrollar actividades que son exclusivamente manuales y operativas. Sin embargo, hoy en día existe un enfoque distinto cuyo objetivo es atender la demanda laboral y poner mayor énfasis en las competencias.

Según el Consejo de Asturias de la Formación Profesional (2017) la Formación Profesional viene a ser “el conjunto de acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica.” Además, añade que la Formación Profesional:

incluye tanto las enseñanzas propias de la Formación Profesional Inicial que se imparten en el sistema educativo como las acciones de inserción y reinserción laboral de los trabajadores y las orientadas a la formación continua en las empresas que permitan la adquisición y actualización permanente de las competencias profesionales. (Consejo de Asturias de la Formación Profesional, 2017, pág. 19)

Cuando se usa la palabra “formación” junto al adjetivo “profesional”, se hace alusión a un tipo de formación que tiene como objetivo formar a los individuos para que sean capaces de conseguir un empleo. (Casanova, 2003) Como podemos apreciar, esta última definición es hasta ahora una de las más fáciles de comprender pues explica los términos formación profesional, precisando de manera clara el para qué se instruye a un individuo, cuál es el propósito de dicha instrucción y qué es lo que se pretende conseguir.

Urbina (2018), quien hace alusión a Herraiz (2003), indicó que la Formación Profesional “es el sistema de capacitación que ha permitido y permite aplicar estrategias para ajustar los aprendizajes a las necesidades de formación inherentes al desarrollo de la actividad laboral”.

El Foro Educativo & Consorcio Universidades (2001) consideran que “son comunes los estereotipos sobre los “profesionales taxistas” y otros universitarios subempleados”. Esto hace parecer inservible el tener una carrera profesional o más bien busca exhibir que el gozar de una no siempre es sinónimo de éxito. Finalizar una carrera no tiene porqué garantizar que uno como persona, como profesional va a lograr adquirir esa tan ansiada solidez económica que se desea.

Por tanto, es importante destacar lo expresado por el autor:

Actualmente, existe un serio desequilibrio entre la situación del mercado laboral y el volumen de egresados de la educación superior que buscan ubicarse en él, lo que se refleja en los altos índices de desempleo, desajuste en el empleo (trabajos fuera de su especialidad) y bajos recursos. (Foro Educativo & Consorcio Universidades, 2001, pág. 35)

Si se traslada esta realidad alarmante que se vive en estos tiempos a la investigación que se está haciendo, es entonces importante averiguar qué tipo de formación tienen los youtubers y ver si guarda alguna relación con el contenido que ofrecen en sus canales o si, por el contrario, se están dedicando a otra cosa que no sea su rubro.

2.2.1.1. Características de la Formación Profesional

Como ya muchos otros autores han expresado, la formación profesional se encarga de capacitar a las personas para que puedan desempeñar una actividad profesional y también para que

tengan un desarrollo óptimo en una determinada ocupación. En suma, es importante conocer también cuales son las características que la formación profesional presenta. Para el Ministerio de Educación (2010) estas se conforman de la siguiente manera:

1. La Formación Profesional se ha convertido en un elemento fundamental para ordenar y administrar la producción en el trabajo.
2. La Formación Profesional ya no se centra en capacitar para tener un buen desenvolvimiento en un trabajo concreto, más bien está enfocada en ofrecer e impulsar habilidades que puedan emplearse en cualquier situación laboral o cualquier trabajo.
3. La Formación Profesional ya no se considera la fase final y previa al desempeño laboral. Ahora pasa a ser parte de un desarrollo constante de formación durante la vida de la persona.
4. La Formación Profesional es obligación de varios actores (empresas, empleados, maestros, Estado y gobiernos locales) y es vista como un desafío en el que está implicado toda la población.

2.2.1.2. Principios de la Formación Profesional

Carrasco (2002) expone que la Formación Profesional se dirige por un conjunto de principios que son los aquí mencionados:

1. **Principio de dinamicidad:** Hace referencia a los planes y programas de formación profesional que deben estar en constantes cambios.
2. **Principio de sistematicidad:** Hace referencia a la estructura sistematizada que deben tener las carreras profesionales.
3. **Principio de globalización:** Expone que los perfiles profesionales deben ser llamativos, no solo a nivel nacional sino también en cualquier parte del mundo.

4. **Principio de interculturalidad:** Expone que el egresado debe manejar varios idiomas, priorizando los que tienen mayor alcance, para poder desenvolverse en cualquier escenario cultural.
5. **Principio de libertad de crítica:** Expresa que los planes y programas de formación profesional deben estar abiertos a las críticas.
6. **Principio de dualidad:** Considera que la práctica profesional y la investigación académica deben estar vinculadas, porque esto hará que el profesional pueda desenvolverse de manera brillante.
7. **Principio de gestión y creatividad profesional:** Expone que los planes y programas de formación profesional deben formar un profesional con habilidades para saber desarrollar su creatividad, saber gestionar y ser buen emprendedor.
8. **Principio de interdisciplinariedad:** Expresa que es fundamental unir distintas disciplinas, que permita al profesional desarrollarse de manera integral.

2.2.1.3. Objetivos de la Formación Profesional

Según Carrasco (2002) la Formación Profesional tiene un objetivo general y otros específicos, los cuales se procederán a detallar a continuación:

1. **Objetivo general:** La formación profesional tiene como objetivo principal formar y enseñar a los futuros profesionales a que puedan desenvolverse en las distintas áreas del conocimiento humano y de esta manera estar preparado para el mercado tan competitivo que les espera a la hora de buscar un empleo. Además, busca seguir con el crecimiento y progreso de la ciencia y la tecnología.
2. **Objetivos específicos:** Existen varios objetivos específicos, pero a continuación solo se mencionan los más específicos.

E1: Fomentar destrezas cognitivas y la habilidad de tratar información que vaya en consonancia a los tiempos.

E2: Impulsar la evolución de las competencias y aptitudes a la hora de trabajar con métodos y procedimientos que corresponden a cada ocupación.

E3: Instruir los valores éticos esenciales para procurar que los futuros profesionales sepan actuar con responsabilidad moral y beneficien a la humanidad.

E4: Fomentar en los futuros profesionales ideologías pacíficas y democráticas que permitan el desarrollo de una sociedad de manera honesta y equitativa.

E5: Fomentar la capacidad de dirección creativa y empresaria, de tal modo que el futuro profesional aporte con el progreso económico y social.

2.2.1.4. La formación profesional en el sistema educativo peruano

Cuando se habla de formación profesional, esta es la primera distinción que se debe hacer; ¿Es lo mismo una educación técnica que una educación universitaria? La respuesta parece obvia, “NO”.

Una de las principales diferencias que se puede encontrar entre una formación técnica y una formación universitaria es la malla curricular. Mientras los institutos donde se imparte la formación técnica, están enfocados en enseñar cursos que tengan una relación directa con la carrera, las universidades, en varios casos, dedican los 2 primeros años para enseñar cursos generales con la finalidad de preparar a los estudiantes y habituarlos a la práctica reflexiva, proporcionarles instrumentos intelectuales necesarios para que logren obtener una cultura básica que les lleve a consolidar su vocación profesional armonizándolo con sus intereses y aptitudes que logre el desarrollo de las competencias necesarias como el pensamiento lógico y razonado, las capacidades de análisis, abstracción, generalización y asociación, orientado a la solución de problemas. Otra de las diferencias que se puede encontrar es que, en los institutos,

los cursos que se dictan están ligados unos a otros con un propósito común. Por el contrario, en las universidades, los cursos pueden ir de manera independiente, no se encuentran necesariamente relacionados entre sí. Es a partir del segundo año que los cursos ya guardan relación con la carrera. En los institutos, los profesores predominantemente cuentan con experiencia laboral. En cambio, en las universidades, los docentes además de su experiencia laboral también han llevado a cabo investigaciones. Por otro lado, las universidades si están capacitadas para entregar todo tipo de grados y títulos académicos, ya sea grado de bachiller, título de licenciado, título de segunda especialidad, segundo título, grado de magíster y grado de doctor. También pueden dar títulos y diplomas diversos. En cambio, los institutos no otorgan grados, solo pueden entregar título técnico, título profesional técnico y título profesional. Una persona que haya obtenido su título en un instituto puede convalidar sus estudios para acceder a un grado en una universidad, siempre y cuando haya completado sus estudios.

Figura 1

Sistema de Educación Superior Universitario



Fuente: Guía sobre el sistema de educación universitaria – República del Perú. Pág.2

Figura 2*Sistema de Educación Superior Técnico*

Fuente: CNOF MINEDU

2.2.1.5. Dimensiones de la Formación Profesional

La Ley Universitaria N°30220 del año 2014, formula en su Artículo 40 que los estudios generales, los estudios específicos y los de especialidad configuran la formación de pregrado. En su Artículo 41 indica que los estudios generales son obligatorios en todas las carreras, estos están enfocados en brindar la base de toda carrera profesional e ir formando a los futuros profesionales. En su Artículo 42 señala que los estudios específicos y los de especialidad brindan conocimientos que son característicos de la carrera y que por tanto se distinguirá y fortalecerá en función de la especialidad que se elija. (MINEDU, 2014)

Mejía (2011) expone que el currículum está constituido por 5 áreas que son las siguientes: el área instrumental, área de formación general, formación profesional, formación profesional especializada y el área de práctica profesional. Y respecto a ello señala lo siguiente:

- 1. Área de formación básica:** guarda relación con la instrucción de conocimientos elementales como, por ejemplo: Filosofía, Psicología, Matemática, Sociología, etc. Los cuales son fundamentales en cualquier carrera, porque servirán para orientar y encauzar al estudiante hacia el triunfo profesional.
- 2. Área de formación profesional:** comprende asignaturas de carácter científico y tecnológico para aproximar al estudiante respecto a la carrera que haya elegido.
- 3. Área de formación profesional especializada:** se ha visto ejemplos como el de los maestros de Educación Secundaria que necesitan especializarse en cursos como Matemática, Lenguaje, etc.

Por otro lado, Urbina (2018) precisó que en el libro de Planificación y Programación Curricular 2005 se indica que el currículum está formado por las áreas de conocimientos, actividades, prácticas profesionales y consejería. Con relación al área de conocimientos añade dos áreas, las cuales son:

- 1. Formación General:** son las asignaturas que se ofrecen sin importar la carrera que se esté llevando.
- 2. Formación Profesional:** son las asignaturas que sí están vinculadas con la carrera y que a su vez se agrupan en tres partes: Básica, Específicos y de Orientación, se establecen en las asignaturas de especialidad.

Respecto a los elementos internos del currículum, se entiende que el área de formación básica está presente en cualquier carrera, el área de formación específica está vinculada con la carrera que se esté estudiando y la formación profesional de orientación, está relacionada con las asignaturas de especialidad.

2.2.2. La Formación Universitaria

Mundialmente, la oferta y la demanda respecto a la educación superior universitaria ha ido incrementando de manera continua y exponencial. Se ha podido apreciar que en las últimas décadas el número de estudiantes universitarios ha crecido de manera considerable, pasando de 13 millones de universitarios, cifra que había en el año 1960, a 152,8 millones en 2018 (UNESCO, 2019b). De igual modo, América Latina y el Caribe han notado un importante incremento respecto al número de estudiantes matriculados en universidades en los últimos años: pasando de tener 19,9 millones en el 2013 a presentar un incremento de hasta 23,3 millones en el 2019 (UNESCO, 2019b). También es preciso mencionar que en la región ha habido un incremento en el número de universidades, en 1950 contaba con 75 universidades y en 2014 pasó a tener 4081 universidades. Argentina pasó de tener 51 universidades en 1980 a 111 en 2016. Chile contaba con tan sólo 8 universidades en 1980 y para 2019 llegó a un total de 59 universidades. En el caso de Perú, también se percibió un significativo progreso, el país contaba con 36 universidades en 1980 y para el 2019 pasó a tener 139 universidades en total (SUNEDU, 2019)

El incremento del número de universidades en el Perú se debe a múltiples factores. Por un lado, está el aumento de la tasa de culminación de los estudios secundarios, lo cual ha hecho necesario crear más universidades para que estas personas puedan acceder a estudios superiores. En el 2001, aproximadamente el 48% de jóvenes entre 17 y 19 años terminaba la secundaria, cifra que aumentó para el 2018 llegando al 78,6% (MINEDU, 2018). Por otro lado, la reducción de la pobreza ha supuesto un factor adicional favorable al incremento de universidades, puesto que más personas podían acceder a ella. Así como la reducción de la pobreza, el incremento económico y la migración hacia las ciudades también han jugado un papel importante en este proceso.

A finales de los años noventa, el Perú pasó por unos cambios normativos que motivaron la inversión privada en la educación universitaria. A causa de ello, la oferta de la educación

privada se diversifica de manera considerable. Sin embargo, existía en el Perú la problemática de que la educación no estaba bien regulada y los estándares de calidad educativa eran bajos. Por ello, en el 2012 se promulgó la ley de moratoria (Ley 29971), ley que prohibía la creación de nuevas universidades durante un periodo de 5 años y en el 2018 entró en vigencia esta nueva ley de moratoria¹. Esta ley fijó un plazo de dos años (hasta abril del 2019), que prohibía la creación tanto de nuevas universidades como de sus filiales.

Es verdad que durante las últimas décadas un mayor número de jóvenes puede acceder a estudios superiores, pero también es verdad que aún existen desigualdades económicas que dificultan el acceso y la permanencia en una universidad de calidad. Los elementos que influyen en cuanto al acceso a una casa de estudios superiores son: la vulnerabilidad económica, los estudios y la actividad laboral que tienen los progenitores, las características etnográficas y el género. Se ha podido percibir que en las familias donde hay presencia de menores de 5 años, así como mayores de 65, los jóvenes tienen mayores dificultades para acceder a una universidad.

2.2.2.1. Definición de universidad

La universidad es una institución académica donde se centra la investigación científica y la educación superior. Pues bien, en este apartado no nos centraremos en la evolución del término, sino que se citará dos referentes importantes que definen la palabra.

Según la Real Academia Española, la cual brinda varias definiciones respecto al universidad, considera las siguientes acepciones:

¹ <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-establece-la-moratoria-para-la-creacion-de-universid-ley-n-30759-1640847-1/>

1. Institución de enseñanza superior que comprende diversas facultades, y que confiere los grados académicos correspondientes. Según las épocas y países puede comprender colegios, institutos, departamentos, centros de investigación, escuelas profesionales, etc.
2. Edificio o conjunto de edificios destinado a las cátedras y oficinas de una universidad.
3. Conjunto de personas que forman una corporación.
4. Conjunto de las cosas creadas.
5. Universalidad (ll cualidad de universal).
6. Instituto público de enseñanza donde se hacían los estudios mayores de ciencias y letras, y con autoridad para la colación de grados en las facultades correspondientes.
7. Conjunto de poblaciones o de barrios que estaban unidos por intereses comunes, bajo una misma representación jurídica. (RAE, 2019)

Según el artículo 2 de la Ley Universitaria N° 30220, establece que una universidad es:

Una comunidad académica orientada a la investigación y a la docencia, que brinda una formación humanista, científica y tecnológica con una clara conciencia de nuestro país como realidad multicultural. Adopta el concepto de educación como derecho fundamental y servicio público esencial. Está integrada por docentes, estudiantes y graduados. Participan en ella los representantes de los promotores, de acuerdo a ley.

Las universidades son públicas o privadas. Las primeras son personas jurídicas de derecho público y las segundas son personas jurídicas de derecho privado.” (MINEDU, 2014, pág. 6)

2.2.2.2. La oferta de educación superior universitaria

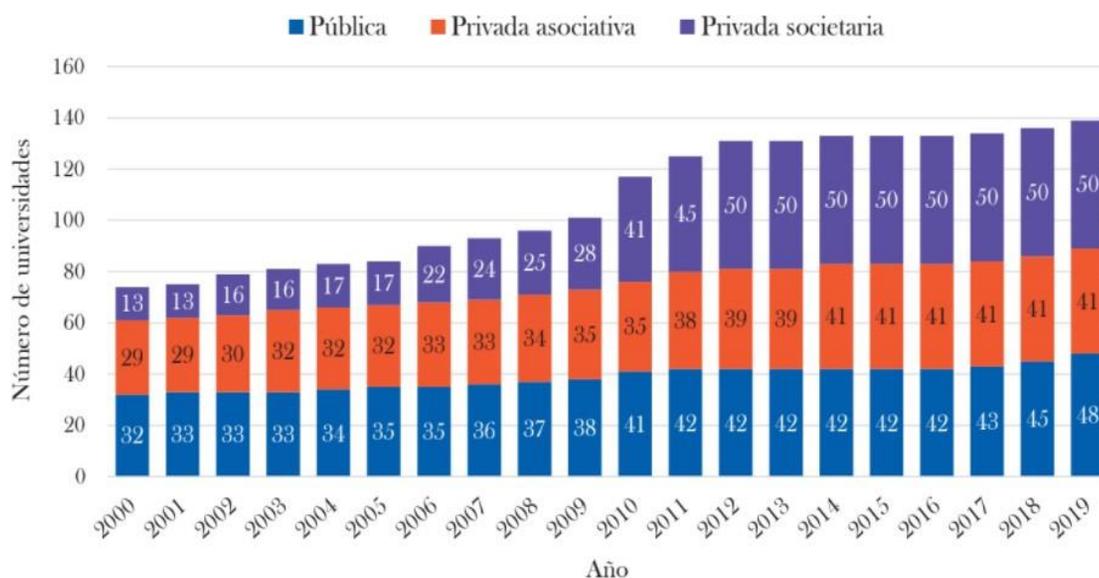
2.2.2.2.1. Las universidades del Perú en cifras

En el año 2000 el Perú contaba con 74 universidades. Para el año 2019, se ha visto que este número ha incrementado a 139 universidades en total, de las cuales 48 son nacionales y 91 son privadas. También se pudo constatar que dentro de las universidades privadas se diferencian según el tipo de gestión: 50 son de gestión societaria y 41 de gestión asociativa. Y es dentro de este rango que también se pudo apreciar que hubo un incremento. Entre los años 2008 y 2012, las universidades según el tipo de gestión pasaron de ser 59 a 89, en las que 25 de ellas son universidades societarias y las otras 5 son universidades asociativas. Pero, así como crecieron las universidades privadas también lo hicieron las universidades nacionales, que durante el periodo de 2007 a 2011, pasaron de ser 36 universidades públicas a ser 42 en total. (SUNEDU, 2020, pág. 27)

En el año 2014, año en el que se promulgó la nueva ley universitaria, empezaron a funcionar 2 universidades privadas de gestión asociativa y 6 universidades nacionales más, todas ellas creadas antes de que se promulgara la ley de moratoria. (SUNEDU, 2020, pág. 27)

Figura 3

Evolución del número de universidades con actividades académicas, por tipo de gestión, 2000-2019

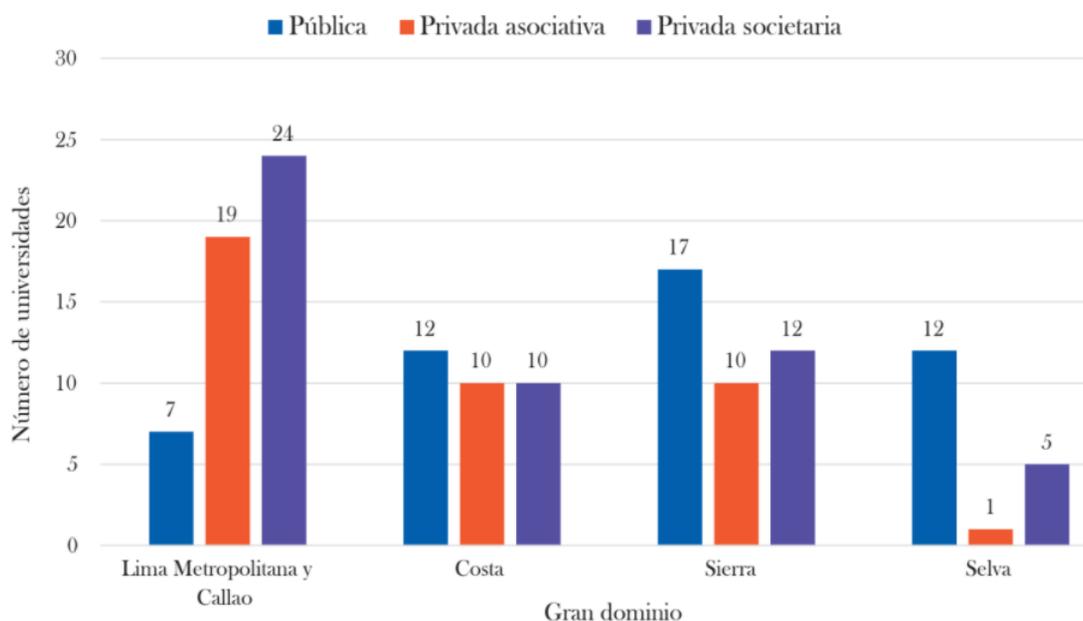


Fuente: II INFORME BIENAL SOBRE LA REALIDAD UNIVERSITARIA EN EL PERÚ, 2020, pág 27.

La mayoría de estas universidades se encuentran en Lima Metropolitana y Callao, sumando un total de 50 universidades, mientras que en la sierra hay 39 universidades, en la costa 32 y finalmente en la selva existen 18 universidades. Se puede ver claramente que la capital abarca el mayor número de universidades, de las cuales 43 son privadas. En cuanto a la sierra, 22 de sus universidades son también privadas al igual que 20 en la costa y 6 en la selva. Otro dato interesante es que la sierra abarca el mayor número de universidades nacionales, teniendo en total unas 17, en la costa se pueden encontrar 12 universidades públicas, en la selva otras 12, y finalmente en Lima y Callao 7 son nacionales. En cuanto a las universidades privadas son más las societarias que las asociativas, ya sea en Lima y Callao, en la sierra y en la selva.

Figura 4

Número de universidades con actividades académicas por tipo de gestión, según gran dominio, 2019

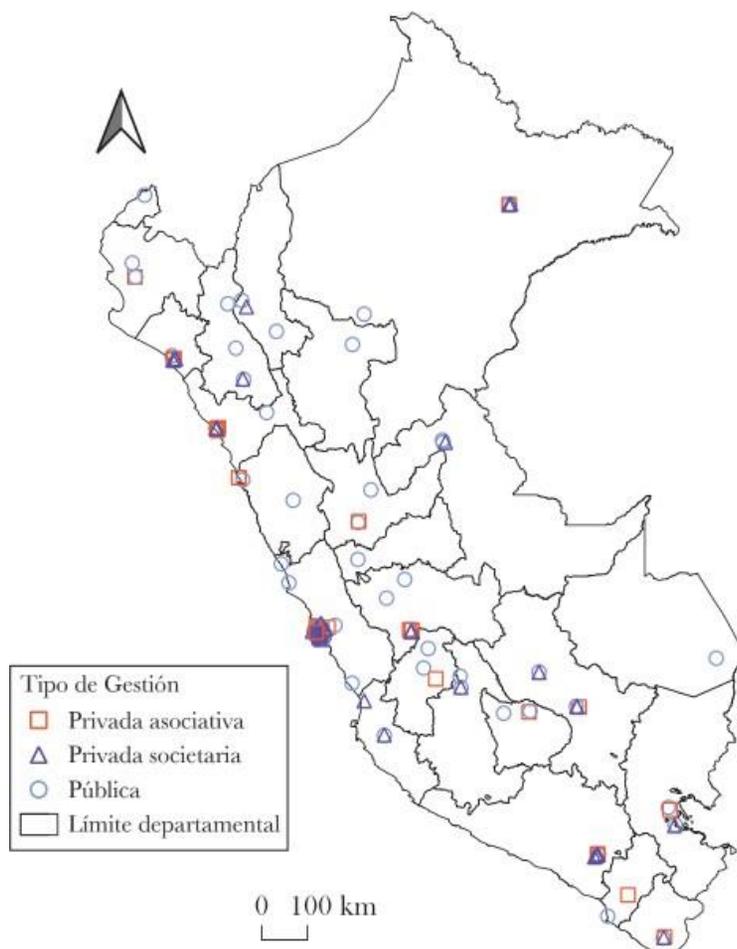


Fuente: II INFORME BIENAL SOBRE LA REALIDAD UNIVERSITARIA EN EL PERÚ, 2020, pág 28.

En el Mapa 1 se evidencia que las universidades privadas se concentran más en las grandes ciudades de la costa y de la sierra, donde hay más de 250.000 habitantes. En cambio, las universidades públicas tienen mayor presencia en ciudades intermedias de la costa, de la sierra y ciudades principales de la selva, donde hay entre 100.000 y 250.000 habitantes.

Mapa 1

Ubicación de las sedes de universidades en el Perú por tipo de gestión, 2019

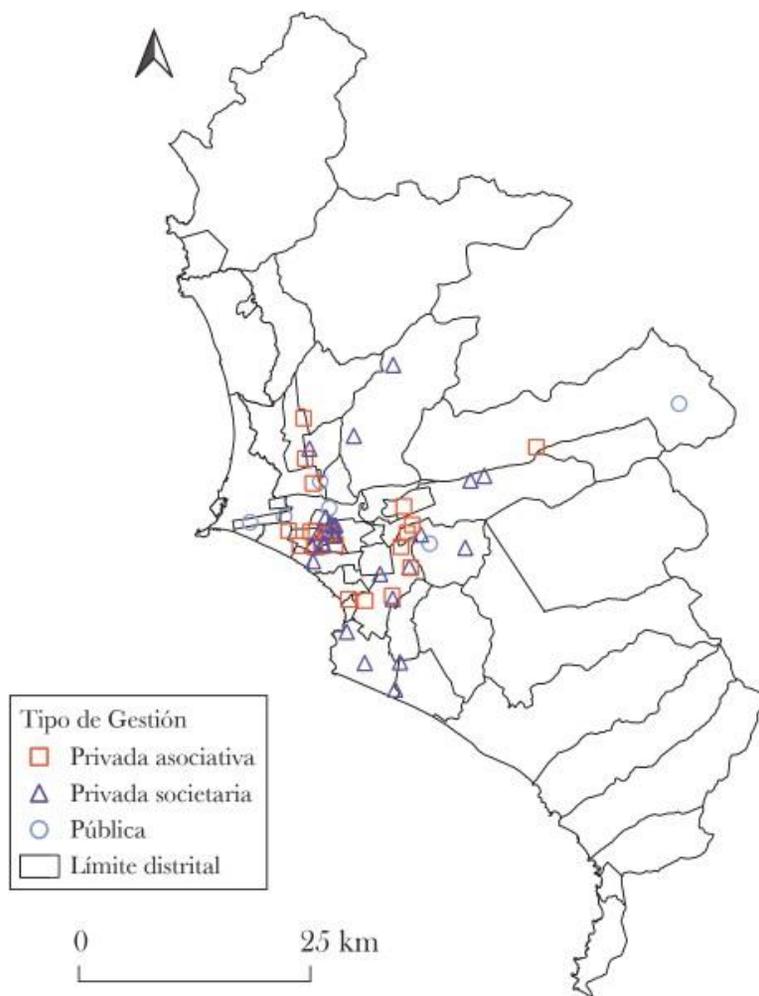


Fuente: II INFORME BIENAL SOBRE LA REALIDAD UNIVERSITARIA EN EL PERÚ, 2020, pág 29.

En el Mapa 2 se puede visualizar que las universidades nacionales se encuentran en las zonas céntricas de Lima Metropolitana. En cambio, las universidades privadas presentan mayor concentración en los distritos más jóvenes.

Mapa 2

Ubicación de las sedes de universidades en Lima Metropolitana y Callao por tipo de gestión, 2019



Fuente: II INFORME BIENAL SOBRE LA REALIDAD UNIVERSITARIA EN EL PERÚ, 2020, pág 30.

La mayoría de las universidades que hay a nivel nacional se han formado sobre la base de la creación de locales. Pero, se puede ver que la creación de estas normalmente se lleva a cabo en zonas urbanas. En cambio, en las zonas rurales del país se evidencia la escasez en cuanto a la presencia de estas. Según el mapa 2, en los distritos donde hay entre un 60% y 79% de población rural, la presencia de universidades es elevada y en los distritos donde hay un 80% o más de

población rural, la presencia de universidades es muy elevada. En el Perú, las universidades que hay en algunos de estos distritos también están presentes en 8 departamentos, entre los que destaca Cajamarca, Cusco y Junín.

Por ello, de las 774 universidades junto a sus filiales que hay en Perú, 18 de ellas se encuentran en distritos donde el nivel de presencia de habitantes rurales es alta o muy alta, es decir, apenas el 2,3%. En cuanto a nivel nacional, se han reportado 6 filiales situadas en zonas donde la presencia de habitantes rurales es muy alta, es decir, instituciones universitarias de carácter público situadas en Puno y Junín.

2.2.2.3. Licenciamiento de universidades

El 9 de julio de 2014, a través de una nueva legislación de carácter universitario, Ley 30220, se creó la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria conocida como Sunedu. Esta entidad se creó con la función de garantizar el cumplimiento de las condiciones básicas de calidad que debe tener toda universidad para poder obtener el licenciamiento. Entre otras funciones también está la de inspeccionar la formación superior universitaria, la verificación de que se hace un uso correcto de los medios que dispone la universidad para fines educativos y la coordinación de información acerca del servicio universitario.

Que las universidades tengan que pasar por una evaluación para que se les pueda otorgar el licenciamiento institucional ha sido algo que ha beneficiado mucho a la enseñanza peruana y ha provocado cambios importantes en ella. El licenciamiento de las universidades empezó en el 2016, con el objetivo de asegurar que se cumplieran las condiciones básicas de calidad que toda universidad debe ofrecer a sus estudiantes, eso sí, respetando el modelo de licenciamiento²

² Las ocho condiciones básicas de calidad son las siguientes: 1. existencia de objetivos académicos y planes de estudios coherentes, 2. oferta educativa a crearse compatible con los fines propuestos en los instrumentos de

establecido por la Sunedu en el 2015. Durante este proceso se llevaron a cabo evaluaciones en las instituciones universitarias para garantizar que se cumpliera con los requerimientos esenciales, algunos de ellos referidos a la calidad educativa, infraestructura, seguridad y salubridad.

Hubo universidades a las que se les otorgó el licenciamiento y por tanto, tienen permiso de continuar con el funcionamiento de sus actividades de carácter universitario, siempre y cuando sea solo en los locales establecidos y en dichos programas. En el caso de las universidades a las que se les negó el licenciamiento, pueden continuar con sus actividades pero solo por el plazo de dos años, periodo en el que sus estudiantes deben terminar sus carreras o solicitar un traslado de universidad. Además, tienen prohibido realizar exámenes de admisión.

Desde que comenzó este procedimiento de licenciamiento, ya son 325 locales en total los que han entrado en un proceso para finalizar poco a poco sus funciones en todo el país. Esto se debe a diversos motivos, uno de ellos que a lo largo de la evaluación decidieron abandonar el proceso o porque se les negó el licenciamiento. De ellos, 121 locales se encuentran en la sierra, 91 en la costa, 71 en Lima Metropolitana y Callao, finalmente 42 locales se ubican en la selva. Se percibe que gran parte de los locales pertenecen a universidades de gestión societarias (204 locales), universidades nacionales (77 locales) y universidades asociativas (44 locales).

planeamiento, 3. infraestructura y equipamiento adecuado al cumplimiento de sus funciones (aulas, bibliotecas, laboratorios, entre otros), 4. líneas de investigación a ser desarrolladas, 5. disponibilidad de plana docente calificada con no menos de un 25% de docentes a tiempo completo, 6. provisión de servicios educacionales complementarios básicos (servicio médico, social, psicopedagógico, deportivo, entre otros), 7. existencia de mecanismos de mediación e inserción laboral (bolsa de trabajo u otros) y 8. transparencia de la universidad en el manejo de su información.

Hasta la fecha (04/01/2021), la Sunedu le dio el licenciamiento a 92 universidades de pregrado y a 2 Escuelas de Posgrado.³

2.2.2.4. Los principios en la educación superior universitaria

La Ley Universitaria N° 30220 establece en el artículo 4 que, toda institución de carácter universitario se debe regir bajo los siguientes principios:

1. Búsqueda y difusión de la verdad.
2. Calidad académica.
3. Autonomía.
4. Libertad de cátedra.
5. Espíritu crítico y de investigación.
6. Democracia institucional.
7. Meritocracia.
8. Pluralismo, tolerancia, diálogo intercultural e inclusión.
9. Pertinencia y compromiso con el desarrollo del país.
10. Afirmación de la vida y dignidad humana.
11. Mejoramiento continuo de la calidad académica.
12. Creatividad e innovación.
13. Internacionalización.
14. El interés superior del estudiante. (MINEDU, 2014)

³ Lista de universidades licenciadas. <https://www.sunedu.gob.pe/lista-de-universidades-licenciadas/>

2.2.2.5. Los fines de la educación superior universitaria

En el artículo 6 de la Ley Universitaria N° 30220 se establecen cuáles son los fines de la educación superior universitaria:

1. Preservar, acrecentar y transmitir de modo permanente la herencia científica, tecnológica, cultural y artística de la humanidad.
2. Formar profesionales de alta calidad de manera integral y con pleno sentido de responsabilidad social de acuerdo a las necesidades del país.
3. Proyectar a la comunidad sus acciones y servicios para promover su cambio y desarrollo.
4. Colaborar de modo eficaz en la afirmación de la democracia, el estado de derecho y la inclusión social.
5. Realizar y promover la investigación científica, tecnológica y humanística la creación intelectual y artística.
6. Difundir el conocimiento universal en beneficio de la humanidad.
7. Afirmar y transmitir las diversas identidades culturales del país.
8. Promover el desarrollo humano y sostenible en el ámbito local, regional, nacional y mundial.
9. Servir a la comunidad y al desarrollo integral.
10. Formar personas libres en una sociedad libre. (MINEDU, 2014)

2.2.2.6. Funciones de la educación superior universitaria

MINEDU (2014) Ya en el artículo 7 de la Ley Universitaria N° 30220, se especifican cuáles son las funciones que tiene una universidad y que por tanto debe cumplir. Y son las siguientes:

1. Investigación.
2. Extensión cultural y proyección social.

3. Educación continua.
4. Contribuir al desarrollo humano.
5. Las demás que le señala la Constitución Política del Perú, la ley, su estatuto y normas conexas.

2.2.3. La Formación Técnica

La educación técnica por naturaleza y finalidad ejerce una incidencia predominante en los índices de productividad de los países. Este tipo de educación busca directamente desarrollar y fortalecer las competencias, capacidades, habilidades y actitudes determinadas en la fuerza laboral con eficacia y pertinencia además de estar alineadas con las demandas de las empresas y los sectores productivos.

La educación superior tecnológica forma personas en los campos de la ciencia, la tecnología y las artes, para contribuir con su desarrollo individual, social inclusivo y su adecuado desenvolvimiento en el entorno laboral nacional y global. Esto contribuye al desarrollo del país y a la sostenibilidad de su crecimiento a través del incremento de la productividad y competitividad. (MINEDU, 2021) Sin embargo, esto es sólo posible cuando el sector constituye con claridad los lineamientos generales que organizan y encaminan la gestión educativa en los institutos de educación superior, garantizando la preparación e implementación de programas de estudio adecuados y de calidad para el desarrollo completo de los estudiantes.

Cabe mencionar que el Proyecto Educativo Nacional al 2021 constituye como Política N° 25.1. “Mejorar la Formación de los Institutos de Educación Superior Tecnológicos y técnico profesional” (MINEDU & Consejo Nacional de Educación, 2007); es decir, el Ministerio de Educación bajo la Dirección General Técnico Productiva y superior tecnológica y artística, vio la importancia de acreditar los Lineamientos Académicos Generales (LAG) para los Institutos de Educación Superior y las Escuelas de Educación Superior Tecnológica. Todo ello con el propósito de organizar y guiar la gestión educativa que proporcione instrumentos de gestión

para la elaboración e implementación de programas de estudios pertinentes y de calidad enfocados en desarrollar en sus estudiantes una formación completa.

2.2.3.1. La Formación Técnica en el Perú

En el 2015, el Banco de Desarrollo de América Latina realizó un estudio sobre Educación técnica y formación profesional en Perú, analizó la población y el mercado laboral, y sobre ello dijo lo siguiente:

De los 22,3 millones de personas en edad de trabajar, 16,3 millones estaban económicamente activos en 2013 (Consejo Nacional de la Competitividad del Perú), lo que representa una participación del 73,2% en el mercado laboral; la tasa de empleo era del 70,3%. De 15,7 millones de personas empleadas, 10,8 millones (69,1%) habían completado la educación básica o secundaria, y 4,8 millones (30,9%) habían alcanzado algún grado de educación posterior a la secundaria. El 34,5% del empleo (5,4 millones de personas) corresponde a trabajadores independientes. Del total de trabajadores independientes, el 82% no tiene entrenamiento técnico ni se graduó de un instituto superior y sus ingresos están por debajo de la remuneración mínima vital (RMV) (PEN 626). La proporción de trabajadores informales es del 57,4% en el sector privado, la mayoría de los cuales pueden considerarse subempleados. (Banco de Desarrollo de América Latina, 2015, pág. 18)

Otro aspecto importante a considerar en este análisis es la realidad salarial de esta población. El estudio antes citado menciona que el promedio de sueldo es de \$ 1374 pero para el caso de las personas con estudios o grados no universitario, ese promedio es mucho menor y para quienes solo tienen educación básica su promedio baja a \$874. (Banco de Desarrollo de América Latina, 2015)

En la actualidad, la formación técnica en el Perú se rige por Catálogo Nacional de la Oferta Formativa dado por el Ministerio de Educación como:

un instrumento que ordena los programas de estudios que podrán ser ofertados por Centros de Educación Técnico-Productiva (CETPRO), Instituto de Educación Superior (IES), Institutos de Educación Superior Tecnológica (IEST) y Escuelas de Educación Superior Tecnológica (EEST). Dichos programas se encuentran alineados a las demandas actuales y futuras del mercado laboral. (MINEDU, 2021)

MINEDU (2021) El CNOF organiza todas las carreras técnicas en el sistema educativo peruano, ordenándolas en función de los referentes productivos, a saber:

1. Agricultura pesca y minería
2. Informática, telecomunicaciones y comunicaciones
3. Administración, finanzas, comercio y transportes
4. Industria manufacturera
5. Construcción
6. Energía, agua y saneamiento
7. Industria eléctrica y metal mecánica
8. Turismo y recreación
9. Servicios profesionales diversos

Los institutos tecnológicos también emprendieron todo un avance en capacitación del talento humano, tanto en el sector público como privado, con mayor y mejores resultados que los institutos privados, sobre todo Carreras Profesionales en Ingeniería y Tecnología.

Se diseñaron políticas nacionales de mejoramiento de la calidad en la formación técnica para proveer este servicio, que responda a las necesidades de desarrollo de las regiones y del país, y extender su alcance. Se establecieron numerosos referentes y consideraciones para ampliar la cobertura y elevar el nivel intelectual de la educación en tecnología industrial, considerando las demandas de la nación, mejorando la educación en ciencia y tecnología, reduciendo el desfase entre la educación terciaria y la educación tecnológica industrial, y aumentando la productividad en los sectores priorizados para atender a estas demandas de profesionales técnicos del país como por ejemplo: la industria minera, industria textil, industria agrícola, la industria del turismo, industria gastronómica.

2.2.3.2. Definición de Institutos de Educación Superior

Según la Ley de Institutos N° 30512, establece en su artículo 5 que los Institutos de Educación Superior son:

instituciones educativas de la segunda etapa del sistema educativo nacional, con énfasis en una formación aplicada.

Los IES brindan formación de carácter técnico, debidamente fundamentada en la naturaleza de un saber que garantiza la integración del conocimiento teórico e instrumental a fin de lograr las competencias requeridas por los sectores productivos para la inserción laboral. Brindan, además, estudios de especialización de perfeccionamiento profesional en áreas específicas y otros programas de formación continua, y otorgan los respectivos certificados. (MINEDU, 2016)

Los IES otorgan el grado de bachiller técnico y los títulos de técnico y de profesional técnico a nombre de la Nación. Asimismo, pueden brindar a nombre de la Nación los certificados de estudios técnicos y de auxiliar técnico. (MINEDU, 2016)

2.2.3.3. Pilares de la educación tecnológica

El órgano rector del sector ha establecido para la educación técnica cuatro pilares fundamentales que son:

- 1. Aprendizajes:** Demanda articulada con oferta a través del Marco de Cualificaciones y con lineamientos de currículo, que garantizan mayor autonomía.
- 2. Infraestructura:** Normas técnicas de infraestructura para garantizar condiciones básicas; y alianzas con el sector privado para articular las instituciones educativas y las empresas.
- 3. Revaloración:** Carrera para el docente público y un sistema de contratación atractivo para los profesionales y técnicos especializados. Un plan flexible y moderno de capacitación, actualización y especialización vinculado con el sector privado.
- 4. Gestión:** Procesos de gestión eficientes e informatizados, con oferta pertinente y de calidad. El Ministerio de Educación y las DRE cumplen con compromisos que favorecen la calidad del servicio educativo. (MINEDU, 2021)

2.2.3.4. Fines de la Educación Superior Técnica

En el artículo 3 de la Ley de Institutos N° 30512, se especifican cuáles son los fines que tiene un instituto superior:

1. Formar a personas en los campos de la ciencia, la tecnología y la docencia, para contribuir con su desarrollo individual, social inclusivo y su adecuado desenvolvimiento en el entorno laboral regional, nacional y global.
2. Contribuir al desarrollo del país y a la sostenibilidad de su crecimiento a través del incremento del nivel educativo, la productividad y la competitividad.
3. Brindar una oferta formativa de calidad que cuente con las condiciones necesarias para responder a los requerimientos de los sectores productivos y educativos.
4. Promover el emprendimiento, la innovación, la investigación aplicada, la educación permanente y el equilibrio entre la oferta formativa y la demanda laboral. (MINEDU, 2016)

2.2.3.5. Principios de la Educación Superior Técnica

El artículo 7 de la Ley de Institutos N° 30512, hace mención de los principios en los que está sustentado todo instituto de educación superior y son los siguientes:

- 1. Calidad educativa.** Capacidad de la Educación Superior para adecuarse a las demandas del entorno y, a la vez, trabajar en una previsión de necesidades futuras, tomando en cuenta el entorno laboral, social, cultural y personal de los beneficiarios de manera inclusiva, asequible y accesible. Valora los resultados que alcanza la institución con el aprendizaje de los estudiantes y en el reconocimiento de estos por parte de su medio social, laboral y cultural.
- 2. Pertinencia.** Relaciona la oferta educativa con la demanda del sector productivo y educativo, las necesidades de desarrollo local y regional, y las necesidades de servicios a nivel local, regional, nacional e internacional.
- 3. Flexibilidad.** Permite el tránsito entre los diversos niveles de calificación en el mundo educativo y del trabajo, así como la permeabilidad con los cambios del entorno social.

- 4. Inclusión social.** Permite que todas las personas, sin discriminación, ejerzan sus derechos, aprovechen sus habilidades, potencien sus identidades y tomen ventaja de las oportunidades que les ofrezca su medio, accediendo a servicios públicos de calidad, de manera que los factores culturales, económicos, sociales, étnicos y geográficos se constituyan en facilitadores para el acceso a la educación superior.
- 5. Transparencia.** La Educación Superior requiere sistemas de información y comunicación accesibles, transparentes, ágiles y actualizados que faciliten la toma de decisión en las distintas instancias y que permitan el desarrollo de actividades de manera informada y orientada a los procesos de mejora continua, tanto a nivel institucional como a nivel de la oferta.
- 6. Equidad.** Busca que el servicio educativo alcance a todas las personas, evitando situaciones de discriminación y desigualdad por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole. Asimismo, promueve las políticas de reconocimiento positivo de la diversidad cultural, para ello garantizan los ajustes razonables que permitan el acceso y permanencia de poblaciones en vulnerabilidad o discapacidad.
- 7. Mérito.** Busca el reconocimiento de los logros mediante mecanismos transparentes que permitan el desarrollo personal y profesional.
- 8. Interculturalidad.** Asume como riqueza la diversidad cultural, étnica y lingüística del país, y encuentra en el reconocimiento y respeto a las diferencias, así como en el mutuo conocimiento y actitud de aprendizaje, sustento para la convivencia armónica y el intercambio entre las diversas culturas del mundo. (MINEDU, 2016)

2.2.4. La formación empírica

En la formación y desarrollo de las personas se ha podido ver casos de individuos que son muy hábiles, muy competentes, expertos en realizar ciertas cosas o labores y todo ello sin

tener algún tipo de formación académica. En estos casos es cuando se puede decir que la persona tiene una formación empírica.

¿Pero qué se entiende por empírico? La RAE (2019) da varias definiciones respecto a este término: 1. “Pertenciente o relativo a la experiencia”, 2. “Fundado en la experiencia”, 3. “Que procede de manera empírica” y 4. “Partidario del empirismo”. Entonces se podría decir que cuando se habla de formación empírica se hace referencia a los conocimientos que se han ido adquiriendo con el tiempo y la experiencia. Se conoce como empirismo a ese tipo de ideología, la cual sostiene que los conocimientos que posee una persona son fruto de la experiencia adquirida a lo largo de su vida y de la cual ha aprendido.

Por tanto, el conocimiento empírico es aquel que se consigue a través del uso de los sentidos que tiene el ser humano, de la observación y de la experimentación. Un ejemplo de ello serían los científicos, quienes para llegar a un resultado observan y toman nota de sus experimentos o de la propia naturaleza, gracias a estos procesos es que se adquiere un conocimiento empírico. Este tipo de conocimiento no es exclusivo de los científicos, pues cualquier persona puede adquirirlo a lo largo de su vida.

En el caso de los youtubers, muchos de ellos tienen una formación empírica porque no necesariamente han ido a una universidad o han estudiado concretamente la carrera de Ciencias de la Comunicación para adquirir conocimientos por ejemplo sobre cómo grabar, cómo editar, cómo tener una mejor iluminación en sus videos, cómo mejorar la calidad del audio, etc. Todo ello lo han ido aprendiendo y mejorando con el tiempo, con sus fallos y aciertos. En ocasiones, se han servido de otros videos para aprender aquello que necesitaban en ese momento. Los youtubers son un claro ejemplo de lo que es la formación empírica.

En el mundo empresarial también se ve mucho de esto, en él existe lo que es el conocimiento empírico y el conocimiento científico, en el primero, probablemente para algunos, se tiene mayor éxito que en el segundo. Se ha visto como personas que no poseen formación profesional alguna o incluso no han ido a una universidad, han sido capaces de crear empresas

reconocidas mundialmente. Por el contrario, poco se escucha que algún egresado de una universidad prestigiosa haya creado una compañía importante. Parece que en el mundo empresarial el conocimiento empírico es más importante que el conocimiento científico.

Actualmente, los grandes empresarios no salen de las universidades, se forman gracias al producto de su conocimiento y experiencia respecto a los negocios. La experiencia es lo que les ha ido enseñando qué es lo que deben hacer, cómo lo deben hacer y qué es lo que deben evitar.

2.2.4.1. Características del conocimiento empírico

1. ***Se adquiere a partir de la experiencia:*** La experiencia es algo fundamental en este tipo de conocimiento porque es lo que ayuda a obtenerlo. Es decir, a través de la práctica y la realización constante de determinadas acciones (cotidianidad) hará que uno vaya ganando experiencia y por consiguiente se irá adquiriendo mayor conocimiento empírico.

Un ejemplo de ello sería aprender a montar bicicleta, solo con la práctica es que uno aprende a manejar mejor la bicicleta, e incluso hay personas que aprenden a hacer trucos con ella.

2. ***Es subjetivo:*** Se considera que el conocimiento empírico es subjetivo porque depende de cada persona y depende de cada situación. Este se ve influenciado por el entorno o la sociedad en la que vive una persona, e incluso depende de sus necesidades cotidianas.

Un ejemplo de ello sería la manera en cómo cada persona aprende a preparar los alimentos, pues esto depende de la sociedad en la que se mueva la persona o de la cultura que tenga.

3. ***Puede ser accidental:*** En muchas de las situaciones, el conocimiento empírico se adquiere de forma accidentada.

Un ejemplo de ello sería el caso del científico Alexander Fleming, quien descubrió la penicilina, un antibiótico que ha ayudado a salvar muchas vidas. Esto ocurrió después de notar cómo el hongo *Penicillium notatum* no permitía que la bacteria *Staphylococcus aureus* se desarrollara. Es así como a partir de esta observación realiza un estudio de ello y logra crear la penicilina.

Otro ejemplo sería el propio ser humano al descubrir el fuego, hecho que permitió que las personas evolucionen a lo largo del tiempo.

2.2.4.2. Tipos de conocimiento empírico

1. ***Conocimiento empírico mediante la observación:*** A través de la observación, toda persona puede hacer un estudio acerca de los fenómenos o acontecimientos que se producen en la vida ya que los perciben de manera real, es decir, tal y como ocurren en la realidad. En toda investigación, la observación es un paso básico que debe llevarse a cabo.

Un ejemplo sería cuando un investigador hace uso del microscopio, es a través del sentido de la vista, o sea, de la observación que adquiere un conocimiento y este se catalogaría como conocimiento empírico.

Otro ejemplo, un poco más cotidiano, se da en los niños. Cuando aprenden a dibujar lo hacen a través de la observación, es decir, tratan de copiar lo más parecido posible lo que sus ojos ven.

2. Conocimiento empírico mediante la experimentación: Este tipo de conocimiento se adquiere a partir de la propia experiencia que tiene el ser humano al realizar determinadas acciones o al pasar por ciertas situaciones.

Es común encontrarse con este tipo de conocimiento en los laboratorios, donde el investigador prueba a unir distintas sustancias y ver qué es lo que pasa cuando se produce esta unión, si se aprecia un cambio en el color de la sustancia, un cambio en la textura, etc.

Los chefs son esas personas que adquieren este tipo de conocimiento precisamente a través de la experimentación, pues están combinando constantemente diversos ingredientes para obtener distintos sabores.

3. Conocimiento empírico mediante la repetición: Este tipo de conocimiento es muy común en las personas, pues van adquiriendo nueva información gracias al proceso de repetición y muchas veces la persona no es consciente de ello.

Un ejemplo sería cuando los niños empiezan a hablar, escuchan las palabras en reiteradas ocasiones e imitan esos sonidos que los adultos producen, hasta que logran grabarlas. Es así, como consiguen comunicarse con las personas adultas.

Cuando una persona aprende a manejar bicicleta, también lo hace a través de la repetición. En este caso, repite los movimientos que debe realizar para manejar una bicicleta.

2.2.4.3. Ventajas y desventajas del conocimiento empírico

1. Ventajas:

- Es inmediato.
- Es fundamental.

2. Desventajas:

- Puede ser inexacto.
- No abre espacio a la discusión.

2.2.5. La educación superior y el mundo laboral

Llegados a este punto es conveniente preguntarse ¿Es útil tener algún tipo de formación profesional? Pues según el economista de la Universidad de Princeton, Bryan Caplan, en su libro *The Case Against Education-Why the Education System Is a Waste of Time and Money* (2018) expuso que la formación profesional es solo un referente, puesto que un título universitario no brinda a la persona mayores conocimientos y, por tanto, no siempre es beneficioso o rentable en un trabajo:

La educación señala un paquete de fortalezas socialmente deseables. Las personas en la parte superior de su clase suelen tener la trífeca: inteligencia, concienzudo y conformista. Los estudiantes humildes envían una señal más débil pero aún lucrativa: son lo suficientemente inteligentes, concienzudos y conformistas para obtener un título. Esto no significa que estén por encima del promedio en los tres. Sin embargo, mientras consigas graduarte, probablemente seas fuerte en al menos uno y tristemente deficiente en ninguno. (Caplan, 2018, pág. 29) (Wiener, 2018)

Según Caplan (2018), estar en posesión de un título universitario hace que mandes un mensaje a tu futuro jefe indicando que estás dispuesto a acatar las órdenes que él te dé para llegar a una meta. Entonces, si cualquier persona puede obtener un título universitario, para el autor de este libro, las cosas se complicarían. Para entender esto, el autor se ayuda de un ejemplo: Si uno va a un concierto donde todos están sentados y se para, uno va a ver mejor, pero si todos se paran, nadie va a poder ver. Lo mismo pasa con los títulos universitarios: si uno lo hace, destaca y consigue un mejor trabajo, si todos lo hacen, no tiene ningún efecto. He aquí unas preguntas muy importantes que deberíamos hacernos, ¿Podría ser esta la principal razón por la que, habiendo tantos profesionales, en vez de mejorar la tasa de empleo se está viendo que es más bien la tasa de subempleo la que está incrementando? ¿Es conveniente entonces invertir en educación?

Para responder a estas preguntas se debería hacer un estudio sobre los retornos económicos de la formación profesional y ésta no es la finalidad de la presenta investigación. Yamada (2007), es un experto en estos temas y ha realizado investigaciones acerca de ello. En “Retornos a la educación superior en el mercado laboral: ¿vale la pena el esfuerzo? (2007)”, él se cuestionó si hoy en día es realmente importante tener una formación profesional y si esta impacta de manera positiva en el salario que todo egresado espera tener al finalizar la carrera y entrar al mundo laboral peruano. Gustavo Yamada se respondió a sí mismo llegando a la conclusión de que todo depende del tipo de formación profesional que haya recibido el estudiante. Su respuesta refleja la importancia que tiene que una universidad te ofrezca una enseñanza de calidad. Manifestó que, “el ingreso adicional que una persona recibe una vez insertada en el mercado laboral, por cada año o nivel adicional de educación que invirtió en su juventud” (Yamada, 2007, pág. 16) responde al estándar de calidad de una universidad.

También hace mención a que, “en las últimas décadas, el número de profesionales que ingresa cada año al mercado laboral peruano se ha multiplicado 65 veces”. (Yamada, 2007, pág.

15) Esto quiere decir que cada año hay más personas que acceden a algún tipo de formación profesional y finalizan sus estudios, sin embargo,

la lectura pesimista de esta tendencia es que, lamentablemente, muchos de estos graduados habrían terminado por frustrarse laboralmente, ya que las oportunidades de trabajo profesional en el Perú no habrían podido crecer a un ritmo de 10% anual en las últimas cuatro décadas. (Yamada, 2007, pág. 15)

El autor llegó a la conclusión en su estudio de que “se aprecia un retorno numéricamente muy superior para la educación privada, a pesar de su calidad heterogénea”. (Yamada, 2007, págs. 68 - 69) De esta manera deja muy claro que,

los retornos a la educación están correlacionados positivamente con variables no observables de los individuos, tales como el talento innato, los antecedentes familiares, la calidad de la educación y las redes sociales, que hacen que los retornos más altos se ubiquen en las partes más altas de la distribución de ingresos luego de controlar por todas las condiciones socioeconómicas observables en los datos. (Yamada, 2007, pág. 69)

Finalmente, Gustavo Yamada considera que es importante que se asuma como prioridad política la reforma de la educación superior técnica, puesto que esta no está produciendo suficiente rentabilidad, ni la educación pública ni la educación privada. El autor cree que miles de egresados de carreras técnicas “están siendo virtualmente “estafados” por cientos de institutos tecnológicos que ofrecen especializaciones “de moda”, pero sin mayor retribución efectiva en el mercado laboral”. (Yamada, 2007, pág. 75)

Podemos decir entonces que si un estudiante que acaba su formación profesional, ya sea en una universidad o en un instituto, no está laborando en un empleo afín a su carrera, este

trabajo no cumple con las condiciones que vaya acorde a los 5 ó 3 años de tiempo que dedicó a formarse profesionalmente y dicho empleo no le proporciona una suficiente remuneración para poder justificar de alguna manera la inversión que tuvo que realizar, estamos entonces ante una situación en el que la universidad o el instituto donde se formó el profesional no ha sido de buena calidad. Cuando la remuneración no justifica el gasto que se realizó para culminar los estudios, se conoce como subempleo. Los estudios reflejan que, en Perú, el 45% de los egresados se encuentra en situación de subempleo. Esto quiere decir que 1 de cada 2 egresados está actualmente desempleado. Es por ello que, en muchas ocasiones podemos ver situaciones extremas, en las que un ingeniero o abogado termina realizando carreras en taxis, algo que obviamente es muy distinto para lo que se formó.

2.2.6. Youtube

2.2.6.1. Creación de la plataforma Youtube

La plataforma Youtube fue creada por 3 amigos, Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, en febrero del año 2005, en la ciudad de California que se encuentra en Estados Unidos. Estos amigos se conocieron mientras trabajaban para la empresa de Paypal. Se sabe de ellos que Chen y Karim eran ingenieros, y Chad un diseñador. Según Hurley y Chen, la idea de crear Youtube surgió después de que se presentaran dificultades para compartir videos que habían sido grabados mientras se encontraban en una fiesta en San Francisco. Sin embargo, toda esta historia se trataría de una versión muy simple, la cual según Chen reconoció que pudo haber sido fomentada por el apuro de mostrar al mercado una historia que no fuera complicada. Luego tenemos la versión de Karim, quien alega que esta fiesta nunca se produjo y que la idea de compartir video fue originalmente suya. Pero sus amigos siguen diciendo que esta fiesta si se produjo y desmienten a Karim, pues indicaron que lo que de verdad quería hacer él era crear un sitio web de citas, donde los usuarios se mostrarían a través de videos y estos serían calificados. El equipo de Youtube adquirió el dominio de la plataforma www.youtube.com un 14 de febrero del

2005 a las 9:13 de la noche. Sin embargo, no fue posible subir videos hasta abril de ese mismo año. Al crear la plataforma Youtube le pusieron como eslogan Broadcast Yourself (transmite tú mismo).

Youtube es conocido como un sitio web donde las personas pueden subir videos que son visualizados por los millones de usuarios que tiene la plataforma. Además, las personas pueden conseguir información acerca de diversos temas y si les gusta el contenido que se les ofrece pueden llegar a compartir esos videos, haciendo que de esta manera tenga un mayor alcance y por tanto una mayor cantidad de visualizaciones. El hecho de que los usuarios puedan compartir videos hace que la plataforma termine siendo una red social virtual en la que los usuarios no solo pueden crear contenido, sino que también pueden interactuar con este. Es lo que ocurre con otras redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter. Se ha podido apreciar que durante estos últimos años Youtube ha experimentado un crecimiento notable, convirtiéndolo en el segundo servicio de internet, después de Google, que más usuarios tiene. A lo que Karim terminó reconociendo que estaba influenciado de cierta manera por una página web en concreto, la que era conocida como HotorNot.com. En esta página web, las personas subían sus fotos y estas eran calificadas por otros usuarios.

Para el otoño del año 2006, es decir, un año después de su creación, Youtube pasó a formar parte de Google, empresa que compró la plataforma por más de mil seiscientos millones de dólares.

2.2.6.2. Pero ¿qué es Youtube?

Queda claro que Youtube forma parte de las redes sociales porque a través de él las personas pueden interactuar. Por ello, a continuación, conoceremos algunas definiciones dadas por expertos en el tema.

Según Fonseca (2014), podría determinarse a las redes sociales como un proceso de desarrollo en el que el ser humano cambia su manera tradicional de comunicarse y esto se refleja en el progreso de los nuevos canales y las nuevas herramientas que van surgiendo, las cuales están basadas en la creación, conocimiento colectivo y confianza generalizada.

Desde otro punto de vista, Ponce (2016) considera que las redes sociales generan un cambio en el estilo de vida que llevan las personas, transforman las prácticas habituales que ellos tienen, fomentan la creación y difusión de un nuevo léxico. Todo ello se va desarrollando a un paso tan apresurado que a veces provoca cierta confusión y también ignorancia respecto a la usabilidad y los derechos en torno a su actividad. Como resultado a estos nuevos estilos de vida que van surgiendo, las empresas se ven en la obligación de adecuarse a cada una de las redes sociales para así interactuar con los distintos públicos que se encuentran en Internet.

Actualmente, Youtube es una plataforma totalmente gratuita que brinda la posibilidad a sus usuarios de poder guardar, administrar y divulgar videos a través de la creación de una cuenta. Si es preciso mencionar, que hay una versión de pago que afecta al tema de la publicidad, pues como se ve en todos los videos siempre hay cortes ocasionados por videos publicitarios que da la plataforma. Mientras la persona está visualizando un video sobre un tema en particular o tal vez escuchando música, no falta ese anuncio que interrumpe el desarrollo normal del video. Es por ello que Youtube creó una versión de pago para aquellas personas que desean eliminar los videos y que para algunos resulta muy molesto. Por lo general, la finalidad de su público es visualizar videos, subir contenido propio o no, descargar algún que otro video que le pareció interesante o le agradó, pero también usan esta plataforma como una herramienta que les sirve para aprender acerca de varios temas.

2.2.7. Evolución de Youtube

Actualmente a las redes sociales se las considera como herramientas que sirven para la comunicación, que favorecen al proceso comunicativo entre los individuos y que se vienen desarrollando en las páginas web. Por tanto, las redes sociales en las que la persona puede crear un perfil ya sea personal o profesional, todas ellas tienen como finalidad que los usuarios permanezcan conectados entre ellos y que esto se desarrolle de manera continua. Esta unión se consigue mediante grupos, categorías, etc. que vayan acorde a los gustos o intereses de la persona.

Desde que se creó la plataforma Youtube en el año 2005, se ha podido ver cómo a lo largo del tiempo esta ha ido experimentando cambios que lo que han buscado es innovar su servicio y de esta manera ofrecer a sus usuarios una propuesta de valor que sea atractiva. Esta plataforma ha sido capaz de unir a toda una comunidad para que se sientan libres de poder compartir todo aquello que deseen.

Prieto (2012) mencionó en su investigación que, en el 2006, Youtube fue considerada como el invento del año por parte de la famosa revista Time, esto debido al gran impacto que generó en su comunidad, sobre todo teniendo en cuenta que solo tenía un año en funcionamiento desde su creación en el 2005. A su vez menciona que hubo 2 factores, los cuales fueron claves para su gran éxito. Uno de ellos fue el aspecto tecnológico, pues éste brindaba una nueva velocidad de conexión de red. El otro factor que resultó importante fue que la plataforma ofrecía un formato nuevo en cuanto a la calidad de los videos, que hizo que los usuarios experimentaran una nueva forma de navegar y la cual resultó muy agradable. En el gráfico 5 se puede visualizar cómo era el diseño que presentaba en ese entonces Youtube, año 2005, y quién fue el protagonista del primer video que se subió a la plataforma.

Figura 5

Primer video en Youtube

The screenshot shows the YouTube interface for the video "Me at the zoo". The video player shows a young man in a red and black jacket standing in front of an elephant enclosure. The video has 4813 ratings and 727328 views. The right sidebar shows the user profile for "jawed", who uploaded the video on April 23, 2005. Below the profile, there are related videos such as "Oldest Youtube Video" and "My Numa Numa video!".

<<http://www.youtube.com/watch?v=Jnqxac9IVRw>>

Fuente: YouTube como paradigma del vídeo y la televisión en la web 2.0, 2012.

El video se subió bajo el nombre de “Me at the Zoo” (Yo en el zoológico) un 23 de abril. El protagonista de dicho video fue Jawed Karim, uno de los co-fundadores de la plataforma. En este video se captura la visita que se encontraba realizando al Zoológico de San Diego y tiene una duración de 19 segundos. Fue el primer video que se compartió en la plataforma de Youtube, un video simple y muy casero. El video es tan famoso que cuenta con su propia página de Wikipedia, además, marcó el inicio de la era Youtube. Desde ese momento cambió el rumbo de la historia respecto al entretenimiento y se empezó a consumir videos en internet.

Según Prieto (2012), un factor importante que favoreció el éxito de la plataforma Youtube fue que la producción de los videos no implicaba la necesidad de gastar mucho dinero.

Además, el fácil acceso a un dispositivo que permitiera grabar hizo que muchas personas se animaran a compartir sus videos, los cuales eran sobre temas diversos.

Años después, Youtube experimentó un nuevo crecimiento con la adquisición de un ecosistema de publicidad. Los primeros anuncios se mostraron en agosto del año 2007. Diversas empresas, grandes y pequeñas, querían invertir en este nuevo sistema de publicidad que le ofrecía la plataforma principalmente por dos razones. Una de las razones fue que la creación de contenidos era creativo y muy interactivo para el usuario. La otra razón fue que el costo que implicaba invertir en este nuevo sistema de publicidad era inferior respecto a lo que se tenía que invertir en medios de comunicación tradicionales.

Cabe mencionar que, en el año 2006, la empresa Google compró la plataforma de Youtube por un precio de 1.650 millones de dólares. Pese a ello, Google y Youtube siempre han trabajado de manera independiente. Es gracias a esta compra que la plataforma pudo hacerse más conocida y acabó convirtiéndose en una especie de gran televisión para el mundo entero. (Prieto, 2012, pág. 37)

El año 2010 fue un año importante para todas las plataformas de videos, entre las que se encontraba Youtube, porque éstas habían logrado crecer un 13% respecto al año anterior. En el siguiente gráfico se puede observar cuáles fueron las plataformas de video streaming que lideraron el ranking a finales del 2009. (Prieto, 2012)

Figura 6

Top 10 de plataformas de video streaming

Top Online Brands ranked by Video Streams for December 2009 (U.S.)

Rank	Video Brand	Total Streams (000)	Unique Viewers (000)
1	YouTube	6,427,623	105,592
2	Hulu	634,880	13,638
3	Yahoo!	243,846	27,533
4	Turner Sports and Entertainment Digital Network	142,349	5,758
5	MSN/WindowsLive/Bing	141,235	13,540
6	Fox Interactive Media	125,397	10,914
7	Megavideo	111,004	3,389
8	Blinkx	108,445	615
9	Nickelodeon Kids and Family Network	107,150	5,688
10	ESPN Digital Network	101,856	8,470

Fuente: The Nielsen Company

Fuente: YouTube como paradigma del vídeo y la televisión en la web 2.0, 2012.

En ese año, Youtube ocupaba el primer puesto en el ranking de las 10 mejores plataformas de video streaming. Prieto (2012) indica que esto se debió a que la plataforma realizó cambios en el diseño de la página web, ofreciendo un tamaño de pantalla más grande, con una columna en la que aparecían muchos más videos con contenido relacionado al que el usuario estaba visualizando, la búsqueda integrada y una mayor oferta de publicidad, así como de nuevos formatos, algo que era primordial para varias empresas que buscaban invertir en sitios donde no les demandara un presupuesto demasiado alto.

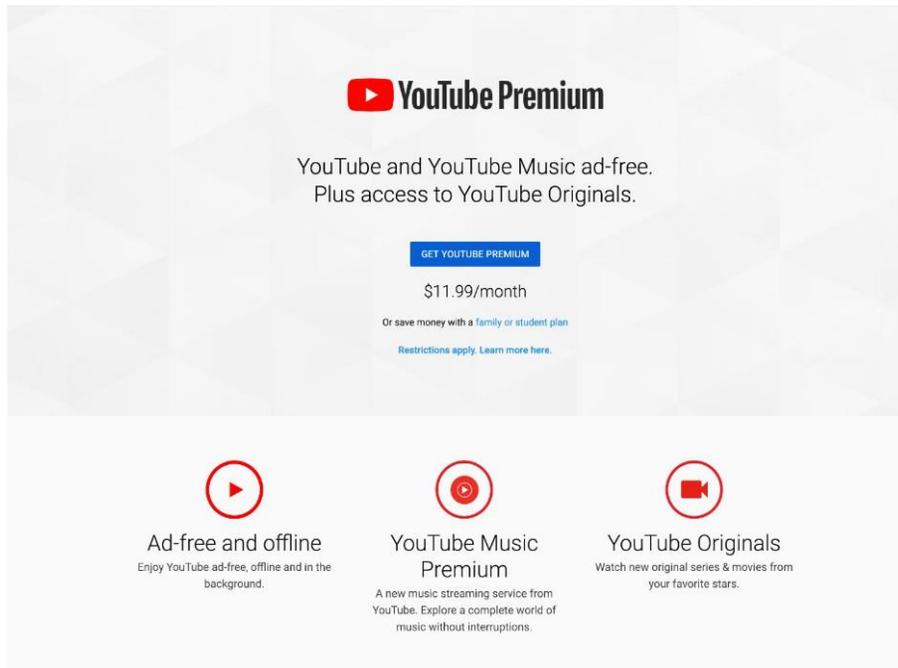
Por otro lado, Pérez (2013) considera que a partir de la adquisición de la plataforma Youtube por parte de Google, esta pudo experimentar un incremento notable en cuanto a la reproducción de sus videos, teniendo en ese entonces por cada minuto un total de 24 horas de video. Hoy en día, la misma página de Youtube informa que ofrece 500 horas de vídeos nuevos, es decir nuevo contenido subido, por cada minuto. Además, en su página revela los siguientes datos:

1. La plataforma reúne más de mil millones de usuarios, equivalente a casi un tercio del total de usuarios que hacen uso de internet.
2. Capta mayor público, de entre 18 y 34 años, que cualquier otro canal de TV por cable en Estados Unidos.
3. Diariamente la plataforma presenta más de mil millones de horas de reproducción de videos.
4. Youtube posee en más de 90 países versiones locales y además está presente en un total de 76 idiomas.
5. Es la plataforma donde las personas consumen una mayor cantidad de videos respecto a otras diariamente.
6. Se calcula que cada una de ellas pasa más de una hora diaria consumiendo videos en Youtube y eso solo en los dispositivos móviles.
7. Se estima que los canales de la plataforma que presentan un ingreso anual superior a los 100.000 dólares han incrementado en más de un 50% interanual.

En mayo de 2018, la plataforma dio a conocer a su público una versión llamada Youtube Premium, la cual da la posibilidad a sus usuarios de poder continuar viendo videos sin que sean interrumpidos por anuncios publicitarios. Además de ello, brinda acceso a contenido descartable, así como a Youtube Originals, formato que guarda cierta relación con plataformas como Netflix o Amazon Prime, ya que ofrece películas y series que han sido producidas por la misma plataforma de Youtube. Los usuarios también tendrán acceso a Youtube Music, los videos se seguirán reproduciendo así estén usando otras aplicaciones y podrán descargarlos para poder visualizarlos cuando no tengan acceso a una red de internet o estén fuera de cobertura.

Figura 7

Youtube Premium



Fuente: Estadísticas y Datos Impresionantes del YouTube (El Segundo Sitio Más Visitado)

<https://kinsta.com/es/blog/estadisticas-youtube/>

2.2.7.1. Youtube en el mundo

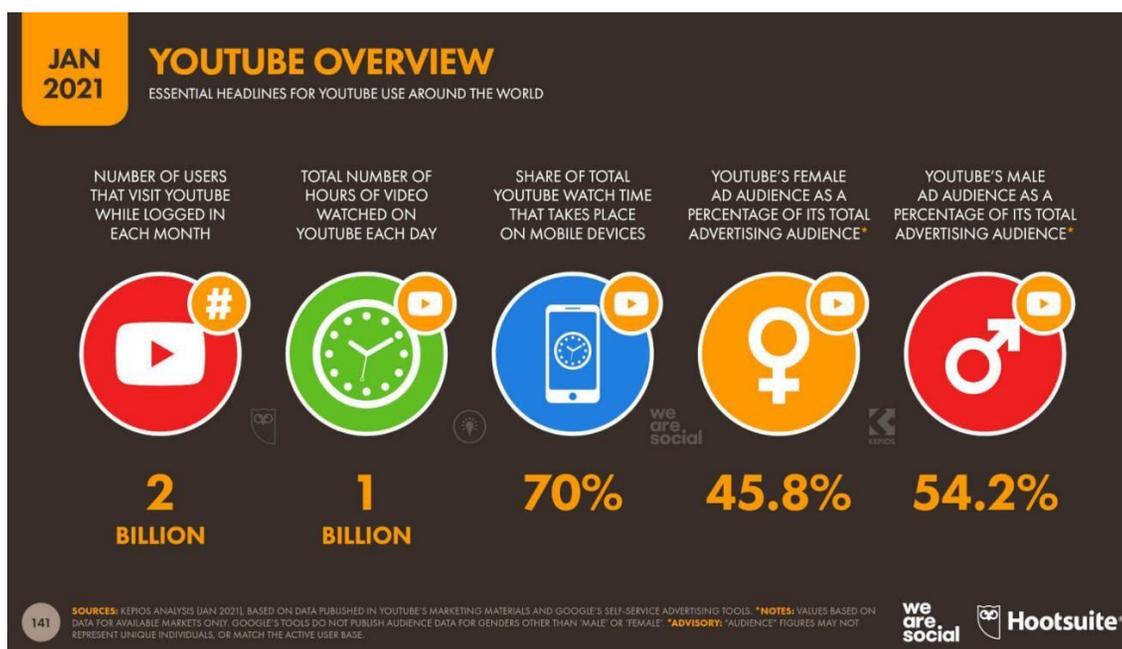
Youtube, es esa plataforma que tuvo un gran impacto en la población y revolucionó la manera en cómo actualmente se consumen contenidos multimedia. En la actualidad, las personas tienen mayor capacidad para saber elegir qué es lo que desean ver y cuándo hacerlo. Youtube no es una plataforma que tiene presencia en un solo país o en pocos, actualmente tiene un alcance de 91 países, lo que lo convierte en un fenómeno mundial y popular.

Toda red social es creada con el propósito de que se haga popular y masiva. Y Youtube es una de esas redes sociales que cumplió su propósito. Sin embargo, no en todos los países presenta las mismas cifras. En el siguiente cuadro podremos apreciar algunos datos interesantes acerca de Youtube.

A nivel mundial, 2 billones de usuarios visitan la página de Youtube cada mes y cada día permanecen 1 billón de horas consumiendo videos en la plataforma. El 70% del tiempo que dedican a ver videos lo hacen desde sus móviles. Se puede ver que entre sus usuarios predomina la presencia de los hombres frente a las mujeres que acceden a Youtube, pues el 54,2% de estos son hombres frente a los 45,8% de mujeres.

Figura 8

Descripción general de Youtube



Fuente: We are social, Hootsuite (2021). <https://yiminshum.com/youtube-2021-digital/>

Youtube sigue siendo la plataforma número 1 en la que los usuarios pasan más horas respecto a otras. En el siguiente cuadro podemos ver que se sitúa por encima de otras plataformas de video streaming e incluso de famosas redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter y TikTok. Cada usuario de Youtube permanece en la plataforma un total 23,2 horas al mes, cifra

que supera a las 19,5 horas al mes de Facebook, 19,4 horas al mes de WhatsApp, 13,3 horas al mes de TikTok, 10,3 horas al mes de Instagram y 5,6 horas al mes de Twitter.

Figura 9

Tiempo que pasan en redes sociales y plataformas de streaming

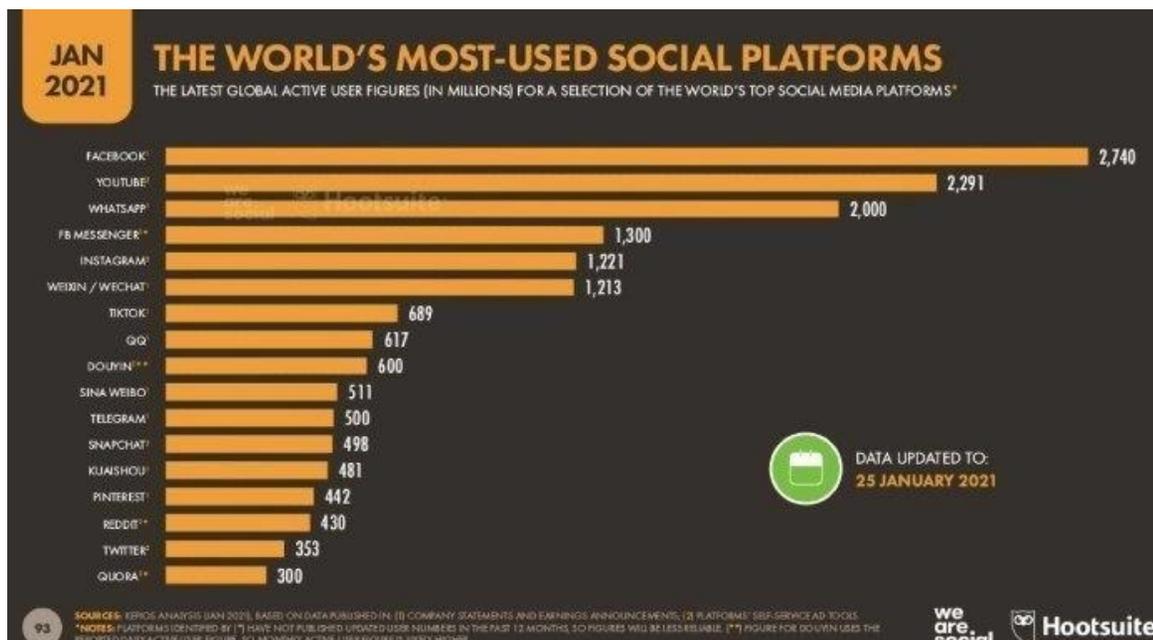


Fuente: We are social, Hootsuite (2021). <https://yiminshum.com/youtube-2021-digital/>

Sin embargo, a pesar de estas cifras, Youtube no logra superar a Facebook, ya que esta última tiene más usuarios activos en todo el mundo, presentando la cifra de 2.740 millones de usuarios frente a los 2.291 millones de usuarios que tiene Youtube. Youtube continúa ocupando el segundo puesto desde hace varios años.

Figura 10

Plataformas sociales más usadas a nivel mundial

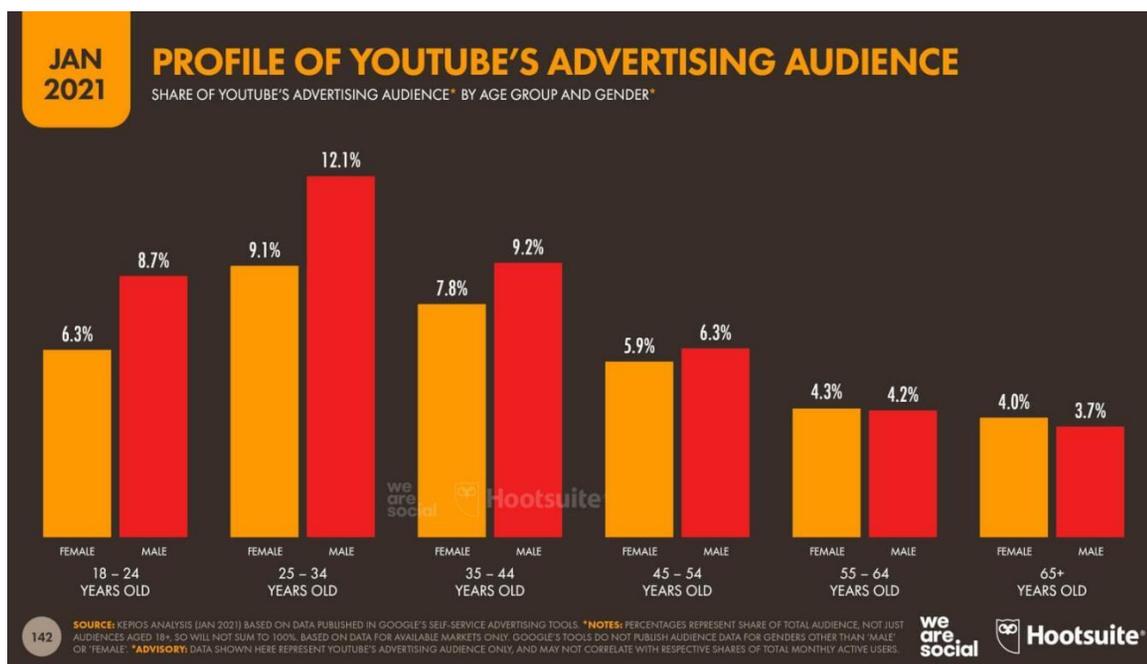


Fuente: We are social, Hootsuite (2021) <https://www.trecebits.com/2021/01/27/las-redes-sociales-mas-usadas-en-el-mundo-en-2021/>

En cuanto al rango de edades, en el siguiente cuadro se puede apreciar que las personas cuyas edades oscilan entre los 25 y 34 años son los que más consumen videos en la plataforma Youtube, dentro de este rango el 12,1% representa los hombres y el 9,1% representa las mujeres. Por el contrario, el grupo que tiene menor presencia en la plataforma son los usuarios que tienen más de 65 años, es decir, las personas mayores, de ellos el 4% son mujeres y el 3,7% son hombres.

Figura 11

Rango de edades de la audiencia de Youtube

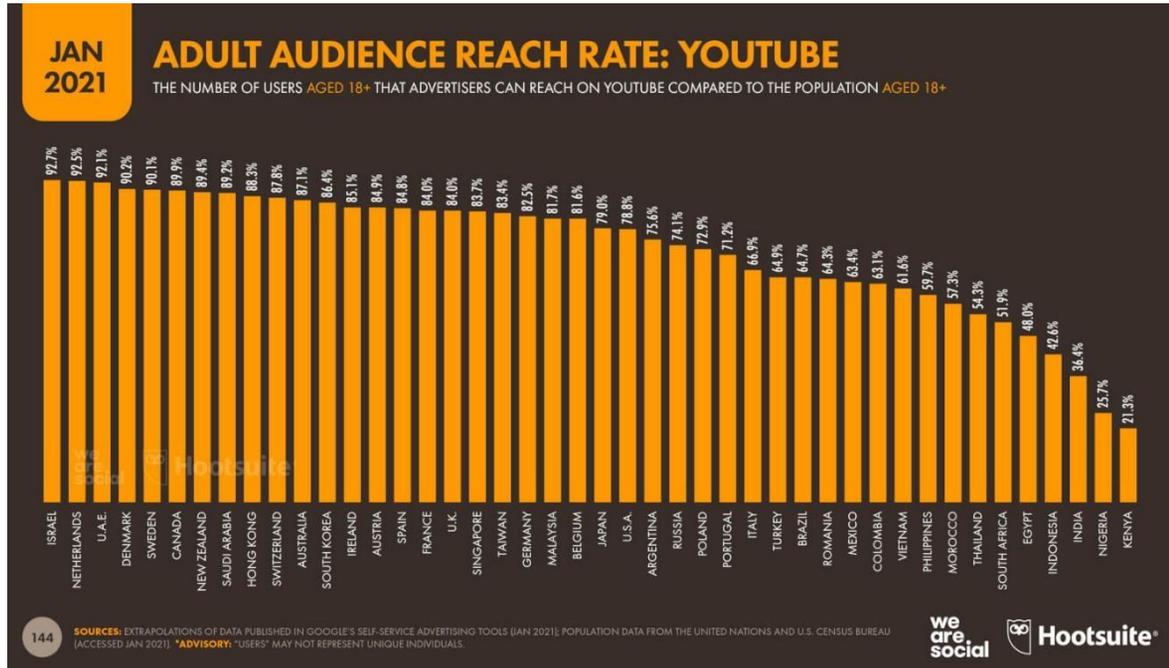


Fuente: We are social, Hootsuite (2021). <https://yiminshum.com/youtube-2021-digital/>

En cuanto a los países de habla hispana o latina, se puede apreciar en el cuadro que España, Brasil, México y Colombia son los países que tienen mayor presencia en la plataforma, cuyos usuarios tienen más de 18 años. El 84,8% de los usuarios de España cuentan con la mayoría de edad, así como el 64,7% en Brasil, el 63,4% en México y el 63,1% en Colombia.

Figura 12

Presencia de Youtube según los países



Fuente: We are social, Hootsuite (2021). <https://yiminshum.com/youtube-2021-digital/>

En el gráfico 13 se puede ver cuáles son las 20 palabras más buscadas en la plataforma Youtube, ocupando la palabra “song”, que en español significa canción, el primer puesto. El resto de las palabras se puede apreciar que guarda relación con lo que hoy en día es tendencia a nivel mundial, términos como Tik Tok, Minecraft, Free Fire y BTS.

Figura 13

Top de las palabras más buscadas en Youtube



Fuente: We are social, Hootsuite (2021). <https://yiminshum.com/youtube-2021-digital/>

En el siguiente cuadro se muestra una lista de los 10 videos más vistos en Youtube. Estos videos en muchas ocasiones suelen ser amados u odiados por los millones de usuarios que tiene la plataforma. La canción “Despacito” de Luis Fonsi que ocupaba el primer puesto ha sido desplazada por la canción “Baby Shark Dance”. Y así como esa canción escaló posiciones, otras más han ido haciéndose conocidas e ingresando en esta lista de top 10.

Figura 14

Lista de los 10 videos más vistos en Youtube



Fuente: We are social, Hootsuite (2021). <https://yiminshum.com/youtube-2021-digital/>

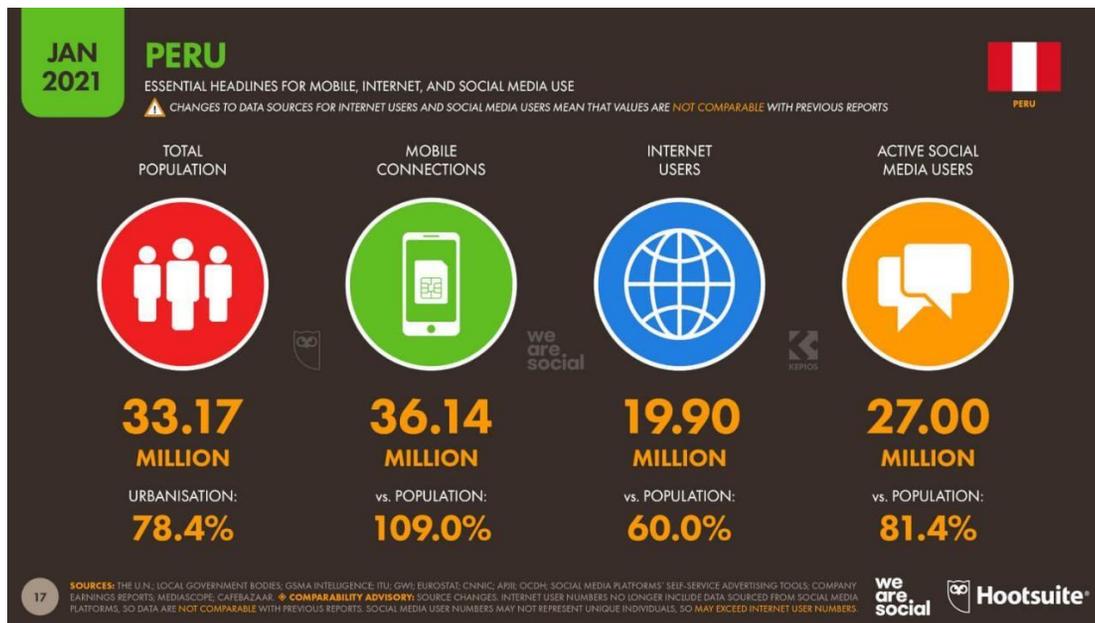
Actualmente, las marcas buscan ser reconocidas mundialmente también en Youtube. Quieren valerse de la plataforma para ir ganando mayor prestigio y un buen posicionamiento a nivel global, por lo que en muchas ocasiones deciden trabajar en conjunto con los youtubers o también conocidos como influencers. Por otro lado, los youtubers también quieren ser reconocidos mundialmente y tratan de ir ganando miles de suscriptores a través del contenido que van subiendo a sus canales. Lo que les permite generar una mayor cantidad de ingresos a mayor cantidad de suscriptores. Además, van ganando alta reputación en la plataforma. Hoy en día, el youtuber que cuenta con más suscriptores a nivel mundial es PewDiePie, quien suma 110 millones de suscriptores en su canal según la página noxinfluencer.

2.2.7.2. Youtube en Perú

Perú no es ajeno a toda esta situación que está pasando en torno a las redes sociales. En Perú, también se consideran a las redes sociales como un medio a través del cual se entretiene a la población y se les brinda publicidad. En el siguiente cuadro se puede apreciar que Perú cuenta con 33,17 millones de ciudadanos, reflejando un incremento de 1,3% a comparación del año anterior. Respecto al número de usuarios que se conectaron a las redes sociales a través de sus dispositivos móviles es de 36,14 millones, lo que viene a representar el 109% de la población. Pero, a pesar de estas cifras, se ha podido visualizar un ligero descenso del 5% lo que se traduce en 1,9 millones de conexiones menos.

Figura 15

Datos generales de Youtube en Perú



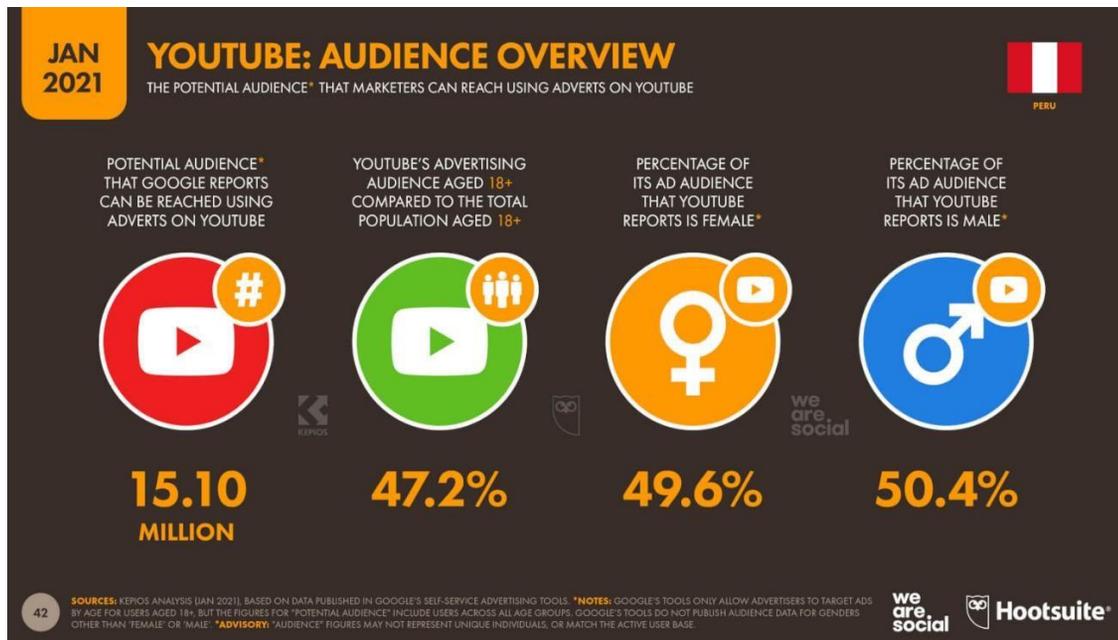
Fuente: We are social, Hootsuite (2021). <https://yiminshum.com/youtube-2021-digital/>

Youtube es una de esas redes sociales donde los usuarios pasan gran parte de su tiempo, por medio de la publicidad en esta plataforma se puede llegar a tener un alcance de unos 15,10

millones usuarios. Además, en el siguiente cuadro se puede apreciar que la mayor parte de sus usuarios son hombres, quienes representan el 50,4% mientras que las mujeres vienen a representar el 49,6%.

Figura 16

Audiencia de Youtube en Perú



Fuente: We are social, Hootsuite (2021). <https://yiminshum.com/youtube-2021-digital/>

Los temas que más buscan los peruanos en Youtube son los relacionados con películas, música, canciones, Perú, películas completas en español e incluso Tik Tok.

Figura 17*Búsquedas en Youtube en Perú*

Fuente: We are social, Hootsuite (2021). <https://yiminshum.com/youtube-2021-digital/>

Según un estudio que llevó a cabo la empresa Ipsos en el año 2018, reflejó que, en Perú, el 80% de la población peruana hace uso de la plataforma, lo que refleja un importante incremento respecto al 75% que presentaba el 2017. Siempre se ha pensado que los jóvenes son quienes hacen un mayor uso de las redes sociales, así como de Youtube, pero este estudio reflejó que el 81% de sus usuarios que más usan Youtube tienen edades entre 36 y 54 años.

2.2.8. ¿Qué es ser un “Youtuber”?

Los primeros youtubers que aparecieron a nivel mundial surgieron en el 2009, quienes progresivamente fueron adquiriendo día tras día más suscriptores y así también fueron aumentando el número de visualizaciones que tenían sus videos. Todo empezó como un simple hobby, pero años después esto se convertiría en un trabajo, una profesión que los llevaría a la fama.

La palabra “Youtuber” hace referencia a toda “persona que publica vídeos de creación propia mediante el servicio de vídeos online en YouTube”. (Gamerdic, 2014) Los youtubers son comúnmente conocidos como creadores de contenido en Youtube; son personas que se dedican a grabar videos de sí mismos o del contexto en el que se encuentran y se encargan de administrar todo tipo de contenido que comparten en sus canales de Youtube. Es por ello, que en Youtube los usuarios pueden visualizar una amplia variedad de temas que estén relacionados con los asuntos personales, videojuegos, guías o tutoriales, miniseries, música o humor. Por tanto, se puede decir que se le considera youtuber a toda aquella persona que ha alcanzado un importante grado de popularidad y éxito compartiendo videos en la plataforma. Claro está que el grado de lo que es ser exitoso varía en función del lugar, momento o sector. (Gómez, 2014)

El material que producen los youtubers se considera como el fruto de un proceso que empieza desde que la persona decide registrar una información. A menudo esto implica crear una pauta o guion, editar el material grabado, producción (de ser necesario) y en determinadas ocasiones se precisa la interpretación de los contenidos.

Según Norberto & Lacorte (2015), refiere en cuanto a los youtubers que “Cada uno le imprime un sello característico a sus producciones, lo que hace que logren destacarse y tener su propio público”. Además, Orts, (2016) indica que el youtuber “desempeña la función de productora audiovisual, ya que realiza todas las tareas de esta, desde la creación del guion hasta incluso la promoción a través de redes sociales y en el propio canal”.

Un elemento muy importante que se debe tener en cuenta a la hora de crear material audiovisual en Youtube es el de la periodicidad, esa velocidad e interconexión continua y directa que el youtuber debe tener en todo momento con su audiencia. En ocasiones, la calidad de los videos que comparten los youtubers no es del todo importante, cobra mayor importancia que este sepa crear y mantener una relación con sus suscriptores, pues estos sienten la necesidad de pertenecer a un grupo de personas que tengan en común los valores y preferencias que ellos tienen. Sin embargo, esto no quiere decir que los usuarios no valoren aspectos como el método,

el contenido y la técnica con el que son creados los videos, pues de esta manera evalúan un poco el material que suben los youtubers. Hay canales que se enfocan en la creación del material audiovisual, en emplear un buen equipo de grabación y hacer un correcto uso técnico de este para ofrecer una excelente calidad en cuanto a sus videos.

Herranz (2014) refiere que lo que le hace característico a un youtuber es que es directo, es decir, le habla a la cámara y cuando el suscriptor ve su contenido pareciera que el youtuber le esté hablando a él mismo, da la sensación de que el mensaje es personal y no tanto de que vaya dirigido a miles de personas. Además, los youtubers son personas normales y corrientes, que cuentan sus experiencias a lo largo de su vida, cuáles son sus anécdotas, y esto hace que empatice mucho más con su audiencia. También es importante que el youtuber goce de credibilidad, lo que se va ganando en función de la coherencia de sus acciones. Y por último, pero no menos importante, tal y como se mencionó líneas arriba, es fundamental que el youtuber sea constante a la hora de publicar videos.

A menudo, muchos youtubers crean una especie de seudónimos para dirigirse a su audiencia y fomentar una relación más cercana. De esta manera, también consiguen que sus suscriptores tengan una participación mucho más activa. Es común ver en sus videos cómo promocionan sus otras redes sociales distintas a Youtube, éstas suelen aparecer en la descripción de los videos y en numerosas ocasiones aparecen al final de cada video. Torres (2014) indica que “impulsar un canal con redes sociales y recursos ya poseídos por el usuario es una forma crucial de crecimiento inicial”.

Para que a un youtuber se le pueda considerar exitoso depende mucho de cuánta difusión tenga sus videos y cuánto sea el ingreso económico que esto les genera, y en muchas ocasiones se les compara entre ellos mismos. Hay famosos, como podría ser el caso de las estrellas de rock, que tienen el poder de mover grandes masas de personas. Y en esto de Youtube, hasta hoy en día aún hay muchas cosas por descubrir y otras tantas relacionadas con la creatividad y los formatos convencionales (Berzosa, 2017)

2.2.9. Tipos de contenido en Youtube

A la hora de crear un video, existen mil formas de hacerlo, eso es lo que los hace únicos a cada uno de ellos. Sin embargo, hay ciertos valores o puntos que hacen que un video pueda ser más o menos exitoso. Según Rodríguez (2013) estos puntos serían los siguientes:

1. Ser constante con la generación y entrega de contenido.
2. Optimizar el contenido para motores de búsqueda.
3. Generar y tener arriba un gran volumen de contenido.
4. Ser relevante dentro del nicho.
5. Que el canal y su marca sean un usuario activo que genere conversaciones permanentemente con el usuario en redes sociales.
6. Optimizar el contenido con base en el feedback que dan los suscriptores.
7. Que la marca encuentre una voz propia, una personalidad, y la conserve.

Para clasificar los canales de Youtube según el tipo de contenido que brindan los youtubers, la misma plataforma ofrece una serie de categorías, a través de las cuales se van clasificando cada uno de ellos. Esta clasificación es muy útil ya que permite a los usuarios saber qué tipo de contenido encontrarán en dicho canal. Es importante mencionar que lo que es “Categorías” para Youtube, para esta investigación es “Tipo de contenido”. El youtuber puede acceder a estas categorías a través de Youtube Studio, una vez haya iniciado sesión en su cuenta. Desde Youtube Studio tendrá acceso a todo un panel de control donde podrá gestionar su canal y todos los videos que vaya subiendo a la plataforma. Para establecer a qué categoría pertenece su canal solo tiene que ir a la parte izquierda del panel de control, darle clic a configuración, ajustes de subida predeterminados y seleccionar configuración avanzada. Y ahí aparece todas las categorías que ofrece Youtube que son: Cine y animación, Motor, Música, Mascotas y animales,

Deportes, Viajes y eventos, Videojuegos, Gente y blogs, Comedia, Entretenimiento, Noticias y política, Consejos y estilo, Educación, Ciencia y tecnología, finalmente encontramos la categoría ONGs y activismo.

Figura 18

Categorías de un canal según Youtube



Fuente: Canal de Youtube Dayanna Flores

2.2.9.1. Cine y animación

Dos de las definiciones que ofrece la RAE respecto al término “Cine” son: “Técnica, arte e industria de la cinematografía” y “Conjunto de películas cinematográficas”. Respecto al término “Animación” lo define como: “En las películas de dibujos animados, procedimiento de diseñar los movimientos de los personajes o de los objetos y elementos.” Por tanto, podemos decir que los canales que pertenezcan a la categoría “Cine y animación” ofrecerán un contenido más relacionado con la cinematografía, con el mundo audiovisual, abordarán temas como la historia del cine, análisis de películas, elaboración de cortos, etc.

Un ejemplo de un canal peruano que pertenece a esta categoría es “Nerdaily”, en la portada de su canal señala cuál será el contenido de sus videos: cultura Geek, comics, películas y fan-art. Y efectivamente eso es lo que predomina en su canal, hace resúmenes de películas, su peculiaridad es que tiene un toque cómico a la hora de contar la historia. Uno de sus videos más vistos de su canal es “Alive EN 8 MINUTOS”.

Figura 19

Nerdaily



Fuente: Canal de Youtube de Nerdaily

2.2.9.2. Motor

En la RAE podemos encontrar tres definiciones acerca del término “Motor” que son: “Que mueve”, “Máquina destinada a producir movimiento a expensas de otra fuente de energía” y “Embarcación menor provista de motor”. El tipo de contenido que encontraremos en los canales que pertenezcan a esta categoría estará enfocado en autos, motos, camiones y todo tipo de vehículos. Se brindará información sobre qué auto es más rápido, realizarán comparaciones entre autos o motos de distintas marcas para ver cuál de ellos es mejor, brindará información de cómo arreglar o qué piezas utilizar según el tipo de vehículo, precios de vehículos y análisis sobre estos, etc.

Un ejemplo de un canal peruano que pertenece a esta categoría es “Car Motor”, en la portada de su canal señala cuál será el contenido de sus videos: Reviews, lanzamientos, consejos y asesoría. En el canal se puede visualizar el análisis que hace respecto a autos de distintas marcas, brindando precios, cuáles son sus impresiones sobre el vehículo, realiza una descripción detallada acerca de estos, entre otras muchas cosas más. Su video más visto en todo su canal es uno de hace dos años, titulado “LOS 5 MEJORES AUTOS CHINOS - INFORME CAR MOTOR”.

Figura 20

Car Motor



Fuente: Canal de Youtube de Car Motor

2.2.9.3. Música

Las definiciones que ofrece la RAE acerca del término “Música” son: “Melodía, ritmo y armonía, combinados”, “Sucesión de sonidos modulados para recrear el oído”, “Concierto de instrumentos o voces, o de ambas cosas a la vez” y “Arte de combinar los sonidos de la voz humana o de los instrumentos, o de unos y otros a la vez, de suerte que produzcan deleite, conmoviendo la sensibilidad, ya sea alegre, ya tristemente”. Lo más común que se puede encontrar en los canales que pertenecen a esta categoría son los videoclips de canciones de todos los estilos, ya sea de pop, rock, salsa, reggaetón, electrónica, etc. Pero también habrá canales que hablen sobre temas más profundos respecto a la música, donde analizarán distintas melodías, historia de la música, cantantes, instrumentos, datos curiosos, etc.

Uno de los canales más conocidos entre los usuarios de habla hispana es “ShaunTrack”. En su canal deconstruye canción por canción, saca cada una de las melodías que compone una canción, que instrumentos utilizan e incluso él mismo intenta replicar esos sonidos, también analiza las voces de distintos cantantes. El video que más visualizaciones tiene en todo su canal es “Escucho/Analizo a Luis Miguel por primera vez | ShaunTrack”.

Figura 21

ShaunTrack



Fuente: Canal de Youtube de ShaunTrack

En cuanto a un ejemplo de canal peruano que pertenezca a esta categoría es “Christian Theo”, este canal tiene pocos usuarios, pero trata temas interesantes, habla un poco acerca del jazz, la música de esta década, analiza canciones, cantantes, etc.

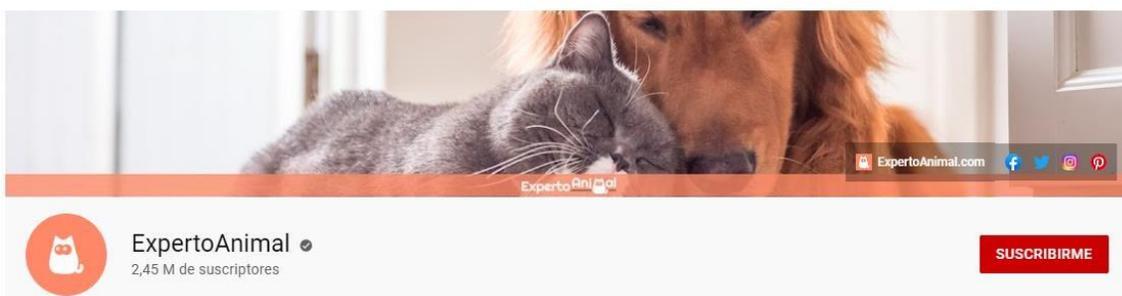
Figura 22*Christian Theo**Fuente: Canal de Youtube de Christian Theo***2.2.9.4. Mascotas y animales**

Respecto al término “Mascota” la RAE lo define como: “Animal de compañía” y respecto al término “Animal” brinda la siguiente definición: “Ser orgánico que vive, siente y se mueve por propio impulso”. Los canales que pertenezcan a esta categoría mostrarán videos relacionados con el cuidado de mascotas, tipos de animales, curiosidades sobre animales, temas medicinales en función al tipo de mascota que uno tenga, alimentación, etc. Además, se dan recomendaciones prácticas para el cuidado de por ejemplo perros, gatos, conejos, hámsteres, hurones, chinchillas.

Como ejemplo tenemos al canal llamado “ExpertoAnimal” que da información importante para aprender a cuidar a tu mascota, brinda información acerca del tipo de alimentación para cada animal, qué deben comer y qué no, cómo asear adecuadamente a tu mascota, etc. La mayor parte de sus videos tiene como protagonistas a perros y gatos, pero también da información de otros tipos de animales como conejos, cobayas, tortugas, etc. El video que más visualizaciones tiene en su canal es “Ladridos de Perro - Muy bueno !! perros ladrando”.

Figura 23

ExpertoAnimal



Fuente: Canal de Youtube de ExpertoAnimal

2.2.9.5. Deportes

La RAE brinda las siguientes definiciones acerca del término “Deporte”: “Actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas.” y “Recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común al aire libre”. En cuanto a esta categoría, habrá canales que hablen exclusivamente de un único deporte, ya sea fútbol, voleibol, baloncesto, etc. Darán información de los partidos, resultados, análisis sobre estos, jugadores, mercado de fichajes, entre otras cosas. Pero también habrá canales que estén enfocados en la vida fitness.

Un ejemplo de ello es el canal del peruano “AnthoniMontalvan”. En él se puede ver todo tipo de información acerca de la vida fitness, qué ejercicios hacer para cada músculo según cual sea el objetivo de la persona, cómo realizar estos ejercicios de una manera correcta, cómo llevar una buena alimentación, rutinas de calentamiento, etc. Su video más visto en su canal es “COMO ENTRENAR HOMBROS | Truco para sacar hombros redondos!”.

Figura 24

AnthoniMontalvan



Fuente: Canal de Youtube de AnthoniMontalvan

2.2.9.6. Viajes y eventos

Para el término “Viaje” la RAE da las siguientes definiciones: “Acción y efecto de viajar”, “Traslado que se hace de una parte a otra por aire, mar o tierra”, “Camino por donde se hace un viaje (|| traslado por aire, mar o tierra)” e “Ida a cualquier parte, aunque no sea jornada, especialmente cuando se lleva una carga”. Para el término “Evento” lo define como: “Suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva” así como también “Eventualidad, hecho imprevisto, o que puede acaecer”. En este tipo de canales se verá información acerca de viajes con diferentes destinos y todo tipo de información necesaria e importante que se debe conocer antes de viajar a un lugar, así como de importantes eventos.

Como ejemplo de un canal peruano que pertenece a esta categoría está “Katy Travels” y en él se puede ver los diferentes lugares que ha visitado la youtuber, los paisajes que tiene, qué se puede hacer en estos lugares, qué visitar, dónde comer, costos, etc. “EN ESTE LUGAR NO EXISTE LA NOCHE - 24 HORAS DE SOL | Katy Travels” es el video que más visualizaciones tiene en su canal.

Figura 25

Katy Travels



Fuente: Canal de Youtube de Katy Travels

2.2.9.7. Videojuegos

La RAE brinda las siguientes definiciones respecto al término “Videojuego”: “Juego electrónico que se visualiza en una pantalla” y “Dispositivo electrónico que permite, mediante mandos apropiados, simular juegos en las pantallas de un televisor, una computadora u otro dispositivo electrónico”. Los canales que pertenecen a este tipo de categoría han ido adquiriendo mayor importancia entre los usuarios de la plataforma y por ende el número de suscriptores se ha disparado, así como también han surgido muchos canales de esta temática. El contenido que ofrecen estos canales es acerca de los videojuegos que están en tendencia en estos momentos, prácticamente graban su pantalla y muestran al usuario cómo juegan en vivo, qué acciones realizan en los juegos y dan comentarios acerca de eso.

Como ejemplo de un canal peruano tenemos a “Golemcito Games” que viene a ser el segundo canal a nivel nacional con más suscriptores en la plataforma de Youtube. “GANANDO A HACKERS HEROICOS !INCREIBLE! OMG - FREE FIRE REVISAR MI CASO :v” es el video que más visualizaciones tiene en su canal.

Figura 26*Golemcito Games*

Fuente: Canal de Youtube de Golemcito Games

2.2.9.8. Gente y blogs

Respecto al término “Gente” la RAE da las siguientes definiciones: “Pluralidad de personas”, “Con respecto a quien manda, conjunto de quienes dependen de él” y “Cada una de las clases que pueden distinguirse en la sociedad”. En cuanto al término “Blog” la RAE lo define como: “Sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores”. El contenido que ofrecen los canales que pertenecen a esta categoría es muy variado, muy amplio. Se pueden visualizar desde el estilo de vida de los youtubers, videos típicos como hauls, consejos, películas, viajes, cuidado personal, tratamientos de belleza, preparación de comidas, postres, etc.

Como ejemplo tenemos al canal de “Natalia Merino”, quien en su canal habla acerca de su vida, de ropa, emprendimientos, viajes, compras, retos, consejos, problemas que tienen a veces como influencers, etc. “Peinados fáciles y rápidos para ir a clases | Natalia Merino” es el video que más visualizaciones tiene en su canal.

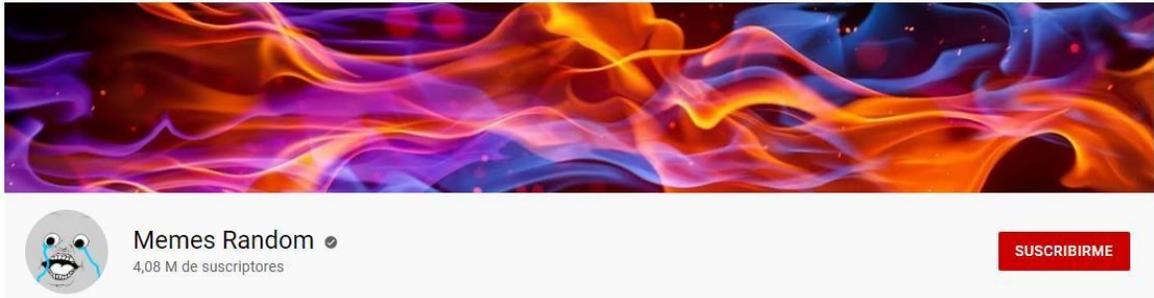
Figura 27*Natalia Merino*

Fuente: Canal de Youtube de Natalia Merino

2.2.9.9. Comedia

Según la RAE, el término “Comedia” se define como: “Suceso de la vida real, capaz de interesar y de mover a risa.” Por tanto, los canales que pertenezcan a esta categoría provocarán risa en los usuarios que vean este tipo de contenido, ya que están enfocados en entretener a su público, en hacerles pasar un buen rato. En este tipo de canales los youtubers suelen reaccionar a memes o videos que se han hecho viral en internet.

Como ejemplo de canal peruano respecto a este contenido está el llamado “MEMES RANDOM”, en el que el youtuber reacciona a diversos memes que se han hecho virales. El video que más visualizaciones tiene en su canal es “1 HORA DE MEMES RANDOM #300”.

Figura 28*Memos Random*

Fuente: Canal de Youtube de Memos Random

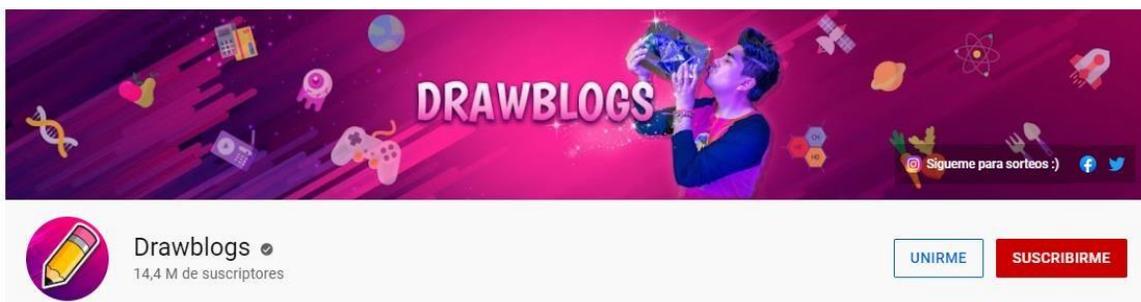
2.2.9.10. Entretenimiento

La RAE ofrece las siguientes definiciones respecto al término “Entretenimiento” definiéndolo como: “Acción y efecto de entretener o entretenerse” y “Cosa que sirve para entretener o divertir”. En este tipo de canales se puede encontrar unos que se dediquen exclusivamente a mostrar curiosidades o reaccionar a otros videos y memes virales, muy parecido a la categoría de comedia, así como también se puede encontrar videos que enseñan a dibujar y pintar, básicamente lo que se pretende con este tipo de videos es entretener a los usuarios.

“Drawblogs” es el nombre del canal que pertenece a la categoría de entretenimiento y según Social Blade, ocupa el primer puesto con más suscriptores a nivel nacional. Es precisamente el tipo de contenido mencionado anteriormente que se puede visualizar en el canal de este youtuber. El video que más visualizaciones ha recibido en su canal es “7 Trucos que Harán que Ahorres Dinero (Life Hacks)”.

Figura 29

Drawblogs



Fuente: Canal de Youtube de Drawblogs

2.2.9.11. Noticias y política

La RAE brinda las siguientes definiciones respecto al término “Noticia”: “Información sobre algo que se considera interesante divulgar”, “Dar noticia de un acuerdo”, “Hecho divulgado”, “Dato o información nuevos, referidos a un asunto o a una persona” y “Noción o conocimiento sobre una materia o sobre un asunto”. Respecto al término “Política” brinda estas otras definiciones: “Actividad de quienes rigen o aspiran a regir los asuntos públicos” y “Actividad del ciudadano cuando interviene en los asuntos públicos con su opinión, con su voto, o de cualquier otro modo”. Por tanto, los canales que pertenecen a esta categoría ofrecerán contenido relacionado a los acontecimientos que se producen tanto a nivel nacional como internacional, así como también tratarán temas relacionados a la política que rige en cada uno de los países.

Respecto a esta categoría tenemos ejemplos de noticieros de la televisión que se crean cuentas en Youtube donde suben los temas tratados en medios de comunicación, como, por ejemplo: Latina Noticias, RPP Noticias, TVPerú Noticias, RTV La República, etc.

Figura 30*TVPerú Noticias**Fuente: Canal de Youtube de TVPerú Noticias***2.2.9.12. Consejos y estilo**

La RAE define el término “Consejo” como: “Opinión que se expresa para orientar una actuación de una determinada manera” y respecto al término “Estilo” brinda las siguientes definiciones: “Modo, manera, forma de comportamiento” “Uso, práctica, costumbre, moda”, “Conjunto de características que identifican la tendencia artística de una época, o de un género o de un autor” y “Gusto, elegancia o distinción de una persona o cosa”. Los canales que pertenecen a esta categoría suelen ofrecer un contenido que está más enfocado en brindar consejos sobre moda, maquillaje, alimentación saludable, manualidades, etc.

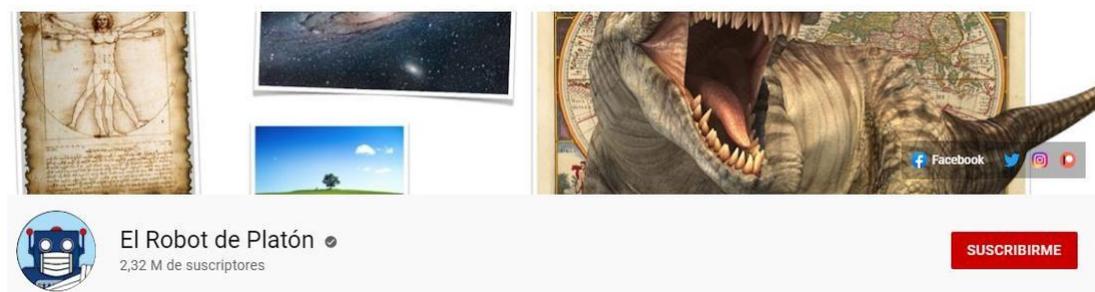
Un ejemplo de un canal peruano que pertenece a esta categoría es “tallermanualperu”, en dicho canal se pueden apreciar videos enfocados en enseñar a sus suscriptores a tejer con ganchillo, crochet, todo tipo de prendas, como bolsos, mantas, vestidos, manualidades para Navidad, decoración de regalos, etc. Su video más visto en su canal es “Gorro a Crochet con trenzas de hojas y flor 3D en punto tunecino tejido tallermanualperu”.

Figura 31*tallermanualperu**Fuente: Canal de Youtube de tallermanualperu***2.2.9.13. Educación**

La RAE define el término “Educación” como: “Acción y efecto de educar”, “Crianza, enseñanza y doctrina que se da a los niños y a los jóvenes” e “Instrucción por medio de la acción docente”.

Por tanto, los canales que pertenezcan a esta categoría estarán enfocados en brindar algún tipo de conocimiento a sus suscriptores sobre cualquier tema o duda que tengan.

Como ejemplo de un canal peruano tenemos a “El Robot de Platón”, donde se puede encontrar información acerca de los tipos de personalidad, la población, robots, temas de astronomía, etc. Su video más visto en su canal es “¿Qué pasaría si la Tierra fuera del tamaño de Júpiter?”.

Figura 32*El Robot de Platón*

Fuente: Canal de Youtube de El Robot de Platón

2.2.9.14. Ciencia y tecnología

Respecto al término “Ciencia” la RAE brinda las siguientes definiciones: “Conjunto de conocimientos obtenidos mediante la observación y el razonamiento, sistemáticamente estructurados y de los que se deducen principios y leyes generales con capacidad predictiva y comprobables experimentalmente”, “Saber o erudición”, “Habilidad, maestría, conjunto de conocimientos en cualquier cosa” y “Conjunto de conocimientos relativos a las ciencias exactas, físicas, químicas y naturales”. Y en cuanto al término “Tecnología” tenemos las siguientes definiciones: “Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico”, “Lenguaje propio de una ciencia o de un arte” y “Conjunto de los instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto”. Los canales que pertenecen a esta categoría brindan conocimientos más científicos y tecnológicos, algunos canales enseñan a hacer manualidades, pero pasando a un siguiente nivel, donde es necesario tener una noción respecto a la ciencia y tecnología.

Un claro ejemplo de ello es el canal “Muy Fácil De Hacer”, donde se enseña a crear todo tipo de manualidades, pero empleando diversas herramientas como pilas, condensadores electrolíticos, condensadores cerámicos, fuentes de voltios, placas, etc. Es claro que para hacer este tipo de cosas tanto el youtuber como el usuario debe tener un cierto nivel de conocimiento en estos temas. Su video más visto es “Cómo Hacer una Bobina de Tesla (Muy fácil de hacer)”.

Figura 33

Muy Fácil De Hacer



Fuente: Canal de Youtube de Muy Fácil De Hacer

2.2.9.15. ONGs y activismo

La RAE define el término “ONG” como: “Organización de iniciativa social, independiente de la Administración pública, que se dedica a actividades humanitarias, sin fines lucrativos”. En cuanto al término “Activismo” brinda las siguientes definiciones: “Tendencia a comportarse de un modo extremadamente dinámico”, “Ejercicio de proselitismo y acción social de carácter público, frecuentemente contra una autoridad legítimamente constituida” y “Doctrina según la cual todos los valores están subordinados a las exigencias de la acción y de su eficacia”. El tipo de canales que pertenezcan a esta categoría estará manejado más por organizaciones que se dedican a ello que por youtubers en sí. Y en estos se brindará información relacionada a las acciones, proyectos o campañas que llevan a cabo este tipo de organizaciones.

Como ejemplo de ello tenemos al canal “Unicef Perú”, en el que se puede visualizar videos de campañas, testimonios, el impacto que provocan ciertas acciones, etc. El video que más visualizaciones tiene en su canal es “Salvemos a esta generación de sufrir las consecuencias de la COVID-19”, el cual tiene una duración de tan solo 29 segundos.

Figura 34

ONGs y activismo



Fuente: Canal de Youtube de ONGs y activismo

2.2.10. Subcategorías de Youtube

Cabe destacar que independientemente de las categorías que ofrece Youtube para poder clasificar los distintos canales que hay en la plataforma, existe una “subcategoría”, para poder clasificar qué tipo de contenido ofrece cada uno de los videos que se sube a Youtube. A continuación, se mencionará algunas de las subcategorías que existen entre tantas, ya que estas son las más populares en la plataforma.

1. **Tutoriales:** este tipo de videos es muy común entre los youtubers. Existen bastantes canales que se dedican prácticamente a ofrecer este tipo de formato a sus suscriptores. A través de este tipo de videos, los usuarios pueden aprender paso a paso sobre cualquier cosa que quieran hacer, desde aprender a editar en programas de diseño, arreglar una moto, maquillarse, etc.
2. **Reseña de productos / Reviews:** este tipo de vídeos ayuda a los usuarios a conocer más sobre determinados productos, para posteriormente decidir si comprar o no lo que están viendo. Pero no solo existen reviews sobre productos, también hay sobre películas, libros, etc.

3. **Vlogs:** este tipo de contenido genera millones de visualizaciones, ya que a través de estos videos muchos youtubers o influencers muestran su día a día, cómo es su vida, qué es lo que hacen, sus viajes, los lugares o restaurantes que visitan, etc. Les sirve mucho para ir adquiriendo más suscriptores.
4. **Videos de unboxing:** estos videos condicionan mucho a la persona a la hora de adquirir un producto, ya que gracias a este tipo de contenido se decidirá si comprar o no. Brinda la posibilidad al usuario de poder ver cómo es y cómo funciona un determinado producto, y si de verdad vale la pena comprarlo.
5. **Retos o videos "tag":** es muy común encontrar en Youtube videos como "10 cosas sobre mí", "Mi novio me maquilla", el "tag del novio", el "tag de los papas", el "tag del hermano/a", el "tag del reggaeton", el "tag de la mascota", etc. En este tipo de videos se puede ver realizando las mismas acciones a diversos youtubers y les sirve para darse a conocer un poco más a sus suscriptores, para ir adquiriendo muchos más y tener mayor visibilidad.
6. **Hauls:** este tipo de contenido es muy popular entre los youtubers que hablan acerca de temas de belleza. A menudo, diversas marcas se suelen contactar con los youtubers que tienen mayor influencia, miles de suscriptores, para que den a conocer sus productos de belleza y así posicionar sus productos más novedosos. Además, dan a conocer cuáles son las últimas tendencias, qué es lo que hay en el mercado, qué prendas comprar y cómo combinarlas.
7. **Videos educativos:** este tipo de contenido sirve para instruir a los usuarios acerca de un determinado tema, algo que sea de su interés. Los temas son diversos, los usuarios pueden visualizar videos que les enseñe acerca de historia, a resolver ejercicios de matemáticas o cualquier otra asignatura de la que tengan dudas, a preparar determinadas comidas, a adquirir determinadas destrezas, etc. Son miles los temas que uno puede encontrar en la plataforma.

8. **Parodias:** este tipo de contenido está dirigido especialmente a ese grupo de usuarios que entra a la plataforma para reírse un rato, distraerse, relajarse. Según estudios, son este tipo de videos que tienden a convertirse en contenido viral y por tanto llegan a acumular millones de reproducciones. Se pueden encontrar parodias sobre videos musicales, películas, series, algún acontecimiento importante, de fútbol, etc.
9. **Bromas:** este tipo de contenido suele ser muy compartido entre los usuarios de la plataforma. Los youtubers gastan bromas a sus familiares, amigos e incluso gente desconocida que pasa por la calle y muchas veces generan incomodidad entre los afectados. Es muy común ver que se gasten bromas entre dos personas para así generar una cadena de “venganza”, en la que uno le hace la broma al otro y este se venga posteriormente haciéndole otra broma, así sucesivamente. Muchas veces, este tipo de videos causa polémica por el nivel de broma al que llegan.
10. **Sketch:** este tipo de contenido está enfocado en mantener a los usuarios entretenidos con los videos que ofrecen. También son de esos videos que suelen ser muy compartidos en distintas redes, sobre todo en Facebook, y es muy susceptible a que se convierta en un video viral.

2.3. Definición de términos

Formación profesional: Conjunto de enseñanzas que tienen como objetivo principal capacitar a las personas para que estas puedan desarrollar una actividad profesional. Es por ello que los estudios están enfocados en que la persona adquiera competencias profesionales que le permita poder ejercer diversos trabajos.

Formación Universitaria: Es la manera en la que los centros de formación superior entienden y llevan a cabo la formación profesional de cada uno de sus estudiantes. Por tanto, abarca la suma de experiencias de aprendizaje al que están sujetos los estudiantes de formación

superior con el objetivo de salir formados con los rasgos necesarios para poder desempeñar su futura carrera profesional.

Formación Técnica: Tipo de educación que busca directamente desarrollar y fortalecer las competencias, capacidades, habilidades y actitudes determinadas en la fuerza laboral con eficacia y pertinencia además de estar alineadas con las demandas de las empresas y los sectores productivos.

Formación Empírica: Hace referencia a los conocimientos que se van adquiriendo con el pasar del tiempo y la experiencia. Por tanto, se puede decir que es aquel que se consigue a través del uso de los sentidos del ser humano, de la observación y de la experimentación.

Tipo de contenido: Categorización que ofrece la misma plataforma de Youtube, a través de la cual los canales se van clasificando según su contenido. Esta clasificación es muy útil ya que permite a los usuarios saber qué tipo de contenido encontrarán en dicho canal. Lo que es “Categorías” para Youtube, para esta investigación es “Tipo de contenido”.

Cine y animación: Categoría referida a ofrecer un contenido más relacionado con la cinematografía, con el mundo audiovisual, donde se abordan temas como la historia del cine, análisis de películas, elaboración de cortos, etc.

Motor: Categoría referida a ofrecer un contenido más enfocado en autos, motos, camiones y todo tipo de vehículos, donde se brinda información sobre qué auto es más rápido, se realizan comparaciones entre autos o motos de distintas marcas para ver cuál de todos ellos es mejor, se brinda información acerca de cómo arreglar o qué piezas utilizar según el tipo de vehículo, precios de vehículos, análisis sobre estos, etc.

Música: Categoría referida a ofrecer un contenido relacionado con videoclips de canciones de todos los estilos, ya sea de pop, rock, salsa, reggaetón, electrónica, etc. También se enfoca sobre temas más profundos respecto a la música, donde se analizan distintas melodías, historia de la música, cantantes, instrumentos, datos curiosos, etc.

Mascotas y animales: Categoría referida a ofrecer un contenido relacionado con el cuidado de mascotas, tipos de animales, curiosidades sobre animales, temas medicinales en función al tipo de mascota que uno tenga, alimentación, etc. Además, se dan recomendaciones prácticas para el cuidado de, por ejemplo, perros, gatos, conejos, hámsteres, hurones, chinchillas.

Deportes: Categoría referida a ofrecer un contenido informativo acerca de cualquier tipo de deporte como el fútbol, voleibol, baloncesto, etc. Se brinda información sobre los partidos, resultados, análisis de estos, jugadores, mercado de fichajes, entre otras cosas. También se incluyen los canales enfocados en la vida fitness.

Viajes y eventos: Categoría referida a ofrecer un contenido informativo acerca de viajes sobre diferentes destinos y todo tipo de información necesaria e importante que se debe conocer antes de visitar algún lugar, así como de importantes eventos que se lleven a cabo.

Videojuegos: Categoría referida a ofrecer un contenido más relacionado con aplicaciones interactivas de entretenimiento que están en tendencia en estos momentos., prácticamente graban su pantalla y muestran al usuario cómo juegan en vivo, qué acciones realizan en los juegos y dan comentarios acerca de eso.

Gente y blogs: Categoría referida a ofrecer un contenido muy variado, muy amplio. Donde se tratan temas acerca del estilo de vida de los youtubers, videos típicos como hauls, consejos, películas, viajes, cuidado personal, tratamientos de belleza, preparación de comidas, postres, etc.

Comedia: Categoría referida a ofrecer un contenido que genera risa en los usuarios que ven este tipo de videos, está enfocada en entretener a su público, en hacerles pasar un buen rato. Para ello suelen reaccionar a memes o videos que se han hecho viral en internet.

Entretenimiento: Categoría referida a ofrecer un contenido relacionado a curiosidades, reacciones a otros videos y memes virales muy parecido a la categoría de comedia.

También se puede encontrar videos que enseñan a dibujar y pintar, básicamente lo que se pretende con este tipo de videos es entretener a los usuarios.

Noticias y política: Categoría referida a ofrecer un contenido informativo respecto a los acontecimientos que se producen tanto a nivel internacional como nacional, así como también se tratan temas relacionados a la política que rige en cada uno de los países.

Consejos y estilo: Categoría referida a ofrecer un contenido enfocado en brindar consejos sobre moda, maquillaje, alimentación saludable, manualidades, etc.

Educación: Categoría referida a ofrecer un contenido enfocado en brindar algún tipo de conocimiento a sus suscriptores sobre cualquier tema o duda que tengan.

Ciencia y tecnología: Categoría referida a ofrecer un contenido relacionado con conocimientos más científicos y tecnológicos, algunos canales enseñan a hacer manualidades, pero pasando a un siguiente nivel, donde es necesario tener una noción respecto a la ciencia y tecnología.

ONGs y activismo: Categoría referida a ofrecer un contenido más informativo acerca de las acciones, proyectos o campañas que llevan a cabo las distintas organizaciones.

3. Metodología de la investigación

3.1. Enfoque de la investigación

La presente investigación se encuentra en el paradigma positivista, enfoque cuantitativo por su objetividad como lo afirman Hernández, Fernández, & Baptista (2014). Se centra en mediciones objetivas y análisis estadísticos, matemáticos o numéricos de los datos recopilados.

3.2. Variables

3.2.1. Operacionalización de las variables

Variable independiente: *Formación Profesional*

Conjunto de enseñanzas que tienen como objetivo principal capacitar a las personas para que estas puedan desarrollar una actividad profesional. Es por ello que, los estudios están enfocados en que la persona adquiera competencias profesionales que le permita poder ejercer diversos trabajos. Esta puede ser universitaria, técnica o empírica.

Variable dependiente: *Tipo de contenido*

Categorización que ofrece la misma plataforma de Youtube, a través de la cual los canales se van clasificando según su contenido. Esta clasificación es muy útil ya que permite a los usuarios saber qué tipo de contenido encontrarán en dicho canal. Lo que es “Categorías” para Youtube, para esta investigación es “Tipo de contenido”.

3.3. Hipótesis

3.3.1. Hipótesis general

Existen relaciones significativas entre la formación profesional y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021

3.3.2. Hipótesis específicas

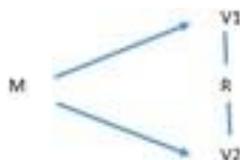
Existen relaciones significativas entre la formación universitaria y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021

Existen relaciones significativas entre la formación técnica y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021

Existen relaciones significativas entre la formación empírica y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021

3.4. Tipo de investigación

La presente investigación es descriptiva correlacional porque se lleva a cabo la medición de dos variables. Esta investigación descriptiva brinda una serie de conocimientos que podrían generar otras investigaciones cuantitativas. Este estudio realizará una exploración para obtener información respecto de la relación que existe entre las dos variables, objeto de nuestro estudio.



Donde:

M: Es la muestra, 32 es el número de youtubers peruanos más seguidos.

V1: Variable independiente, la Formación Profesional.

V2: Variable dependiente, el Tipo de contenido.

R: Es la relación que existe entre V1 y V2.

3.5. Diseño de la investigación

Toda investigación requiere de un diseño, es decir, métodos, técnicas, procedimientos e instrumentos para comprobar la hipótesis respecto a la relación que existe entre el tipo de contenido y la formación profesional de los youtubers peruanos más seguidos. Esta investigación emplea la recolección de datos y su análisis para demostrar dichas hipótesis (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), la misma que se basa en la medición cuantitativa y

la utilización de datos estadísticos para su respectiva interpretación. Es por eso que, partiendo de la formulación de un problema de investigación, éste se fundamenta en un marco teórico y como consecuencia de ello se plantean hipótesis a ser demostradas. Para ello, es fundamental la recolección de datos, los mismos que serán sometidos a un análisis a través de la utilización de métodos estadísticos.

3.6. Universo, población y muestra

3.6.1. Universo

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) está referido a la totalidad de individuos o elementos en los cuales puede presentarse determinada característica susceptible a ser estudiada. Puede ser finito o infinito, y en el caso de ser finito, puede ser muy grande y no poderse estudiar en su totalidad. Nuestro universo está referido a todos los youtubers peruanos.

3.6.2. Población

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014), está referido al grupo del cual se desea obtener una información o conocimiento. Es parte del universo en la cual vamos a basar nuestro estudio según las características de nuestra investigación. La población en estudio para nuestro caso son los 100 primeros youtubers con mayor número de suscriptores a nivel nacional que brinda la página Social Blade.

3.6.3. Muestra

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014), está referida a la parte o subconjunto de la población, también conocida como población muestral. Es el grupo en el que se realizará el estudio y su selección obedece a criterios definidos que delimitan sus características. Por tanto, se trata de una muestra no probabilística ya que su elección no depende de la probabilidad sino

de razones relacionadas con las características y contexto de la población. Para este caso, los criterios de selección de la muestra son:

1. Nacionalidad peruana.
2. Ser mayores de edad.
3. Estar en la lista de los 100 primeros youtubers con más suscriptores según la página Social Blade.
4. Canal administrado por una única persona.
5. Que tenga información respecto de su formación profesional (universitaria, técnica o empírica).
6. Disposición a brindar información.

Por tanto, la muestra en este trabajo de investigación está conformada por 32 youtubers peruanos que son los más seguidos a nivel nacional, encontrándose en una lista de los 100 canales con más suscriptores.

3.7. Técnicas e instrumentos de recolección

La técnica es de observación de tipo no participante, es decir, es el registro visual de lo que ocurre en una situación real, lo que es objeto de observación determinado por la investigación; por lo general se observan características y condiciones de los individuos para recolectar los datos cuantitativos.

El instrumento es una lista de chequeo, de control, de verificación; este instrumento ha sido diseñado para controlar el cumplimiento de una lista de requisitos y recolectar dichos datos ordenadamente y de forma sistemática. Esta lista de chequeo recoge información en:

FORMACION PROFESIONAL***FORMACIÓN UNIVERSITARIA***

1. Titulado
2. Con estudios
3. Estudios universitarios relacionados con las TIC
4. Estudios universitarios relacionados con la temática de su canal

FORMACIÓN TÉCNICA

1. Titulado
2. Con estudios
3. Estudios universitarios relacionados con las TIC
4. Estudios universitarios relacionados con la temática de su canal

FORMACIÓN EMPÍRICA

1. Conocimientos empíricos por observación
2. Conocimientos empíricos por experimentación
3. Conocimientos empíricos por repetición
4. Conocimientos empíricos relacionados con las TIC
5. Conocimientos empíricos relacionados con la temática de su canal

TIPO DE CONTENIDO

1. Cine y animación
2. Motor
3. Música
4. Mascotas y animales
5. Deportes

6. Viajes y eventos
7. Videojuegos
8. Gente y blogs
9. Comedia
10. Entretenimiento
11. Noticias y política
12. Consejos y estilo
13. Educación
14. Ciencia y tecnología
15. ONGs y activismo

Resultados

4.1. Análisis de los resultados

Tabla 1

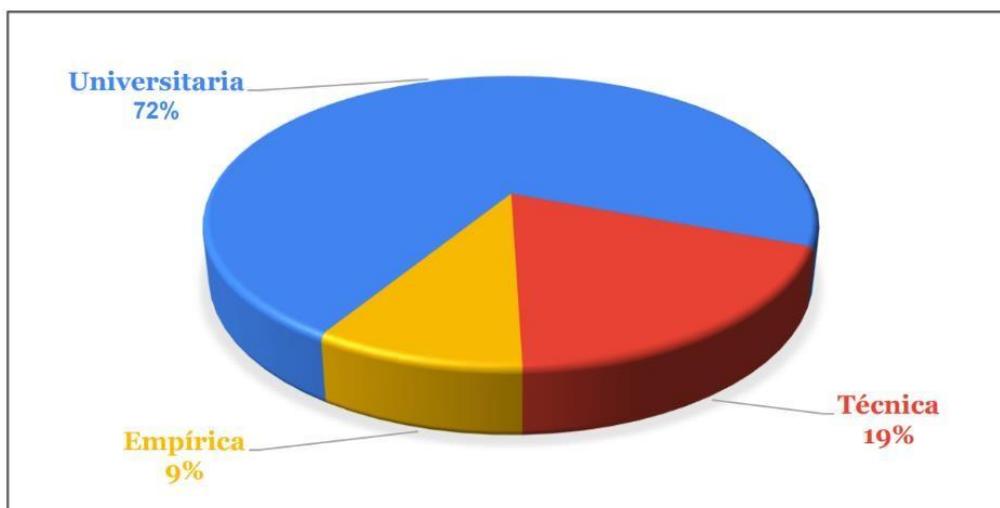
Formación profesional de los youtubers

Niveles	f	%
Universitaria	23	72%
Técnica	6	19%
Empírica	3	9%
Total	32	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1

Formación profesional de los youtubers



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 1 se puede ver que de los 32 youtubers que conforman la muestra: 23 cuentan con formación universitaria, lo que representa el 72%; 6 cuentan con formación técnica, lo que representa el 19% y, por último, 3 cuentan con formación empírica, lo que representa el 9%.

Esto refleja que más de dos tercios del total de youtubers tienen formación universitaria, un porcentaje que es notablemente superior a comparación de los otros dos tipos de formación, que son técnica y empírica, cuya suma de ambos no llega ni siquiera a representar un tercio del total.

Por tanto, se evidencia que el 72% de los youtubers han pasado por centros de formación superior y han vivenciado una suma de experiencias propias del nivel universitario, con el objetivo de salir formados con los rasgos necesarios para poder desempeñar su futura carrera profesional. Asimismo, solo el 19% ha recibido una formación técnica, la cual busca desarrollar y fortalecer las competencias, capacidades, habilidades y actitudes determinadas en la fuerza laboral, propias de su carrera técnica y se encuentran alineados con las demandas de las empresas y los sectores productivos.

Tabla 2

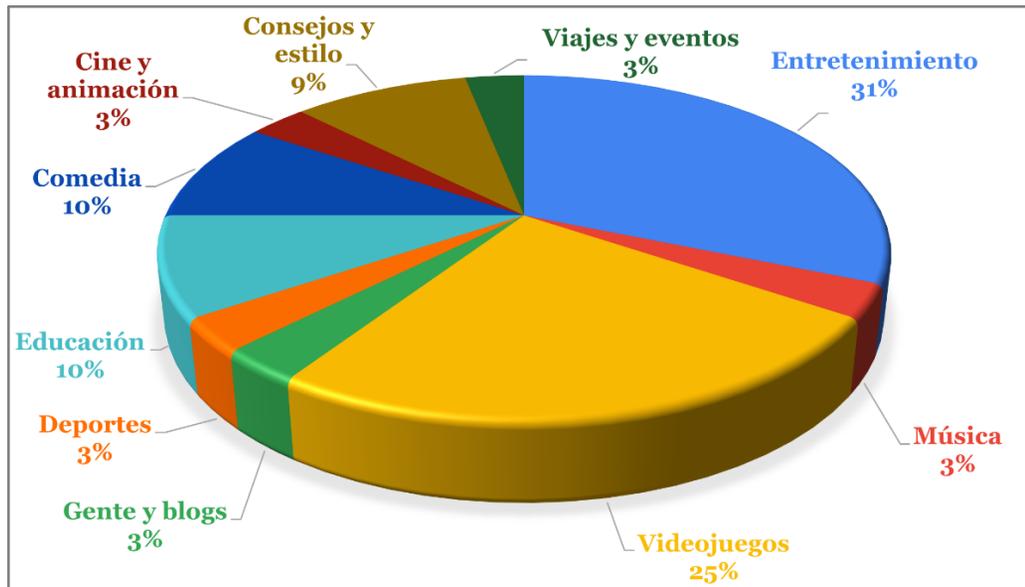
Tipo de contenido que ofrecen los youtubers

TIPO DE CONTENIDO	f	%
Entretenimiento	10	31%
Música	1	3%
Videojuegos	8	25%
Gente y blogs	1	3%
Deportes	1	3%
Educación	3	10%
Comedia	3	10%
Cine y animación	1	3%
Consejos y estilo	3	9%
Viajes y eventos	1	3%
Total	32	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2

Tipo de contenido que ofrecen los youtubers



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 2 se puede apreciar los tipos de contenido que ofrecen los 32 youtubers peruanos más seguidos que conforman nuestra muestra: 10 de ellos ofrecen contenido relacionado con el entretenimiento, lo que representa el 31%; 8 de ellos ofrecen contenido relacionado con los videojuegos, lo que representa el 25%; los tipos de contenido consejos y estilo, educación y comedia alcanzaron el 10% cada una de ellas y por último, los tipos de contenido música, gente y blogs, deportes, cine y animación, viajes y eventos alcanzaron solo el 3% cada una de ellas.

Lo que refleja que, casi una tercera parte del total de youtubers, ofrece contenido relacionado con el entretenimiento. El contenido relacionado con los videojuegos también representa otra casi tercera parte del total de youtubers. Finalmente, en la última tercera parte se encuentran el resto de los tipos de contenido, se puede ver que están casi a la par, pues no es mucha la diferencia que hay entre unos y otros.

Por tanto, se puede decir que los tipos de contenido que más predominan son el de entretenimiento, que es la categoría referida a ofrecer un contenido relacionado a curiosidades, reacciones a otros videos y memes virales; y el de videojuegos, categoría referida a ofrecer un contenido más relacionado con aplicaciones interactivas de entretenimiento que están en tendencia en estos momentos.

Tabla 3

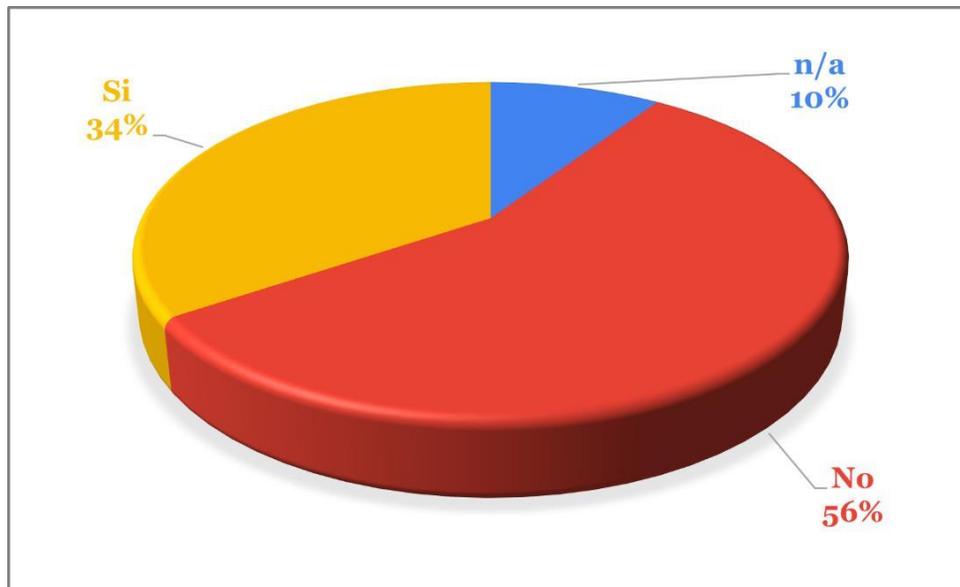
Formación profesional de los youtubers relacionada con la temática de su canal

Niveles	f	%
Si	11	34%
No	18	56%
n/a	3	10%
Total	32	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3

Formación profesional de los youtubers relacionada con la temática de su canal



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 3 se puede apreciar que de los 32 youtubers peruanos más seguidos a nivel nacional que conforman nuestra muestra: 18 de ellos, su formación profesional no está relacionada con la temática de su canal, lo que representa el 56%, 11 de ellos, su formación universitaria si está relacionada con la temática de su canal, lo que representa el 34%, y por último, 3 de los 32 youtubers no brindaron información acerca de si su formación profesional está relacionada o no con la temática de su canal, lo que representa el 10%.

Estos datos reflejan que un poco más de la mitad de los youtubers peruanos con más suscriptores a nivel nacional ofrecen un tipo de contenido que no guarda relación con la formación profesional que tienen.

Por tanto, gran parte de los youtubers peruanos han estudiado carreras o poseen conocimientos que son diferentes al tipo de contenido que suelen ofrecer en sus canales.

Tabla 4

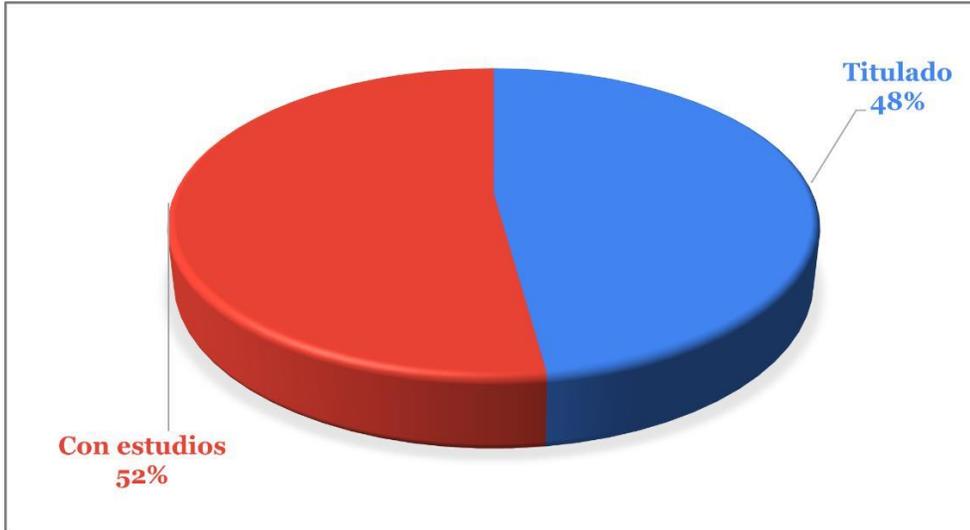
Situación académica de los youtubers universitarios

Niveles	f	%
Titulado	11	48%
Con estudios	12	52%
Total	23	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4

Situación académica de los youtubers universitarios



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 4 se puede observar que de los 23 youtubers con formación universitaria que conforman nuestra muestra: 12 cuentan con estudios, lo que representa el 52%, y los otros 11 son titulados, lo que representa el 48%.

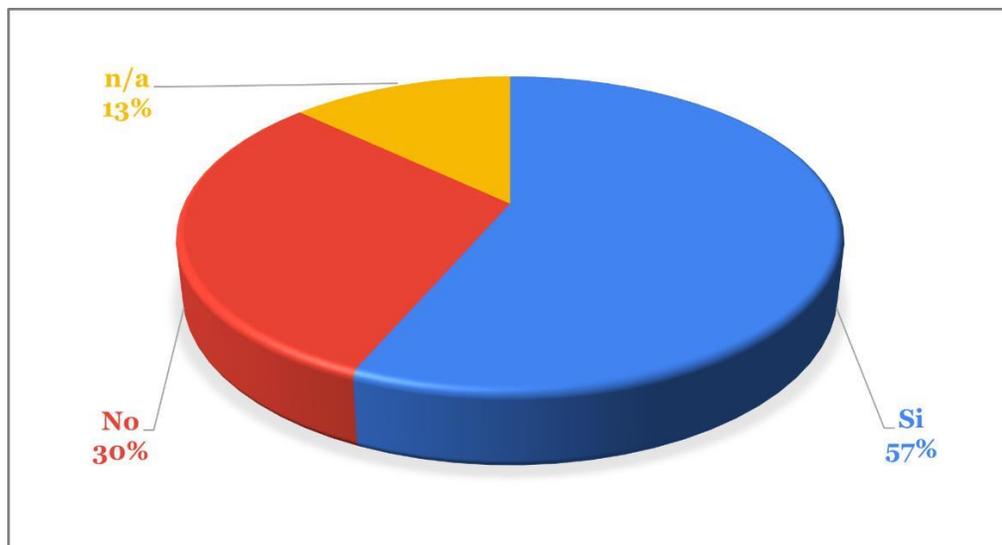
Esto refleja que casi la mitad de ellos llegaron a titularse, en cuanto al resto de youtubers con formación universitaria, algunos llegaron a concluir sus estudios y otros no.

Por tanto, se puede decir que casi la mitad de los youtubers con formación universitaria concluyeron con sus estudios, llevaron a cabo un trabajo de investigación y aprobaron la sustentación de este para poder titularse.

Tabla 5*Youtubers con formación universitaria relacionada con las TIC*

Niveles	f	%
Si	13	57%
No	7	30%
n/a	3	13%
Total	23	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5*Youtubers con formación universitaria relacionada con las TIC*

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 5 se puede observar que de los 23 youtubers universitarios que conforman nuestra muestra: 13 de ellos, su formación universitaria está relacionada con las TIC, lo que representa el 57%, 7 de ellos su formación universitaria no está relacionada con las TIC, lo que representa el 30%, y por último, 3 de los 23 youtubers no brindaron información acerca de si su formación universitaria está relacionada o no con las TIC, lo que representa el 13%.

El gráfico refleja que más de la mitad de los youtubers, cuya formación es universitaria, sus estudios guardan relación con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Por tanto, estos youtubers con formación universitaria emplean herramientas y recursos para el desarrollo, gestión y distribución de la información a través de elementos tecnológicos, como: computadoras, teléfonos, televisores, etc.

Tabla 6

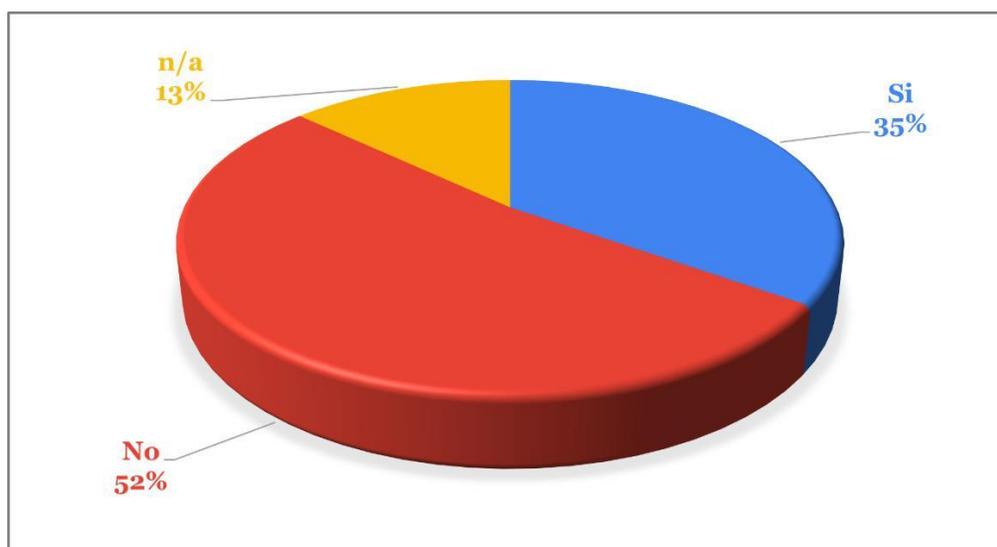
Youtubers con formación universitaria relacionada con la temática de su canal

Niveles	f	%
Si	8	35%
No	12	52%
n/a	3	13%
Total	23	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6

Youtubers con formación universitaria relacionada con la temática de su canal



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 6 se puede apreciar que de los 23 youtubers universitarios que conforman nuestra muestra: 12 de ellos, su formación universitaria no está relacionada con la temática de su canal, lo que representa el 52%, 8 de ellos, su formación universitaria está relacionada con la temática de su canal, lo que representa el 35%, y por último, 3 de los 23 youtubers no brindaron información acerca de si su formación universitaria está relacionada o no con la temática de su canal, lo que representa el 13%.

Esto refleja que el tipo contenido, de los canales de más de la mitad de los youtubers, no guarda relación con su formación universitaria.

Por tanto, los youtubers con formación universitaria han estudiado carreras que son significativamente diferentes al tipo de contenido que ofrecen en sus canales.

Tabla 7

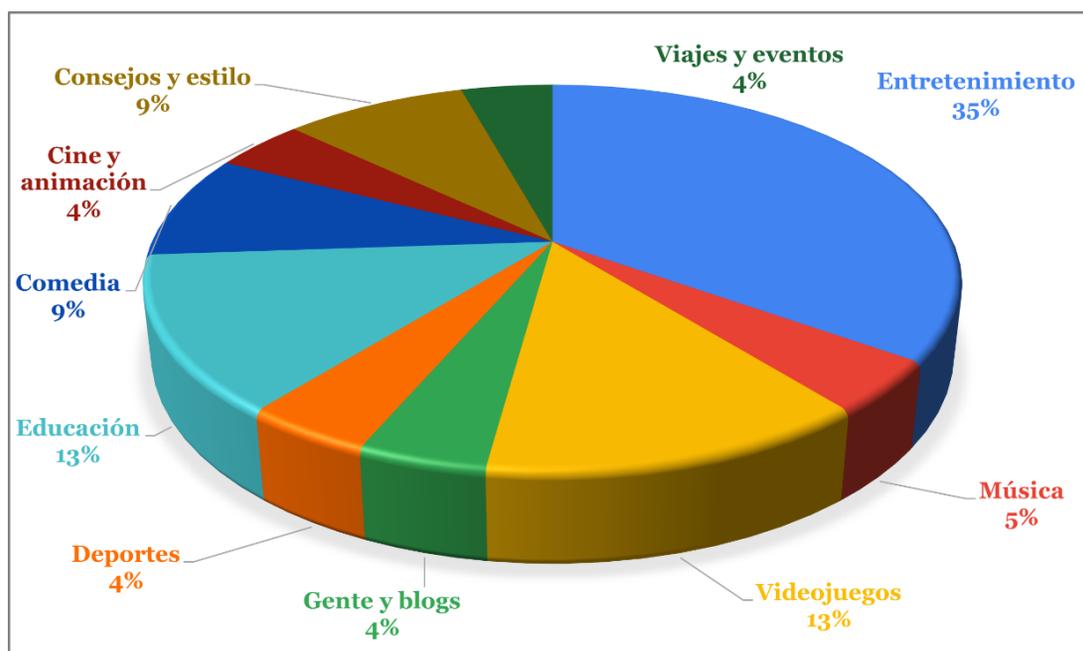
Tipo de contenido que ofrecen los youtubers con formación universitaria

TIPO DE CONTENIDO	f	%
Entretenimiento	8	35%
Música	1	5%
Videojuegos	3	13%
Gente y blogs	1	4%
Deportes	1	4%
Educación	3	13%
Comedia	2	9%
Cine y animación	1	4%
Consejos y estilo	2	9%
Viajes y eventos	1	4%
Total	23	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 7

Tipo de contenido que ofrecen los youtubers con formación universitaria



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 7 se puede apreciar los tipos de contenido que ofrecen los 23 youtubers con formación universitaria que conforman nuestra muestra: 8 de ellos ofrecen contenido relacionado con el entretenimiento, lo que representa el 35%; los tipos de contenido videojuegos y educación alcanzaron el 13% cada una de ellas, los tipos de contenido consejos y estilo, y comedia alcanzaron el 9% cada una de ellas y por último, los tipos de contenido música, gente y blogs, deportes, cine y animación, viajes y eventos alcanzaron solo el 4% cada una de ellas.

Lo que este gráfico refleja es que, un poco más de un tercio de los youtubers con formación universitaria, ofrecen contenido relacionado con el entretenimiento. En cuanto a los otros tipos de contenido, estos se encuentran distribuidos en las otras 2 terceras partes. Educación y videojuegos son un tipo de contenido que se encuentra por debajo del de entretenimiento, como uno de lo más ofrecidos por los youtubers peruanos.

Por tanto, se puede decir que el tipo de contenido que más predomina entre los youtubers con formación universitaria es el de entretenimiento, categoría referida a ofrecer un contenido relacionado a curiosidades, reacciones a otros videos y memes virales.

Tabla 8

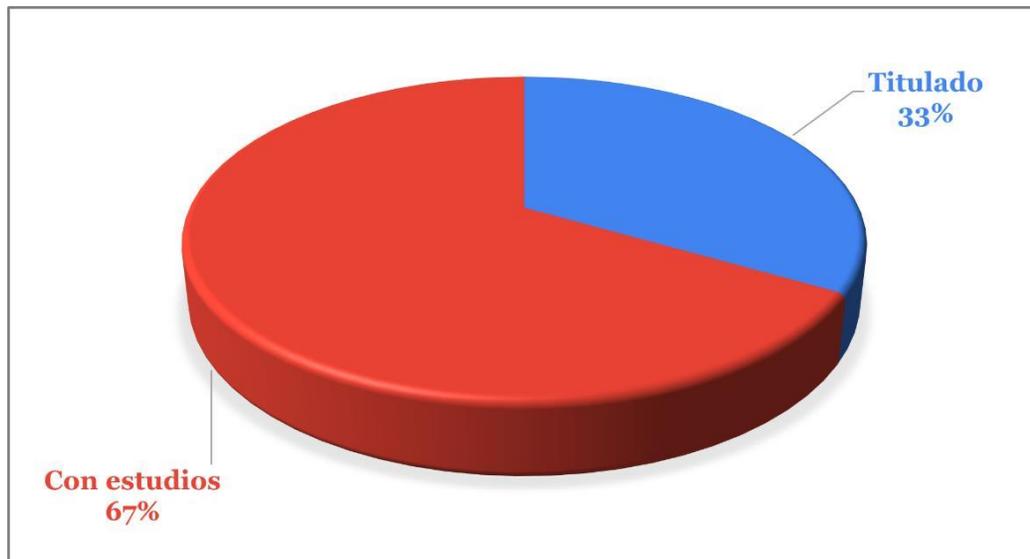
Situación académica de los youtubers técnicos

Niveles	f	%
Titulado	2	33%
Con estudios	4	67%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 8

Situación académica de los youtubers técnicos



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 8 se puede observar que de los 6 youtubers con formación técnica que conforman nuestra muestra: 4 cuentan con estudios, lo que representa el 67%, y los otros 2 son titulados, lo que representa el 33%.

Esto refleja que apenas un tercio de ellos llegaron a titularse, en cuanto al resto de youtubers con formación técnica, cuentan solo con estudios.

Por tanto, se puede decir que más de la mitad de los youtubers con formación técnica cursaron estudios enfocados en desarrollar y fortalecer las competencias, capacidades, habilidades y actitudes determinadas en la fuerza laboral con eficacia y pertinencia además de estar alineadas con las demandas de las empresas y los sectores productivos, mas no lograron obtener su título técnico.

Tabla 9

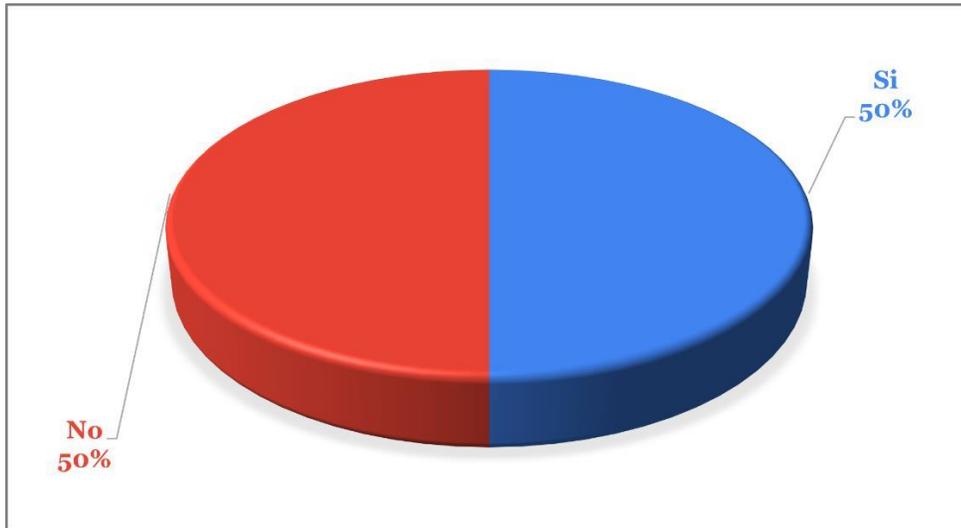
Youtubers con formación técnica relacionada con las TIC

Niveles	f	%
Si	3	50%
No	3	50%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 9

Youtubers con formación técnica relacionada con las TIC



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 9 se puede ver que de los 6 youtubers técnicos que conforman nuestra muestra: la mitad de ellos, su formación técnica está relacionada con las TIC, lo que representa el 50% y la otra mitad no.

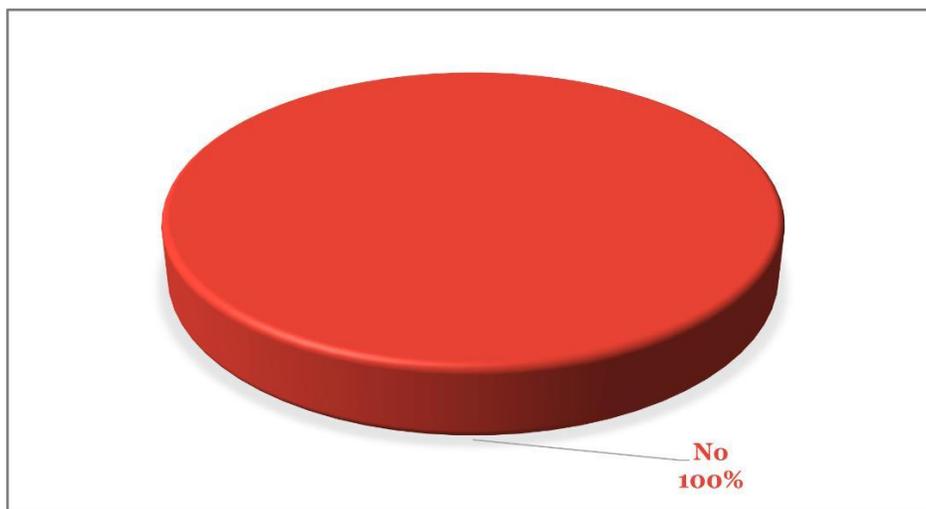
En este gráfico queda reflejado que la mitad de ellos, cuya formación es técnica, sus estudios guardan relación con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Por tanto, estos youtubers con formación técnica emplean herramientas y recursos para el desarrollo, gestión y distribución de la información a través de elementos tecnológicos, como: computadoras, teléfonos, televisores, etc.

Tabla 10*Youtubers con formación técnica relacionada con la temática de su canal*

Niveles	f	%
Si	0	0%
No	6	100%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 10*Youtubers con formación técnica relacionada con la temática de su canal*

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 10 se puede apreciar que de los 6 youtubers técnicos que conforman nuestra muestra, todos ellos tienen una formación técnica que no está relacionada con la temática de su canal.

Esto refleja que la totalidad de ellos, ofrecen un contenido que no guarda relación entre la formación técnica que ellos recibieron y la temática que ofrecen en sus canales.

Por tanto, los youtubers con formación técnica han estudiado carreras diferentes al tipo de contenido que ofrecen en sus canales.

Tabla 11

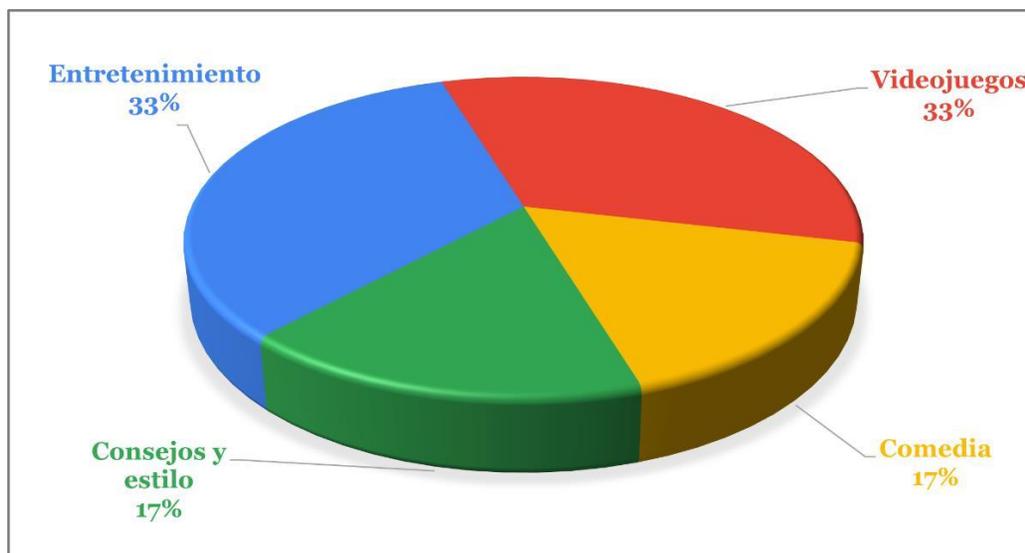
Tipo de contenido que ofrecen los youtubers con formación técnica

TIPO DE CONTENIDO	f	%
Entretenimiento	2	33%
Videojuegos	2	33%
Comedia	1	17%
Consejos y estilo	1	17%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 11

Tipo de contenido que ofrecen los youtubers con formación técnica



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 11 se puede apreciar los tipos de contenido que ofrecen los 6 youtubers con formación técnica que conforman nuestra muestra: los tipos de contenido entretenimiento y

videojuegos alcanzaron el 33% cada una de ellas y los tipos de contenido consejos y estilo, y comedia alcanzaron solo el 17% cada una de ellas.

Lo que este gráfico refleja es que, casi un tercio de los youtubers con formación técnica, ofrecen contenido relacionado con el entretenimiento, la otra casi tercera parte ofrece contenido relacionado con los videojuegos y en un poco más de un tercio, se ubican los tipos de contenido consejos y estilos, y comedia.

Por tanto, los tipos de contenido que más predominan entre los youtubers técnicos son el de entretenimiento, categoría referida a ofrecer un contenido relacionado a curiosidades, reacciones a otros videos y memes virales; y el de videojuegos, categoría referida a ofrecer un contenido más relacionado con aplicaciones interactivas de entretenimiento que están en tendencia en estos momentos.

Tabla 12

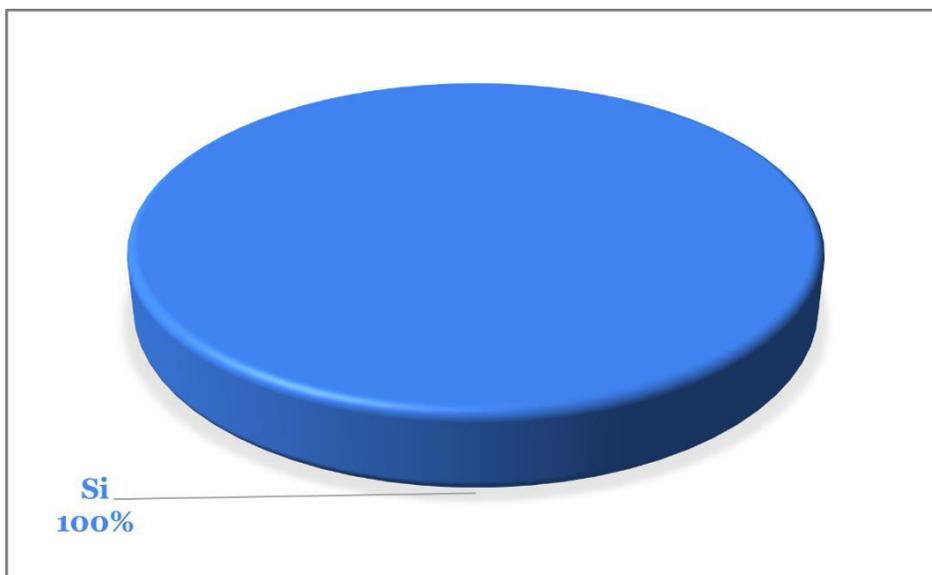
Youtubers con formación empírica relacionada con las TIC

Niveles	f	%
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 12

Youtubers con formación empírica relacionada con las TIC



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 12 se puede ver que los 3 youtubers empíricos que conforman esta muestra, sus conocimientos están relacionados con las TIC, lo que representa el 100%.

En este gráfico queda reflejado que todos los youtubers empíricos, cuyos conocimientos los han adquirido a través de la experiencia interesada e intencional, están relacionados con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Por tanto, los youtubers empíricos que adquirieron sus conocimientos a través de la observación, repetición y/o experimentación emplean herramientas y recursos para el desarrollo, gestión y distribución de la información en su canal a través de elementos tecnológicos.

Tabla 13

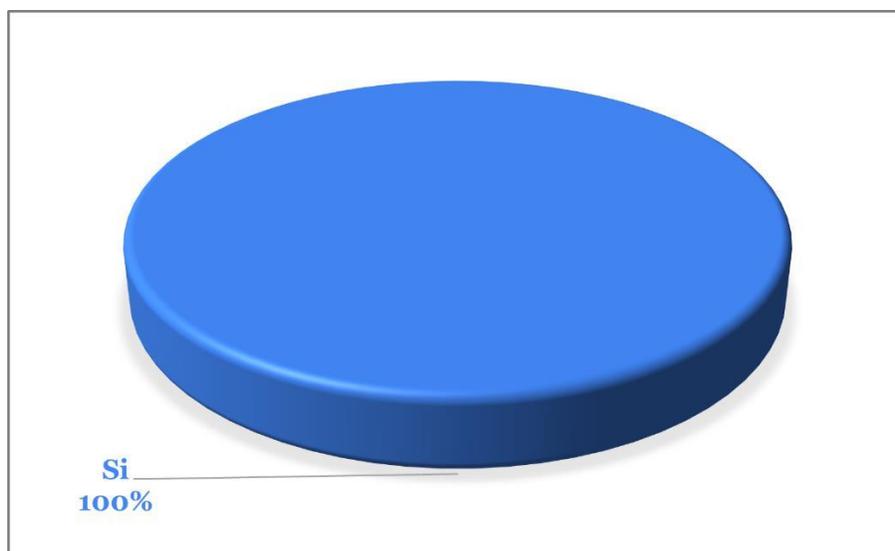
Youtubers con formación empírica relacionada con la temática de su canal

Niveles	f	%
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 13

Youtubers con formación empírica relacionada con la temática de su canal



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 13 se puede ver que los 3 youtubers empíricos que conforman esta muestra, sus conocimientos están relacionados con la temática de su canal, lo que representa el 100%.

En este gráfico queda reflejado que todos los youtubers empíricos, cuyos conocimientos los han adquirido a través de la experiencia interesada e intencional, están relacionados con la temática de su canal.

Por tanto, el conocimiento que tienen los youtubers empíricos, adquiridos a través de la observación, repetición y/o experimentación, guarda relación con el tipo de contenido que ofrecen en sus canales.

Tabla 14

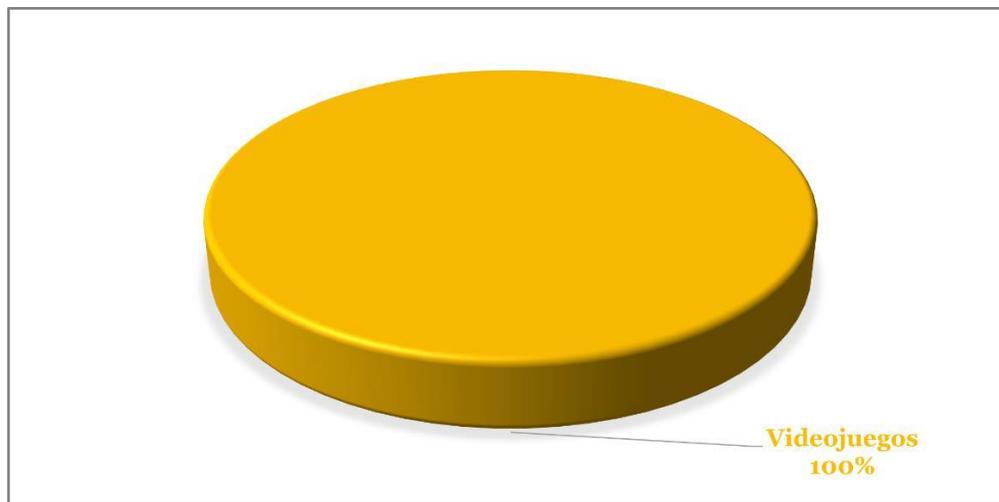
Tipo de contenido que ofrecen los youtubers con formación empírica

TIPO DE CONTENIDO	f	%
Videojuegos	3	100%
Total	3	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 14

Tipo de contenido que ofrecen los youtubers con formación empírica



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 14 se puede apreciar que, el tipo de contenido que ofrecen los 3 youtubers empíricos que conforman esta muestra, es el de videojuegos, lo que representa el 100%.

Lo que este gráfico refleja es que el tipo de contenido que predomina en los youtubers empíricos es de videojuegos.

Por tanto, el tipo de contenido que mayor presencia tiene en los youtubers empíricos es de videojuegos, categoría referida a ofrecer un contenido más relacionado con aplicaciones interactivas de entretenimiento que están en tendencia en estos momentos.

Conclusiones

A continuación, se dará a conocer las principales conclusiones que se obtuvieron en la investigación “Formación profesional y tipo de contenido de los youtubers peruanos más seguidos” en relación con los objetivos de la investigación planteados al inicio de este estudio.

CONCLUSIÓN 1:

La formación profesional de los youtubers, objeto de nuestro estudio, evidencian que éstos tienen un conjunto de enseñanzas cuyo objetivo principal es capacitarse para que puedan desarrollar una actividad profesional. Sus estudios les han permitido desarrollar competencias profesionales para desempeñarse en diversos trabajos. Sin embargo, nuestra investigación reflejó que el 56% de los youtubers presentan como contenido de su canal una temática distinta a su formación profesional, resultando como falsa nuestra hipótesis general.

CONCLUSIÓN 2:

De los youtubers peruanos más seguidos, el 72% de ellos tienen una formación universitaria, es decir, han pasado por centros de formación superior y han vivido una suma de experiencias propias del nivel universitario, con el objetivo de salir formados con los rasgos necesarios para poder desempeñar su futura carrera profesional. Asimismo, solo el 19% ha recibido una formación técnica, la cual busca desarrollar y fortalecer las competencias, capacidades, habilidades y actitudes determinadas en la fuerza laboral, propias de su carrera técnica y se encuentran alineados con las demandas de las empresas y los sectores productivos. Por último, solo el 9% evidencia que sus conocimientos los han adquirido con el pasar del tiempo y la experiencia a través de la observación, la repetición y de la experimentación, es decir, presentan una formación empírica.

CONCLUSIÓN 3:

Los tipos de contenido que más predominan son el de entretenimiento, que es la categoría referida a ofrecer un contenido relacionado a curiosidades, reacciones a otros videos y memes virales; y el de videojuegos, categoría referida a ofrecer un contenido más relacionado con aplicaciones interactivas de entretenimiento que están en tendencia en estos momentos.

CONCLUSIÓN 4:

De los youtubers con formación universitaria, el 52% tiene estudios universitarios y el 48% logró titularse. Si bien el 57% de ellos su formación universitaria está relacionada con las TIC, el contenido de su canal no guarda una relación significativa con su formación universitaria ya que solo alcanza el 52%, siendo la diferencia apenas mínima, porque el tipo de contenido que predomina es de entretenimiento y videojuegos.

CONCLUSIÓN 5:

De los youtubers con formación técnica, más de la mitad de ellos cuentan con estudios técnicos y solo el 33% llegó a titularse. Pese a que la mitad de ellos, su formación técnica está relacionada con las TIC, el 100% de los youtubers ofrecen un contenido diferente a su formación técnica, porque el tipo de contenido que predomina es de entretenimiento y videojuegos.

CONCLUSIÓN 6:

De los youtubers con formación empírica, todos ellos han adquirido conocimientos, por observación, repetición y/o experimentación, que están relacionados con las TIC, así como también con la temática que ofrecen en sus canales. El tipo de contenido que predomina en este grupo de youtubers es el de videojuegos.

CONCLUSIÓN 7:

El tipo de contenido que presentan en sus canales los youtubers peruanos más seguidos, tanto los universitarios, técnicos y empíricos, está referido a la categoría que ofrece un contenido más relacionado con los videojuegos, categoría referida a ofrecer un contenido más relacionado con aplicaciones interactivas de entretenimiento que están en tendencia en estos momentos y para el caso de entretenimiento, es decir, categoría referida a ofrecer un contenido relacionado a curiosidades, reacciones a otros videos y memes virales, se encuentra en los youtubers con formación universitaria y técnica.

Recomendaciones

Los resultados que se obtuvieron en esta investigación brindan información focalizada de la relación que existe entre la formación profesional y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos.

RECOMENDACIÓN 1:

Los youtubers deberían ofrecer en sus canales contenidos que estén más relacionados con la formación profesional que ellos recibieron, ya que al haber estudiado una carrera tienen los conocimientos necesarios sobre ello y están en la capacidad de poder transmitirlos a sus suscriptores, aportando de esta manera un contenido de valor.

RECOMENDACIÓN 2:

Los youtubers deberían garantizar en sus canales la presencia de un contenido de valor: redactado, planeado, organizado y utilizado estratégicamente, para de esta manera generar beneficios para su comunidad.

RECOMENDACIÓN 3:

Se debería brindar a los youtubers oportunidades de formación especializada que desarrolle habilidades y les dé conocimientos como por ejemplo sobre la política de comunicación, la figura que tiene un community manager, manejo de las redes sociales, los blogs, el microblogging, cómo animar a su comunidad, la reputación online que se van formando, las licencias en la red, los factores en social media, etc.

RECOMENDACIÓN 4:

Los youtubers deberían de dar a conocer más la formación profesional que tienen, ya que se pudo apreciar que gran parte de ellos cuentan con formación universitaria y técnica. De esta

manera se rompería con la creencia de que los youtubers no cuentan con estudios superiores y además se fomentaría la importancia que tienen estos en el crecimiento profesional de las personas.

RECOMENDACIÓN 5:

Incentivar a los futuros investigadores a que realicen estudios de este tipo, pero en otras redes sociales como Instagram, Tik Tok y así concientizar a los “influencers” la repercusión que tienen en las personas.

Referencias

- Alexa. (2021). *An Amazon.com company*. Obtenido de Top Sites in Peru: <https://www.alexacom.com/topsites/countries/PE>
- Ayay, G. (2016). *Relación entre la formación profesional y el desempeño laboral en los docentes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas*. Trujillo, Perú.
- Banco de Desarrollo de América Latina. (2015). *Educación Técnica y Formación Profesional en el Perú*. Bogotá, Colombia: Corporación Andina de Fomento.
- Barrientos, C. (2016). *El formador de la educación superior técnico profesional. Un análisis de los factores contextuales y competenciales que afectan su labor*. Barcelona, España.
- Berzosa, M. (2017). *Youtubers y otras especies: El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*. Barcelona / Madrid, España: Ariel y Fundación Telefónica.
- Caplan, B. (2018). *The Case Against Education-Why the Education System Is a Waste of Time and Money*. Nueva Jersey, Estados Unidos: Princeton University Press.
- Carrasco, S. (2002). *Gestión educativa y calidad de formación profesional en la facultad de educación de la UNSACA*. Lima, Perú.
- Casanova, F. (2003). *Formación Profesional y Relaciones Laborales* (Primera ed.). Montevideo, Uruguay.
- Consejo de Asturias de la Formación Profesional. (2017). *Memoria de la Formación Profesional Asturias*. Asturias, España. Obtenido de http://www.magma-store.com/consejo/ficheros/documentos/1550828706.1086_Memoria_Maquetacion_2017.pdf
- Consejo Nacional de Educación. (2020). *Proyecto Educativo Nacional 2036* (Primera edición ed.). Lima, Perú. Obtenido de <https://www.cne.gob.pe/uploads/publicaciones/2020/proyecto-educativo-nacional-al-2036.pdf>
- Datum. (Octubre de 2020). *Comportamiento online ante coyuntura COVID-19*. Obtenido de https://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/Comportamiento%20online%20ante%20coyuntura%20Covid-19%20Octubre_201019023803.pdf
- Díaz, D., & Ludeña, M. (2019). *Efectos de la publicidad emergente en Youtube y la influencia que presenta en la actitud de los Millennials de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana*. Lima, Perú.
- Fernández, A. (2019). *Youtube como plataforma de difusión de contenido y soporte publicitario. Análisis de los youtubers más relevantes en el ámbito nacional español*. Valencia, España.
- Fonseca, A. (2014). *Marketing Digital en Redes Sociales: Lo imprescindible en Marketing Online para tu empresa en las Redes Sociales*.
- Foro Educativo & Consorcio Universidades. (2001). *La Universidad en el Perú: Desafíos y Preguntas*. Lima, Perú.
- Gamerdic. (2014). *Definición de youtuber*. Cultura gamer. Obtenido de <https://www.gamerdic.es/termino/youtuber>

- Geyser, W. (14 de Octubre de 2020). *Influencer Marketing Hub*. Obtenido de Los 12 Mejores Tipos de Contenido para Tener Éxito en el Crecimiento de un Canal de YouTube: <https://influencermarketinghub.com/es/mejores-tipos-de-contenido-canal-de-youtube/>
- Gómez, N. (2014). *Youtubers: fenómeno de la comunicación y vehículo de transmisión cultural para la construcción de identidad adolescente*. Cantabria, España: Universidad de Cantabria.
- Gómez, O. (2018). *El youtuber como influenciador social, desde la perspectiva de la comunicación educativa*. Bogotá, Colombia.
- Gonzales, C. (2012). *Políticas Estatales de Formación Profesional y Formación Profesional Universitaria*. Lima, Perú.
- González, G. (2 de Marzo de 2020). *Lifeder*. Obtenido de Conocimiento empírico: características, tipos, ejemplos.: <https://www.lifeder.com/conocimiento-empirico/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). México D.F., México.
- Herranz, P. (2014). *Proyecto Youtuber*. Valladolid, España: Universidad de Valladolid. Obtenido de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/6134>
- Losada, I. (2016). *Youtube como aliado de los medios de comunicación tradicionales en España para la difusión de contenido*. Cataluña, España.
- Mejía, E. (2011). *El proceso de elaboración del currículo para la formación profesional universitaria* (Vol. 15). Lima, Perú.
- Merino, M. (27 de Enero de 2021). *TreceBits*. Obtenido de Las redes sociales más usadas en el mundo en 2021: <https://www.trecebits.com/2021/01/27/las-redes-sociales-mas-usadas-en-el-mundo-en-2021/>
- MINEDU & Consejo Nacional de Educación. (2007). *Proyecto Educativo Nacional al 2021*. Lima, Perú.
- MINEDU. (2014). *Ley Universitaria. Ley N°30220*. Lima, Perú. Obtenido de http://www.minedu.gob.pe/reforma-universitaria/pdf/ley_universitaria.pdf
- MINEDU. (2016). *LEY DE INSTITUTOS Y ESCUELAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y DE LA CARRERA PÚBLICA DE SUS DOCENTES. LEY N° 30512*. Lima, Perú. Obtenido de <http://www.minedu.gob.pe/ley-de-institutos/pdf/ley-de-institutos.pdf>
- MINEDU. (2018). *ESCALE-Estadísticas educativas*. Lima, Perú.
- MINEDU. (2021). *Educación Superior Tecnológica*. Lima, Perú. Obtenido de <http://www.minedu.gob.pe/superiortecnologica/>
- Minedu. (s.f.). *GUÍA SOBRE EL SISTEMA DE EDUCACIÓN UNIVERSITARIA: REPÚBLICA DEL PERÚ*. Obtenido de Sistema de Educación Superior Universitario: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1429751/Guia%20Pais.%20Peru%CC%81.pdf>

- Ministerio de Educación. (2010). *Manual pedagógico de formación y orientación laboral* (Primera ed.). Lima, Perú: El Comercio S. A.
- Moreno, L. (2019). *Los YouTubers como influencias en el proyecto de vida de los jóvenes estudiantes de décimo y décimo primer grado. Caso Sagrada Familia de Nazaret*. Chía, Colombia.
- MTPE. (2000). *Boletín de Economía Laboral*. Lima, Perú. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/bel/bel15.pdf>
- Norberto, L., & Lacorte, N. (2015). *De los bloopers a los youtubers. Diez años de youtube en la cultura digital*. Buenos Aires, Argentina: Revista Especializada en Periodismo y Comunicación. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45023/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Orts, J. (2016). *Youtubers: análisis de las principales figuras en España y su contenido audiovisual*. Alicante, España: Universidad de Alicante. Obtenido de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/56160>
- Osman, M. (8 de Junio de 2021). *Kinsta*. Obtenido de Estadísticas y Datos Impresionantes del YouTube (El Segundo Sitio Más Visitado): <https://kinsta.com/es/blog/estadisticas-youtube/>
- Osorio, J. (2020). *Los "youtubers" como modalidad emergente de producción audiovisual en el Perú*. Lima, Perú.
- Palop, V. (2015). *La Formación Profesional y su incidencia en el desarrollo local*. Valencia, España.
- Pastén, A. (2015). *Significados sobre la educación técnica, de estudiantes de centros de formación técnica de la región metropolitana*. Santiago, Chile.
- Pérez, J. (2013). *La actualidad en Youtube: claves de los vídeos más vistos durante un mes*. México: Global Media Journal México.
- Ponce, I. (2016). *MONOGRÁFICO: Redes Sociales-Clasificación de redes sociales*.
- Porta, C. (2019). *Formación profesional dual como factor importante para la productividad laboral*. Lima, Perú.
- Prieto, R. (2012). *Youtube como paradigma del vídeo y la televisión en la web 2.0*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid .
- RAE. (2019). *Real Academia Española*. Madrid, España. Obtenido de <https://www.rae.es/>
- Rivera, C., & Rosas, M. (2019). *Canal de YouTube "Viaja y Prueba" y su influencia en los millennials limeños para la elección de huariques en el Perú, 2019*. Lima, Perú.
- Rodríguez, J. (2013). *Modelo de Negocio para un canal de Youtube*. Bogotá, Colombia. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/14643/RodriguezdelaEspriellaJuanSebastian2013.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

- RPP. (5 de Noviembre de 2019). *8 de cada 10 peruanos conectados a internet ingresan a YouTube todos los días, según estudio*. Obtenido de <https://rpp.pe/tecnologia/google/youtube-8-de-cada-10-peruanos-conectados-a-internet-ingresan-a-la-plataforma-todos-los-dias-segun-estudio-noticia-1228332?ref=rpp>
- Social Blade. (2021). *TOP 100 YOUTUBERS IN PERU SORTED BY SUBSCRIBERS*. Obtenido de <https://socialblade.com/youtube/top/country/pe/mostsubscribed>
- SUNEDU. (2019). *Portal principal institucional, diversas secciones*. Lima, Perú.
- SUNEDU. (2020). *II INFORME BIENAL SOBRE LA REALIDAD UNIVERSITARIA EN EL PERÚ, 2020*. Lima, Perú.
- T, T. (23 de Octubre de 2018). *Octoly*. Obtenido de Los 10 tipos de vídeos más populares en YouTube: <https://mag-es.octoly.com/los-10-tipos-de-v%C3%ADdeos-m%C3%A1s-populares-en-youtube-460b69b098ae>
- Torres, J. (2014). *Subiendo videos a YouTube: de hobby a negocio una guía para principiantes del programa de socios de YouTube*. Quito, Ecuador: Universidad San Francisco de Quito. Obtenido de *Subiendo videos a YouTube: de hobby a negocio una guía para principiantes del programa de socios de YouTube*.
- UNESCO. (2019b). *Institute of Statistics*. París, Francia.
- Urbina, G. (2018). *La formación profesional y la demanda laboral de los estudiantes de turismo y hotelería en la universidad nacional de Cañete 2016*. Lima, Perú.
- We are Social. (2021). *SPECIAL REPORT: Digital 2021. Your ultimate guide to the evolving digital word*. Obtenido de Hootsuite: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/>
- Wiener, L. (2018). *Estado del arte: inserción laboral y empleabilidad*. Lima, Perú: PUCP.
- Yamada, G. (2007). *Retornos a la educación superior en el mercado laboral: ¿vale la pena el esfuerzo?* Lima, Perú: Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES) & Universidad del Pacífico.
- Yi Min Shum Xie. (5 de Marzo de 2021). *Situación digital, Internet y redes sociales Perú 2021*. Obtenido de <https://yiminshum.com/redes-sociales-peru-2021/>
- Yi Min Shum Xie. (9 de Febrero de 2021). *Yi Min Shum Xie*. Obtenido de Resumen de YouTube 2021: <https://yiminshum.com/youtube-2021-digital/>

ANEXO

Anexo 01: Matriz de consistencia

Título: Formación profesional y tipo de contenido de los youtubers peruanos más seguidos, 2021 Autor: BANJI DAYANNA BLANCO FLORES				
Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores	
<p>Problema general:</p> <p>¿Qué relación existe entre la formación profesional y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>¿Qué relación existe entre la formación universitaria y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021?</p> <p>¿Qué relación existe entre la formación técnica y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021?</p> <p>¿Qué relación existe entre la formación empírica y el tipo de contenido que ofrecen los</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Identificar qué relación existe entre la formación profesional y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar qué relación existe entre la formación universitaria y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021</p> <p>Determinar qué relación existe entre la formación técnica y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, 2021</p> <p>Determinar qué relación existe entre la formación empírica y el tipo de contenido que ofrecen los</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>Existen relaciones significativas entre la formación profesional y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, Perú - 2021</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <p>Existen relaciones significativas entre la formación universitaria y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, Perú - 2021</p> <p>Existen relaciones significativas entre la formación técnica y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, Perú - 2021</p> <p>Existen relaciones significativas entre la formación empírica y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, Perú - 2021</p>	Variable 1: Formación profesional	
			Dimensiones	Indicadores
			Formación universitaria	Titulado Con estudios Relacionados con las TIC Relacionados con la temática de su canal
Formación técnica	Titulado Con estudios Relacionados con las TIC Relacionados con la temática de su canal			
Formación empírica	Conocimientos empíricos por observación Conocimientos empíricos por repetición			

youtubers peruanos más seguidos, 2021?	youtubers peruanos más seguidos, 2021	Existen relaciones significativas entre la formación empírica y el tipo de contenido que ofrecen los youtubers peruanos más seguidos, Perú - 2021		Conocimientos empíricos por experimentación Relacionados con las TIC Relacionados con la temática de su canal
Variable 2: Tipo de contenido				
Dimensiones			Indicadores	
Cine y animación Motor Música Mascotas y animales Deportes Viajes y eventos Videojuegos Gente y blogs Comedia Entretenimiento Noticias y política Consejos y estilo Educación Ciencia y tecnología ONGs y activismo			Presenta contenido de acuerdo a la categoría que pertenece.	