

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE PSICOLOGÍA



LA RELACIÓN ENTRE EL *BINGE WATCHING*, LAS MOTIVACIONES PARA VER SERIES Y EL ESTRÉS PERCIBIDO EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
BACHILLERA EN PSICOLOGÍA**

Presentado por

Icochea Espinoza, Indira Fralisa

ASESORA

Hwang, Josephine

2020

Agradecimientos

Gracias a todos los que me acompañaron, ayudaron y sostuvieron a lo largo de estos años, tanto amigos como familia.

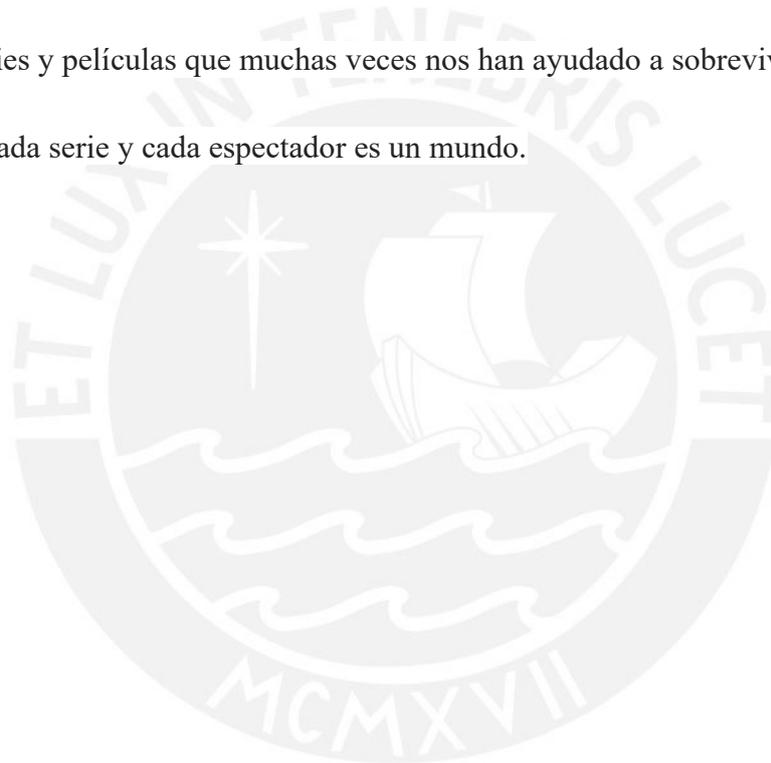
A mamá, ¡gracias por ser mi compañera de aventuras!

A dos de las mujeres más fuertes que he conocido; la Sra Ursula y mi madrina.

A Josephine, mi asesora, por su guía, paciencia, apoyo y fortaleza. ¡Lo logramos!

Y a aquellas series y películas que muchas veces nos han ayudado a sobrevivir.

Cada película, cada serie y cada espectador es un mundo.



Resumen

El propósito de la presente tesis fue describir el comportamiento del binge watching y explorar la relación entre este, las motivaciones para ver series televisivas y el estrés percibido en estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana. Si bien aún no hay un consenso, el binge watching se suele definir como el ver dos a más episodios de una misma serie de manera continua. Con el fin de profundizar en las características de este comportamiento durante la pandemia del COVID-19, se realizó un estudio cuantitativo no experimental con un diseño transeccional correlacional en una muestra de 141 estudiantes, 28 hombres (19.9%) y 113 mujeres (80.1%) entre los 18 a 25 años ($M = 20.37$, $DE = 1.93$) que se encontraran matriculados y llevando cursos en la universidad de interés. Los instrumentos utilizados fueron el Watching TV Series Motives Questionnaire (WTSMQ) y la Escala de Estrés Percibido (EEP-14). Además, se incluyeron 6 preguntas que buscaban describir el comportamiento del binge watching en la muestra que fueron elaboradas en base a los cuestionarios de Winland (2015) y Flayelle, Maurage y Billieux (2017) y adaptadas al objetivo de la presente tesis. Los resultados señalan que el 96.5% de los participantes solían ver de dos a más capítulos seguidos en una sola sesión. No se encontró una correlación significativa tanto entre el número de episodios vistos en una misma sesión y el estrés percibido como entre el número de episodios vistos en una misma sesión y la motivación de interacción social. Sin embargo, se encontró una correlación significativa mediana entre el estrés percibido y la motivación de afrontamiento-escape para ver series televisivas lo cual indica que los estudiantes universitarios consumen series televisivas como un mecanismo de afrontamiento-escape ante el estrés percibido.

Palabras clave: binge watching, series televisivas, motivación, estrés percibido, estudiantes universitarios

Abstract

The purpose of this research was to describe the binge watching behaviour and explore the relationship between it, the motivations to watch tv series and perceived stress in students of a private university in Lima, Perú. Although there is no common agreement for the definition of binge watching, it is commonly defined as a person watching two or more episodes in one sitting. In order to characterize this behaviour during the COVID-19 pandemic, a quantitative study with a cross-sectional descriptive design was conducted in a sample of 141 students, 28 men (19.9%) and 113 women (80.1%) between 18 and 25 years old ($M = 20.37$, $DE = 1.93$) that were currently enrolled and taking courses in the chosen university. The instruments used were the Watching TV Series Motives Questionnaire (WTSMQ) and the Perceived Stress Scale (EEP-14). Furthermore, six questions were included to help describe the binge watching behaviour in the sample. These questions were elaborated on the basis of the questionnaires made by Winland (2015) and Flayelle, Maurage y Billieux (2017) and were adapted to the purpose of this thesis. The results of this study indicated that 96, 5% of the participants watched two or more episodes in one sitting. No significant correlation was found between the number of episodes watched in one sitting and perceived stress as well as between the number of episodes watched in one sitting and the motive of social interaction. A significant association was found between perceived stress and the motive of coping-escapism for watching tv series which indicates that university students use tv series as a coping-escapism mechanism in light of perceived stress.

Key words: binge watching, tv series, motivations, perceived stress, university students

Tabla de contenidos

Introducción	1
Método	13
Participantes	13
Medición	14
Procedimiento	17
Análisis de datos	17
Resultados	19
Discusión	23
Referencias	30
Tablas	43
Anexo 1: Consentimiento informado	46
Anexo 2: Cuestionario socio-demográfico	47
Anexo 3: Binge Watching	49
Anexo 4: Devolución de resultados generales	51

La Relación entre el *Binge Watching*, las Motivaciones para ver Series Televisivas y el Estrés Percibido en Estudiantes Universitarios

Gracias a los avances tecnológicos y cinematográficos de las últimas décadas, se ha visto una transformación vertiginosa en todo lo que abarca el entretenimiento audiovisual. De las grandes salas de cine a pantallas cada vez más individualizadas, hoy en día las plataformas digitales de streaming, como Netflix, permiten a los diversos consumidores ver un show televisivo que se ajuste a sus intereses personales cuando quieran y dónde quieran (Carr, 2014; Correa, 2013; Damratoski, Field, Mizell, & Budden, 2011; McGinty, 2013; Pichard, 2011; Schweidel & Moe, 2016; Sepinwall, 2013; Shim & Kim, 2018). Mediante una librería abundante de contenidos disponibles a la que se puede acceder a través de una computadora, celular, tablet, smart TV u otro dispositivo de transmisión de contenido multimedia con conexión a internet, los servicios de streaming ofrecen una experiencia sin necesidad de interrupciones (como anuncios comerciales o problemas con los horarios) e incluso con la facilidad de poder descargar y guardar el o los capítulos con antelación para poder verlos sin conexión a internet (Carr, 2014; Correa, 2013; Damratoski et al., 2011; McGinty, 2013; Pichard, 2011; Schweidel & Moe, 2016; Sepinwall, 2013). Es así que los espectadores ya no están limitados a organizar sus horarios para ver un episodio de una serie por semana en una hora determinada por una cadena televisiva (Hirsén, 2015; Sodano, 2012) sino que pueden consumir contenido audiovisual de manera personalizada, fácil, inmediata y hasta en grandes cantidades.

El consumo de varios capítulos seguidos de una misma serie es conocido como el *binge watching*. Diversos estudios de marketing en Estados Unidos han enfatizado sobre cómo el número de reportes de personas que realizan *binge watching* ha aumentado del 61% al 92% en los últimos 3 años (Deloitte's Digital Democracy Survey, 2017 en Flayelle et al., 2019). El *binge watching* consiste en ver dos o más episodios de una serie de manera

continua (Giuffre, 2013; Riddle et al., 2017). Suele estar asociado a la edad, siendo muy común en adultos jóvenes (Devasagayam, 2014) y, a nivel mundial, se populariza y evidencia muchas veces en estudiantes universitarios, típicamente coincidiendo con los años de la adolescencia tardía y el inicio de la adultez temprana o adultez emergente, comprendida desde los 17 hasta los 25 o un poco más de años (Berger, 2001, 2007). Ejemplificado en redes sociales por frases como “andas viendo Netflix como si no tuvieras pendiente una tesis”, esta clase de comentario presenta al binge watching como un comportamiento común entre universitarios. Además, indica, a través de su tono irónico, una incongruencia observada entre el concentrado consumo de series y películas por parte de los estudiantes en medio de, y a pesar de, las diversas demandas de estudios superiores. Según información reportada por la empresa de Investigación de Mercados IPSOS en el Perú, en febrero del 2020, el 54% de los adolescentes (13 a 20 años) y el 38% de los adultos jóvenes (21 a 35 años) se encontraban expuestos a plataformas de streaming de videos.

En el contexto de emergencia sanitaria ocasionado por el COVID-19, diversas sociedades alrededor del mundo experimentaron un quiebre en la percepción de seguridad debido a un aumento en el temor al riesgo de contagio, a la pérdida de empleo y al deterioro de la situación económica (Hamouche, 2020). Esto ocasionó un incremento en la ansiedad y un quiebre emocional en la población debido al aumento de las noticias sobre el desarrollo de la pandemia (Rubin & Wessely, 2020) a lo que se sumó la decisión de diversos gobiernos alrededor del mundo de declarar la inmovilización y el distanciamiento social obligatorio con la finalidad de evitar el contagio masivo de la población (CDC, 2020). El tener que pasar mayor tiempo en casa podría crear, entonces, una condición ideal para el incremento de actividades de fácil acceso y disponibilidad que involucren la internet y/o televisión, como el binge watching. Asimismo, diversos servicios de streaming (e.g., HBO Go y Amazon Prime Video) se volvieron asequibles durante el periodo de aislamiento social al permitir incluso,

algunos, el acceso gratuito de la población a sus plataformas (La República, 2020). En el primer cuatrimestre del 2020, Netflix incrementó en 10.9 millones su número de suscriptores a nivel mundial. En ese mismo mes, en el Perú, Osiptel informó que el consumo de Netflix repuntó en 73%, siendo este aplicativo el responsable del 7% del uso de la red y tratándose de la aplicación más usada (Mercado Negro, 2020).

Durante la pandemia del COVID-19, la población estudiantil universitaria se enfrentó al postergamiento del inicio de clases, el cambio del dictado de clases presencial al virtual, a la variación de su situación económica y familiar y, a la incertidumbre (MINEDU, 2020; Andina, 2020). A este panorama se sumó el aislamiento social obligatorio y la inmovilización social obligatoria por los cuales se vieron limitadas las posibilidades de actividades que ayudaran a afrontar las diversas preocupaciones, lograr una estabilidad emocional e incluso socializar (Dixit, Marthoenis, Yasir, Sharma & Kumar, 2020). El binge watching podría haberse convertido, entonces, en aquella actividad que se puede realizar dentro del hogar, ser asequible económicamente y de fácil acceso (Dixit et al., 2020). Es por ello que, con el propósito de profundizar en el comportamiento del binge watching entre universitarios, el presente estudio propone investigar la relación entre el binge watching, las motivaciones para ver series televisivas y el estrés percibido en estudiantes de una universidad privada de Lima durante la pandemia del COVID-19.

Binge Watching

El binge watching o atracón de series es un comportamiento que consiste en ver varios episodios de una serie de manera continua (Giuffre, 2013; Riddle et al., 2017). El término “binge” o atracón es definido como el consumo en cantidades excesivas de un producto en un período corto de tiempo (Greene & Maggs, 2017; Heatherton & Baumeister, 1991 en Shim & Kim, 2018). Si bien aún no hay un consenso sobre la definición del binge watching, en los últimos años diversos estudios empíricos lo definen como ver dos a más

episodios consecutivos de una misma serie en una sola sesión (Harris Interactive, 2013; Walton-Pattison et al., 2018) o en varias sesiones en un corto periodo de tiempo (Schweidel & Moe, 2016), y al menos una vez por semana (De Feijter, Khan, & Van Gisbergen, 2016; Flayelle et al., 2019; Hernández Pérez & Martínez Díaz, 2017; Walton-Pattison et al. 2018). Basado en el número de episodios que se han visto, Trouleau (2016) clasifica, al binge watching en tres categorías: el “regular” que consta de ver entre 1 a 2 episodios por día, el “binge” que implica ver de 3 a 7 episodios al día, y el “hyper-binge” que está asociado a ver más de 7 episodios de una serie al día. El binge y el hyper-binge son comportamientos que pueden ser usuales durante los fines de semana (Starosta, Izydorczyk, & Lizinczyk, 2019). Aunque la mayoría de definiciones se basan en el número de episodios consumidos, otros autores como Panda y Pandey (2017) consideran que una definición adecuada de binge watching debe incluir el número de horas dedicadas al mismo, ya que, dependiendo del género del show, los episodios tendrán distintas duraciones. Para motivos de este estudio, el binge watching se definirá cómo el ver dos a más episodios consecutivos de una misma serie de manera continua en una misma sesión.

Motivaciones para el Binge Watching

Algunos de los hallazgos sobre las motivaciones para realizar el binge watching parecieran ser muy similares a los encontrados por Rubin en 1981 y 1983 en las audiencias de televisión regular sobre las motivaciones para ver series televisivas, mientras que otros parecieran estar más relacionados a los avances tecnológicos de los últimos años. Rubin (1981) sugirió que las personas veían televisión en su mayoría para pasar el tiempo, acompañarse, mantenerse despiertos, relajarse, informarse, entretenerse e interactuar socialmente. Asimismo, Frank y Greenberg (1980, 1982) identificaron evitación, diversión y una utilidad social en las motivaciones para el consumo de las telenovelas. En el caso del binge watching, Panda y Pandey (2017) encontraron, mediante un estudio realizado a 60

estudiantes del suroeste de Estados Unidos, que las principales motivaciones para el binge watching no eran solo el fácil acceso al contenido y la efectividad publicitaria de los proveedores (a través de los diversos trailers virales y promocionales de su contenido) sino también la interacción social y el escape de la realidad. Asimismo, Steiner & Xu (2018) realizaron un estudio cualitativo con 36 personas de entre 22 a 66 años que indicaron que las principales motivaciones para realizar el binge watching eran el ponerse al día, relajarse, el sentimiento de realización, la inclusión cultural (pertenecer a una comunidad) y la mejora en la experiencia. Esta última se daría debido a la accesibilidad que incluye incluso el poder compartir, lo que normalmente sería una actividad solitaria, con otros ya sea viendo varios capítulos de una serie juntos o por separado (mediante aplicaciones como Teleparty anteriormente llamado Netflix Party o mientras se conversa por el celular).

Ciertamente, el binge watching es considerado como una nueva manera de ver series de TV, ya que no sólo mezcla la cultura con la tecnología (Steiner & Xu, 2018) sino que prolonga la experiencia y el compromiso con el mundo narrativo de las series (Perks, 2015). El binge watching involucra un alto compromiso cognitivo y emocional (Mikos, 2016; Perks, 2015). Por el lado cognitivo, las características estructurales de la TV llaman y mantienen la atención del espectador (Flayelle et al. 2019; Kubey & Csikszentmihalyi, 2002) mediante herramientas como la narrativa (Mittell, 2015; Pittman & Sherman, 2015), personajes, la inclusión de “cliffhangers” (Steiner & Xu, 2018) y el estilo de las series, muchas de las cuales son elaboradas a través de la recolección de información específica sobre los patrones de consumo de los suscriptores (Netflix, 2018). Es así que las características estructurales de la TV podrían aumentar los niveles de binge watching del espectador. Ericsson Consumer Lab (2015) reportó un incremento del 45% del consumo de series televisivas mediante el streaming, en Estados Unidos en el 2015, precisamente porque el espectador escogía un

contenido que le agradaba, que era capaz de retener su atención (Holloway, 2015) y que estaba a su disposición cuando quiera y donde quiera.

Por el lado emocional, el binge watching, es descrito por varios como una manera de satisfacer los deseos de control percibido, entretenimiento, desconexión, escape de la realidad, interacción social y “fandom” del espectador (Flayelle et al., 2019; Panda & Pandey, 2017; Perks, 2019; Pittman & Sheehan, 2015; Shim & Kim, 2018). El binge watching podría servir como un escape de la realidad al facilitar la inmersión emocional de la persona en la historia mediante estímulos constantes (Edwards, 1991; Zuckerman, 1994). De este modo, el espectador podría alcanzar un estado de “flow” al permitírsele seguir e interactuar con el desarrollo de personajes y tramas, algunas veces complejos, de un episodio al siguiente (Flayelle et al, 2019). Es así que se crea una especie de fascinación con la trama y apego entre el espectador y los personajes, permitiéndole acceder a un mundo de fantasía (Devasagayam, 2014; Perse & Rubin, 1989) muy diferente al propio (Pang, 2014) y que podrá prolongar por tanto tiempo como lo desee. Esto facilitaría el escape psicológico del estrés diario al generar una experiencia restaurativa que lleve al espectador a un estado de relajación y escape del aburrimiento (Kaplan, 1995; Pang, 2014; Yee, 2006) que podría facilitar tanto una regulación emocional como un afrontamiento evitativo en el espectador (Perks, 2019) y ayudar al bienestar psicológico del mismo (Medina, 2017; Pang, 2014; Rubin, 2009).

Adicionalmente, diferentes investigaciones sugieren que las personas usan contenidos en línea (TV, películas o videos de diversas plataformas de streaming y YouTube) para crear un estado afectivo que les ayude a alcanzar metas en aquellas situaciones particulares que estén enfrentando (Schramm & Wirth, 2005). Cabe recalcar que, para alcanzar una meta, se necesita de una toma de decisiones óptima y un estado emocional equilibrado (Schwarz, 2010). Knobloch (2003) encontró que las personas escogen los contenidos en línea de

acuerdo a sus necesidades presentes o futuras, como una manera de prepararse para las decisiones que tendrán que tomar. Muchos se tornarían, entonces, hacia el binge watching para sentirse cerca o empatizar con un personaje (Horton & Wohl, 1979) que refleje sus experiencias personales (Schramm & Cohen, 2017) con la finalidad de ver las repercusiones de acciones ficticias reflejadas en la pantalla y así saber si se podría tratar de una buena o mala decisión en la vida real (Schramm & Cohen, 2017).

Igualmente, el binge watching podría estar siendo utilizado como un medio de balance entre estados emocionales positivos y negativos (Bryant & Mirron, 2002; Bryant & Zillmann, 1985) incluso sin ser el espectador consciente de ello ya que el binge watching podría ayudar a escapar de emociones negativas externas al servir como una distracción (Schramm & Wirth, 2008). Este escape puede darse mediante contenidos que le permitan evitar realizar una reflexión constante sobre sí mismo (Kubey & Csikszentmihalyi, 2002) o que simplemente le permitan poner el contenido en auto-play (que los capítulos continúen por sí solos) y que pueda verlos mientras realiza otras actividades (hablar con amigos o realizar trabajos) (Edwards, 1991; Zuckerman, 1994). A esto se agrega que, muchas veces, los espectadores son atraídos hacia el binge watching debido a las recomendaciones de otros (Flayelle et al., 2019) como a la expectativa de poder compartir con un otro. Debido a ello el binge watching se realizaría, a veces, en compañía de otras personas (Pierce-Grove, 2016), ya sea física o virtualmente, con las cuales se puede compartir las opiniones sobre los contenidos vistos. De este modo, el binge watching se convierte en una actividad de unión y de interacción social a través de la conversación colectiva cultural (Pepler, 2015). En ocasiones, incluso, una persona podría volcarse a terminar una temporada en menos de 24 horas para poder compartir con su grupo de amigos o navegar por las redes sociales sin temor a enterarse de algún spoiler (Matrix, 2014).

Estrés Percibido

El estrés es un estado de tensión producido ante la percepción de una serie de demandas inusuales o excesivas, internas o externas que amenazan el bienestar o integridad de una persona, que exigen un cambio o adaptación y que movilizan los recursos físicos y psicológicos que suelen ser rápidos, intuitivos y automáticos (Amigo, 2003; Lazarus & Folkman, 1986; Oblitas, 2004; Taylor, 2007). El estrés es, entonces, la respuesta del organismo (mente y cuerpo) a todas las exigencias, tensiones y agresiones de la vida cotidiana con las que se lo somete en forma aguda o crónica (Matteson, 189). Si la persona puede controlar la exigencia y se permite aprovechar la estimulación implicada entonces el estrés es provechoso (Fontana, 1992). Si, por el contrario, la exigencia resulta debilitante y las demandas al entorno psicosocial son excesivas, intensas o prolongadas y superan la capacidad de resistencia y adaptación de la persona, se llega al distrés o estrés negativo (Cía, 2001).

Lazarus y Folkman (1984) postulan que las personas cuando se enfrentan a una situación desafiante o potencialmente amenazante realizan una valoración de los posibles daños o peligros a los que se encuentran expuestos seguida de una evaluación de los recursos disponibles para manejar dicha situación. Así, la percepción del estrés se da en función al grado en que una persona evalúa o valora determinada situación en su vida, considerándola como una fuente generadora de bienestar o equilibrio o como impredecible y estresante (Cohen & Wills, 1985).

Pueden haber diversas respuestas ante el estrés percibido: las reacciones fisiológicas, cognitivas, emocionales y conductuales (Naranjo, 2009). Es así que, cuando el estrés es intenso y/o prolongado, la persona se puede enfrentar a una situación crónica que puede alterar su estado de ánimo, su homeostasis corporal, afectar su salud y deteriorar su actividad cognitiva, así como afectar su rendimiento y entorpecer su relación con los demás

(Cassaretto, 2009). Se ha encontrado que estudiantes con un mayor grado de estrés percibido presentan síntomas circulatorios/respiratorios, gastrointestinales y dolores (El Ansari, Oskrochi y Haghgoo, 2014). Además, altos grados de estrés percibido en universitarios pueden estar relacionados con síntomas psicológicos como ansiedad, humor depresivo, cambios de humor, miedo, dificultad para concentrarse, trastornos del sueño, falta de apetito, aumento y pérdida de peso (El Ansari et al., 2014) así como bajos niveles de satisfacción con la vida (Kaya, Tansey, MeleKoglu y Cakiroglu, 2015).

El afrontamiento es un proceso que se desencadena cuando se produce algún fenómeno adverso. Lazarus y Folkman (1986) describen estrategias de afrontamiento que provocan comportamientos que tienen como finalidad una regulación en la persona y que pueden ser dirigidas a manejar el problema ocasionado por el estrés o al control de las emociones relacionadas a los estresores (Kamholz, Hayes, Carver, Gulliver & Perlman, 2006; Larsen & Prizmic, 2004). Higgins y Endler (1995) agruparon las estrategias de afrontamiento en tres clases. La primera clase se encuentra orientada a la tarea, es decir, implica un accionar directo para cambiar la situación y reducir el nivel de estrés que provoca. La segunda clase está conformada por aquellas estrategias orientadas a la emoción. Estas implican alterar la respuesta emocional hacia los estresores mediante el replanteamiento del problema de tal manera que no evoque una respuesta emocional negativa y así provoque un menor estrés. Finalmente, la tercera clase está compuesta por aquellas estrategias orientadas a la evitación, es decir, implican el negar la existencia del problema, perder la esperanza o usar métodos de distanciamiento o evasión del problema al involucrarse en actividades que no estén relacionadas con el propósito de reducir la sensación percibida de estrés.

El consumo de contenidos en línea suele ser mencionado como una estrategia de afrontamiento de evitación que ayuda a la regulación emocional (Henning & Vorderer, 2001) dado que el binge watching se suele realizar para ocasionar una gratificación inmediata en la

persona (Flayelle et al., 2018). Ejemplos de ello son la relajación (Devasagayam, 2014; Pittman & Sheehan 2015), el escapismo (Pena, 2015) y el llegar a ser un refugio de la vida diaria (Flayelle et al., 2018) mediante la reducción de los niveles de estrés del individuo al distraerlo de las dificultades de un día difícil (Petersen, 2016).

Sin embargo, en un estudio realizado en estudiantes polacos (854 mujeres y 120 hombres) de entre 19 a 26 años, Starosta et al. (2019) encontraron que las personas que muestran un alto nivel de uso del binge watching como un modo de escape, reportan altos niveles de perder el control sobre el número de capítulos que ven, lo que puede resultar en una negación de las responsabilidades y del contacto social. Flayelle et al. (2018) describe que estudiantes universitarios suelen usar el tiempo en binge watching en lugar de completar tareas académicas, lo cual contribuye a incrementar los niveles de estrés académico. En este estudio se observa, además, que, si se usara el binge watching como un premio por haber progresado o cumplido una tarea, se podrían prevenir las sesiones de binge watching y los niveles altos de estrés académico que podrían originarse.

Zhang et al. (2020) encontraron que, en un contexto de pandemia como en el caso del COVID-19, muchos estudiantes se sienten solos, indefensos e incluso furiosos, debido al cambio en su situación académica y/o económica, así como el temor al contagio ya sea de ellos o de sus familiares. Esto podría llegar a subir sus niveles de estrés que, sumado al deber quedarse en casa y la limitación de las oportunidades recreativas, genera la condición ideal para participar de actividades vía online como lo es el binge watching (Dixit et al., 2020; Zhang et al., 2020). Es así que, en un estudio realizado a 548 personas en la India por Dixit, Marthoenis, Yasir, Sharma y Kumar (2020) se obtuvo que el consumo de televisión/internet había aumentado en un 73.7%. Esto se suma al hecho de que, al cerrarse las salas de diversos cines alrededor del mundo debido a la pandemia, la industria del streaming ha estrenado o puesto a disponibilidad de sus consumidores, capítulos completos y simultáneos de diversas

series (Dixit et al., 2020). Asimismo, el estudio mostró que los principales motivos para realizar el binge watching eran para escapar del aburrimiento (52.6%), aliviar el estrés (25%) y superar la soledad (15.7%).

Presente Estudio

La presente tesis tuvo como objetivo principal explorar la relación entre el binge watching, las motivaciones para ver series televisivas y el estrés percibido en estudiantes de una universidad privada de Lima. Se realizó, entonces, un estudio cuantitativo no experimental con un diseño transeccional correlacional que describió el comportamiento del binge watching y que exploró la relación entre este, las motivaciones para ver series televisivas y los niveles de estrés percibido en la población ya especificada. A partir de lo expuesto, se propuso que habría una correlación significativa entre el binge watching y el estrés percibido. Se considero asimismo que no habría una relación significativa entre el binge watching y la motivación para ver series televisivas de interacción social. Además, se planteó analizar la relación entre el estrés percibido y la motivación para ver series televisivas de afrontamiento-escape. Igualmente, se pretendió examinar la relación entre el binge watching y los datos sociodemográficos de los participantes (género, edad y ciclo en el que se encuentran). De esta manera, se buscó tanto contribuir a las investigaciones sobre el binge watching como el profundizar en las características de este comportamiento entre la población de adultos jóvenes universitarios peruanos. Además, se intentó descubrir si existe una relación entre este comportamiento y el estrés percibido por los estudiantes, así como analizar las motivaciones para realizar el binge watching en la población universitaria peruana.



Método

Participantes

Esta investigación se llevó a cabo en estudiantes universitarios de una universidad privada de Lima Metropolitana. Los criterios de inclusión fueron el encontrarse dentro del rango de 18 a 25 años de edad, y estar cursando estudios en la universidad de interés. La muestra inicial estuvo conformada por 168 participantes de los cuales se eliminó a aquellos que no cumplieron con los criterios de inclusión ($n = 27$).

La muestra final contó con 141 participantes (los datos sociodemográficos se encuentran en la Tabla 1). Los resultados indicaron que 80.1% de los encuestados fueron mujeres ($n = 113$) y el 19.9% hombres ($n = 28$). La media de las edades fue de 20.37 ($DE = 1.93$). Los estudiantes pertenecían a las facultades de EEGLL (29.8%), Psicología (16.3%), Ciencias e Ingeniería (10.6%), Gestión y Alta Dirección (10.6%), EEGCC (7.1%), entre otros (25.6%). Los participantes se encontraban entre el 1er ciclo de Estudios Generales y el 12mo ciclo de Facultad. El 17.7% de los participantes ($n = 25$) se encontraban en el 4to ciclo de Estudios Generales. Se reportó el mismo porcentaje de alumnos en 8vo ciclo de Facultad mientras que el 12.8% ($n = 18$) cursa el 10mo ciclo de Facultad.

La participación en la investigación fue de manera libre y voluntaria a través de una encuesta virtual que fue distribuida a través de las redes sociales. Es importante mencionar que se les pidió a los participantes leer y completar un consentimiento informado donde se les explicó la finalidad del estudio, el uso que se le daría a los datos recolectados y se resaltó que su participación era anónima y confidencial, es decir, la información dada no se relacionaría con ningún detalle que los pudiera identificar y solo sería usada para fines académicos. Igualmente, la participación sería voluntaria, es decir, podían decidir no responder a las preguntas o retirarse del proceso en cualquier momento. Además, se les pidió que registren su correo si es que deseaban recibir los resultados finales generales de la investigación. Previo a

realizar el análisis de datos se procedió a separar los correos proporcionados por los estudiantes en un documento aparte de tal manera que las respuestas sigan siendo anónimas.

Medición

Los participantes completaron un cuestionario sociodemográfico, el cual incluyó preguntas acerca de su comportamiento de binge watching que fueron elaboradas en base a los cuestionarios de Winland (2015) y Flayelle, Maurage & Billieux (2017) y adaptadas al objetivo de la presente tesis. Estas preguntas fueron presentadas a dos jueces con el fin de determinar si eran apropiadas o no para la descripción del comportamiento del binge watching. Asimismo, se realizó un piloto con 10 personas para verificar que las preguntas cuenten con una adecuación del lenguaje apropiada para el público objetivo.

Motivaciones para ver series. Las motivaciones para ver series se midieron mediante el Watching TV Series Motives Questionnaire (WTSMQ), instrumento diseñado por Flayelle et al. (2019) con la finalidad de entender el desarrollo y mantenimiento de las conductas del binge watching. El WTSMQ se presenta en un formato de autoregistro, tiene un tiempo de resolución de aproximadamente 10 minutos y está conformado por 22 ítems que se distribuyen según las siguientes dimensiones: afrontamiento-escape (ocho ítems), enriquecimiento (cinco ítems), interacción social (cuatro ítems) y mejora emocional (cinco ítems). La dimensión de afrontamiento-escape identifica el deseo de mirar series televisivas para evitar pensar sobre los problemas de la vida real y afrontar los afectos negativos. La dimensión de enriquecimiento determina el interés en desarrollar las experiencias intelectuales y el conocimiento a través del consumo de series televisivas. La dimensión de interacción social describe el ver series televisivas con el interés de vincularse con otros y la última dimensión describe el deseo de ver series televisivas para experimentar intensos estados afectivos. Los ítems son presentados en una escala tipo Likert de cuatro valores categoriales (1 = *para nada*, 2 = *un poco*, 3 = *bastante*, 4 = *completamente*).

En el estudio original, Flayelle, Canale et al. (2019) aplicaron el inventario vía online a una muestra de 6556 consumidores franceses de series de TV (de 18 a 69 años) y que reporten haber visto de forma regular o intensivamente series de TV en diversos medios o plataformas de streaming durante los últimos 6 meses. La prueba final consta de 22 ítems divididos en 4 factores, Mejora Emocional, Interacción Social, Enriquecimiento y Afrontamiento-Escape, con alfas de Cronbach de .64, .67, .70 y .79 respectivamente. Asimismo, las cuatro dimensiones explicaron el 45% de la varianza total. Flayelle et al. (2020) indica que para la interpretación del WTSMQ es necesario calcular el resultado promedio para cada subescala. El WTSMQ fue traducido al español por Flayelle et al. (2020) y aplicado, por medio de encuestas virtuales, a 3312 personas (de 18 a 70 años) en España, México, Colombia y otros países de habla hispana. La prueba tuvo un alfa de Cronbach total de .92 (.83 para Interacción Social, .84 para Enriquecimiento, .85 para Mejora Emocional y .88 para Afrontamiento-Escape).

En el caso de la presente tesis, el alfa de Cronbach total de la prueba WTSMQ fue de .80. Para el factor Interacción Social se obtuvo un alfa de Cronbach de .63. En el caso del factor de Mejora Emocional se obtuvo un alfa de Cronbach de .68. El factor de Enriquecimiento obtuvo un Alfa de Cronbach de .74. Por último, el factor de Afrontamiento-Escape obtuvo un alfa de Cronbach de .82. En todos los casos se obtuvieron correlaciones elemento total corregidas por encima de .30.

Estrés percibido. Para medir el estrés percibido se utilizó la escala de estrés percibido EEP-14 creada por Cohen, Kamarck y Mermelstein (1983) y validada al español por Remor y Carrobles (2001). La prueba consta de 14 ítems, cuyo objetivo es conocer qué tan estresantes perciben las personas los eventos de la vida cotidiana durante el último mes. La prueba tiene un formato de una escala Likert de 5 puntos (0 = *nunca*, 1 = *casi nunca*, 2 = *de vez en cuando*, 3 = *a menudo* y 4 = *muy a menudo*). La puntuación global (0 a 56) se

obtiene mediante la suma entre la reversión de siete ítems y los puntajes de los 7 ítems restantes (Cohen, et al., 1983). Una mayor puntuación equivale a un mayor nivel de estrés percibido.

En su validación original se usaron 3 muestras. La primera fue de 332 alumnos recién ingresantes a la Universidad de Oregon donde se obtuvo un coeficiente de alfa de Cronbach de .84. La segunda fue de 114 alumnos que cursaban la clase introductoria de la personalidad en psicología y que reportó un coeficiente de alfa de Cronbach de .85. La tercera muestra se realizó con un grupo de 54 personas de un programa para reducir el hábito tabáquico y tuvo un coeficiente de alfa de Cronbach de .86.

La escala fue adaptada al español por Remor y Carroble (2001). En el 2006, Remor estudió las propiedades psicométricas del instrumento con una muestra de 440 españoles adultos compuesta por padres con hijos con hemofilia, drogadictos de un centro de rehabilitación, alumnos saludables de pregrado de una universidad y personas con 5 años con VIH. Se demostró una consistencia interna de .81 y la confiabilidad test-retest, a las 2 semanas, fue de .73. González y Landero (2007b) adaptaron la prueba en México luego de analizarla en una muestra de 365 participantes. Al realizar el análisis factorial, se detectaron dos factores que contaban con una correlación de -.46 y con una varianza estimada de 42.8% (factor de estrés positivo) y de 53.2% (factor de estrés negativo). El coeficiente de alfa de Cronbach fue de .78 para el factor de estrés positivo y de .83 para el factor de estrés negativo. Además, ambos factores representaron el 48.02% de la varianza total.

La escala de estrés percibido ha sido adaptada a varios contextos latinoamericanos (Tapia, Cruz, Gallardo y Dasso (2007)). En el Perú se ha usado la adaptación de Remor (2001) en estudios como el de Chau y Vilela (2017) donde se obtuvo un alfa de Cronbach de .83. En el caso de la presente tesis, el alfa de Cronbach total de la prueba EEP-14 fue de .90.

Procedimiento

El presente estudio es cuantitativo no experimental con un diseño transeccional correlacional. Las encuestas fueron distribuidas de manera virtual a través de las redes sociales. Antes de completarla, los participantes leyeron el consentimiento informado, donde se detallaron los objetivos del estudio, el uso de los datos recolectados solo para fines de la presente tesis, y la participación anónima y voluntaria. Luego se les presentó una ficha de datos sociodemográficos seguida por preguntas acerca del binge watching, el WTSMQ y la EEP-14. La encuesta tuvo una duración aproximada de 20 minutos.

Análisis de datos

El análisis de datos se realizó con el programa IBM SPSS Statistics (versión 25) identificando primero si existían patrones atípicos y datos perdidos. Luego, se pasó a analizar los estadísticos descriptivos para las variables sociodemográficas y las variables de estudio. Además, se ejecutó un análisis de confiabilidad de cada una de las pruebas, para demostrar si los resultados obtenidos contaban con consistencia interna, es decir, si se pueden reproducir en diferentes muestras.

Además, se realizó un análisis de la normalidad de los datos a través de la significancia obtenida en Shapiro-Wilk así como los valores de asimetría y curtosis. En el caso de la prueba EEP-14 se corroboró que los datos contaban con normalidad. Sin embargo, dado que los resultados de las pruebas de normalidad del WTSMQ indicaron que esta prueba se alejaba de la normalidad, se realizó un análisis de correlaciones de Spearman para observar cual era la relación entre las variables sociodemográficas, las de WTSMQ y las de EEP-14.



Resultados

Con respecto al comportamiento del binge watching en la muestra, el 96.5% de los participantes ($n = 136$) indicaron que solían ver de 2 a más capítulos seguidos en una sola

sesión. En cuanto al número de horas que se suele ver en un día de semana, lunes a viernes, el 41.1% ($n = 58$) indicaron ver de 2 a 4 horas, el 18.4% ($n = 26$) marcaron que veían de 5 a 7 horas y el 3.5% reportó que veía de 7 a más horas. En un fin de semana, sábado y domingo, el 51.8% ($n = 73$) indicó que veía de 2 a 4 horas, el 29.1% de 5 a 7 horas y el 7.8% de 7 a más. Asimismo, el 47.5% de los participantes ($n = 67$) indicaron que muy pocas veces se juntaban virtualmente con amigos para ver series, mediante aplicativos como Netflix Party (ahora llamado Teleparty). Finalmente, el 76.6% ($n = 108$) reportó usar hasta 3 plataformas de reproducción de contenido. De la muestra total, el 94.3% reportó que usaba Netflix mientras que Youtube (50.4%) y las páginas web (41.8%) son plataformas que también reportaron un mayor consumo. Los datos descriptivos se encuentran en la Tabla 1. En cuanto a la prueba WTSMQ las puntuaciones más altas fueron las obtenidas en el área de Afrontamiento-Escape ($M = 19.96$, $DE = 4.80$) mientras que el puntaje promedio de los encuestados en el EPP-14 es de 30.18 ($DE = 8.39$) siendo 56 el máximo puntaje que se podía obtener en esta escala. Estos datos se encuentran en la Tabla 2.

La presente tesis tuvo como objetivo principal explorar la relación entre el binge watching, las motivaciones para ver series televisivas y el estrés percibido en estudiantes de una universidad privada de Lima. La matriz de correlaciones se puede encontrar en la Tabla 3. No se encontró una relación significativa entre el número de episodios seguidos vistos en una misma sesión y los puntajes obtenidos en la EEP-14 ($r_s(139) = .13$, $p = .112$). De esta manera no se comprueba una de las hipótesis de la investigación, ya que, el número de episodios seguidos vistos en una misma sesión no tiene una relación significativa con el estrés percibido. Igualmente, no se encontró una relación significativa entre el número de episodios seguidos vistos en una misma sesión y el área de Motivación de Interacción Social del WTSMQ ($r_s(139) = .06$, $p = .482$). Adicionalmente, no se encontró correlaciones significativas entre el número de episodios seguidos vistos en una

misma sesión y las áreas de Motivación de Afrontamiento-Escape ($r_s(139) = .07, p = .386$), Motivación de Mejora Emocional ($r_s(139) = -.09, p = .278$) y Motivación de Enriquecimiento del WTSMQ ($r_s(139) = -.10, p = .236$).

Asimismo, se correlacionaron estas áreas con los puntajes obtenidos en el EEP-14 (Escala de Estrés Percibido). El Estrés Percibido no correlaciona de manera significativa con las áreas de Interacción Social ($r_s(139) = .03, p = .725$), de Mejora Emocional ($r_s(139) = .11, p = .192$) y Enriquecimiento ($r_s(139) = .04, p = .626$) del WTSMQ. Sin embargo, sí existe una relación significativa entre los puntajes obtenidos en el EEP-14 y los del área de Afrontamiento-Escape del WTSMQ. El coeficiente de correlación entre los puntajes de la EEP-14 y aquellos del área de Afrontamiento-Escape del WTSMQ es directo y, según el criterio de Cohen (1990), de magnitud moderada, $r_s(139) = .43, p < .001$. De esta manera se halla una relación entre el Estrés Percibido y la motivación para ver series televisivas de Afrontamiento-Escape.

En cuanto a las variables sociodemográficas (estos datos se pueden observar en la Tabla 3), no se encontraron correlaciones significativas entre el número de episodios vistos en una misma sesión y las variables sociodemográficas de edad ($r_s(139) = -.01, p = .898$) y el ciclo ($r_s(139) = .02, p = .854$). Sin embargo, sí se encontraron correlaciones significativas directas y, según el criterio de Cohen (1990), de magnitud baja, entre el número de episodios vistos en una misma sesión y el número de horas que se ve series durante la semana ($r_s(139) = .34, p < .001$) y durante el fin de semana ($r_s(139) = .36, p < .001$).

En cuanto a la relación entre el puntaje obtenido en la Escala de Estrés Percibido y las variables sociodemográficas, no se encontraron correlaciones significativas entre el EPP-14 y la edad ($r_s(139) = -.08, p = .302$), el ciclo ($r_s(139) = -.07, p = .442$). Además, el puntaje obtenido en el EEP-14 no mostró una correlación significativa con el número de horas que se ve series durante la semana ($r_s(139) = .04, p = .613$) y el número de horas que se ve series

durante el fin de semana ($r_s(139) = .02, p = .832$). En cuanto al área de Afrontamiento-Escape se encontró que esta no correlacionaba de manera significativa con la edad ($r_s(139) = .01, p = .921$), el ciclo ($r_s(139) = .07, p = .395$), el número de horas que se ve series durante la semana ($r_s(139) = .06, p = .449$) y el número de horas que se ve series durante el fin de semana ($r_s(139) = .05, p = .554$).





Discusión

La presente tesis tuvo como objetivos principales describir el comportamiento del binge watching en estudiantes de una universidad privada de Lima y explorar la relación

entre este, las motivaciones para ver series televisivas y el estrés percibido en la población ya especificada. A partir de lo expuesto, se propuso que habría una correlación significativa positiva entre el binge watching y el estrés percibido. De igual manera se estimó que no habría una correlación significativa entre el binge watching y la motivación de interacción social. Además, se propuso examinar la relación entre el binge watching y los datos sociodemográficos de los participantes.

En cuanto a la descripción sobre el comportamiento del binge watching en la población elegida, se encontró que la mayoría (96.5%) de los participantes en este estudio realiza un binge watching definido por diversos estudios empíricos como el ver entre dos a más episodios consecutivos de una misma serie en una sola sesión (Harris Interactive, 2013; Walton-Pattison et al., 2018). Este nivel de binge watching es elevado en comparación a otros estudios realizados en estudiantes universitarios. Sung, Kang y Lee (2018) reportaron que, en una muestra de 292 estudiantes universitarios estadounidenses, el 75.7% realizaban binge watching, mientras que, Starosta, Izydorczyk y Lizinczyk (2019) encontraron que, de 1004 estudiantes universitarios polacos, el 43% reportó realizar binge watching. Estos resultados contrastan con lo encontrado en la presente tesis, donde el alto porcentaje obtenido podría verse explicado por las medidas de aislamiento social obligatorio e inmovilización social obligatoria tomadas por el Gobierno Peruano debido al estado de emergencia nacional por el COVID-19. Según un reciente estudio realizado en el sur de Asia por Dixit et al. (2020), las restricciones de movilidad social que diversos países debieron imponer a la población durante este año debido a la emergencia sanitaria originaron una condición ideal para el incremento de actividades de fácil acceso que involucren la internet y/o televisión, como el binge watching. Es así que en la investigación llevada a cabo por Dixit et al. (2020), el 68.8% de 548 personas indicaron que previo a la llegada del COVID-19 veían de uno a tres episodios durante una misma sesión. Sin embargo, el 73.7% de los participantes reportaron que, durante

el periodo de aislamiento social, se había dado un incremento en su comportamiento de binge watching. Ciertamente, Netflix reportó 10.9 millones de nuevos suscriptores alrededor del mundo durante los meses de abril a junio y 2.2 millones de julio a septiembre de este año (Walsh, 2020).

Cabe resaltar que la mayoría de participantes en la presente tesis indicaron que las horas vistas durante el fin de semana (sábado y domingo) eran mayores que durante la semana (de lunes a viernes), aunque cabe señalar que aún en días de semana los participantes reportaban en promedio ver de 2 a 4 horas. Estos datos concuerdan con el análisis realizado por Trouleau (2016) de la data de 3488 usuarios estadounidenses donde, durante 16 meses se pudo observar un mayor consumo de streaming durante el fin de semana a comparación de los días de semana. Es entonces, interesante, que tomando en cuenta el contexto del COVID-19, se pueda observar que se sigue manteniendo una diferencia en el tiempo que se usa para consumir series televisivas durante la semana y durante el fin de semana. Una posible explicación podría ser que la aprobación y establecimiento del trabajo remoto y el inicio de la educación universitaria a distancia impidieran que el consumo de series televisivas durante la semana incrementará de tal forma que no hubiera diferencias con el consumo que se realiza durante el fin de semana.

Si bien se ha teorizado anteriormente que el comportamiento del binge watching podría tener una relación con el estrés percibido (Flayelle et al. 2018; Panda & Pandey, 2017; Shim & Kim 2018), esto no se ha visto reflejado en la presente tesis. No se encontró una relación significativa entre el número de episodios vistos en una misma sesión y el estrés percibido por los estudiantes. Esto no concuerda con lo teorizado por Zhang, et al. (2020) y Dixit et al. (2020) sobre que, en un contexto como en el caso del COVID-19, los niveles de estrés de los estudiantes serían mayores por la limitación de oportunidades recreativas debido a la inmovilización social y al sentirse solos, indefensos e incluso furiosos por el cambio de

su situación académica y/o económica lo cual, sumado al temor del contagio ya sea de ellos o de sus familiares, podría llevar a un aumento en el binge watching. Estos alcances pueden no haberse visto reflejados en la presente tesis debido a la poca heterogeneidad presente en la muestra al encontrarse compuesta por un grupo etario (adultos jóvenes) en el que el comportamiento del binge watching suele evidenciarse con mayor frecuencia (Winland, 2015). Es por ello que no se podría observar una gran diferencia en este comportamiento entre los estudiantes que se encuentran más o menos estresados.

Asimismo, aunque se esperaba que los estudiantes reportaran altos niveles de estrés se observó que las respuestas dadas reflejaban un nivel de estrés moderado. Esto coincide con los porcentajes encontrados por Yang et al. (2020) en una muestra de 1638 ciudadanos chinos en la cual el 95.36% reportó un grado bajo a moderado de estrés percibido según la escala EEP-10. Según la investigación de Yang et al. (2020) estos resultados se deben a que no son los adultos jóvenes los que suelen reportar mayores niveles de estrés percibido sino las personas que se encuentran en la mediana edad dado que estas se hallan bajo estresores que incluyen el cuidado de los niños, de los padres, la presión financiera y laboral. En el caso de la presente tesis, el nivel de estrés percibido obtenido no se debería solo a la edad de los participantes, sino que la escala utilizada para medir el estrés percibido (EEP-14) debe ser llenada según lo experimentado durante el último mes. En el caso de la presente tesis, los estudiantes reportaron el estrés percibido durante el mes de agosto. En este mes no sólo se encontraban de vacaciones, sino que, ya habían pasado por la experiencia de recibir un semestre de educación universitaria a distancia. Igualmente, ya se habían iniciado las primeras etapas de la reactivación económica mediante la apertura de los centros comerciales y restaurantes con un aforo limitado y se había permitido el salir por 30 minutos a hacer ejercicio a un máximo de 3km de distancia del lugar de residencia. Bajo este contexto, es posible que los niveles de estrés percibido por los estudiantes no fueran altos debido no sólo a

la disminución de restricciones sino a que regresaban de vacaciones y quizás ya se habían acostumbrado a los requerimientos y demandas de una educación virtual. Asimismo, los estudiantes ya no se encontraban limitados a recurrir a actividades que involucren la internet y/o televisión, como el binge watching, para lidiar con el estrés percibido.

Sin embargo, los resultados de la presente tesis muestran una relación significativa entre el estrés percibido y la motivación para ver series televisivas de afrontamiento-escape. Esto concuerda con las investigaciones de Dixit et al. (2020), Flayelle et al. (2019), Panda y Pandey (2017), Perks (2019), Pittman y Sheehan (2015), Shim y Kim (2018) y Sussman y Moran (2013) donde se señala que el ver series televisivas podía ser utilizado como un mecanismo de afrontamiento-escape ante el estrés percibido. Investigaciones previas de Feng y Hyun (2012), Knobloch-Westerwick et al. (2009), y Reinecke, Klatt y Krämer (2011) mencionan como el consumo activo de diversas plataformas se encuentra relacionado a la vitalidad y desempeño cognitivo lo que permitiría al espectador lidiar con las consecuencias psicológicas y emocionales del estrés al facilitar tanto una regulación emocional como un afrontamiento evitativo (Perks, 2019). De este modo, sería con las elecciones personales de plataformas de entretenimiento que el espectador podría disminuir entonces su mal humor, perpetuar su buen estado de ánimo y regular sus niveles de activación y emoción (Bryant y Zillmann, 1984). Según Edwards (1991) y Zuckerman (1994) esto se debería a que se permite la inmersión de la persona en la historia mediante estímulos constantes y la entrada a un mundo de fantasía que facilita el seguimiento e interacción con personajes ficticios (Devasagayam, 2014; Perse & Rubin, 1989; Pittman & Sheehan, 2015). Esto podría generar un escape psicológico del estrés diario y llevaría a los estudiantes a un estado de relajación, así como a un escape del aburrimiento (Panda & Pandey, 2017; Yee, 2006).

Como se esperaba, no se encontró una relación significativa entre el binge watching y la motivación de interacción social. Esta motivación describe el ver series televisivas con el

interés de vincularse con otros dado que, muchas veces, los espectadores son atraídos a este comportamiento debido a las recomendaciones de otros, así como a la expectativa de poder compartir con un otro (Flayelle et al., 2019). Algunos autores han propuesto al binge watching como una actividad que se realiza en compañía de otras personas (Pierce-Grove, 2016), ya sea física o virtualmente, con las cuales se puede compartir las opiniones sobre los contenidos vistos. En un estudio realizado por Panda y Pandey (2017) con una muestra de 229 estudiantes universitarios estadounidenses se encontró que la motivación de interacción social era una de las principales para realizar binge watching. Sin embargo, esto no se halló en la presente tesis. Además de ello, la mayoría de los participantes reportaron que suelen ver muy pocas veces series en compañía de otra persona (47.5%). Aunque esto se podría deber tanto al contexto de inmovilización social obligatoria que no permitía el reunirse físicamente con otros, así como a la inestabilidad de la internet por el alto tráfico de datos (lo que afectaría el correcto funcionamiento de extensiones de Chrome como Teleparty (anteriormente Netflix Party) y de plataformas de videoconferencias como Discord o Zoom), se puede observar que la motivación de interacción social no es, por sí misma, considerada como un incentivo para ver series televisivas por los participantes en la muestra.

Con respecto a la relación entre el binge watching y las variables sociodemográficas, no se encontraron relaciones significativas entre estas y el número de episodios vistos en una misma sesión. Esto podría ser una consecuencia de la falta de heterogeneidad de la muestra, tanto en términos de género como edad. En lo que respecta a la variable de edad, se tiene que tomar en cuenta que la presente tesis ha sido aplicada solo entre adultos jóvenes, lo que podría explicar el no haber encontrado una relación significativa entre la edad y el número seguido de episodios vistos en una misma sesión (IPSOS, 2020; Winland, 2015).

En el presente estudio se encontraron limitaciones, por ejemplo, en la definición del binge watching ya que aún no se ha logrado una estandarización de esta. Para algunos autores

este comportamiento implica ver de dos a más episodios en una misma sesión mientras que para otros conlleva el ver de tres a más episodios en una misma sesión. Esto podría tener un efecto directo en el análisis del porcentaje de participantes que realizan binge watching, en la presente investigación. Asimismo, otra limitación encontrada fue la muestra, la cual careció de heterogeneidad en términos de género y edad. Debido a ello, la primera recomendación que se podría realizar para futuras investigaciones sería el utilizar muestras más diversas con poblaciones peruanas. La finalidad sería el poder realizar estudios comparativos de la data obtenida sobre el comportamiento del binge watching y los motivos para ver series televisivas junto con otras variables psicológicas (por ejemplo, el estrés académico y la autoeficacia académica) entre estudiantes universitarios y escolares. Esto nos permitiría tener mayores alcances sobre en qué medida el binge watching se utiliza ante diversos contextos académicos. Una limitación importante de la presente tesis es que el recojo de información se dio durante un período nuevo e inestable debido al COVID-19. Es por ello que la data refleja niveles de binge watching y estrés percibido en esta coyuntura lo cual limita su generalización. Por último, se recomienda ampliar el estudio del binge watching en el contexto peruano entre diversos grupos etarios para lograr una descripción de la conducta del consumidor de contenido en línea, un tema muy reciente y que aún necesita mayor investigación. De este modo se podría contribuir a la exploración y descripción de los comportamientos de binge watching y consumo general de diversas plataformas de streaming así como de contenidos en línea en la población peruana. Esto podría ayudar a describir cambios socioculturales por el fácil acceso y consumo de contenidos, así como a la elaboración del perfil del consumidor peruano de contenidos en línea.

La presente tesis tuvo como objetivo describir el comportamiento del binge watching en estudiantes de una universidad privada de Lima y explorar la relación entre este, las motivaciones para ver series televisivas y el estrés percibido en la población ya especificada.

Los resultados de este estudio señalan un alto nivel de binge watching entre estudiantes universitarios durante la coyuntura por la pandemia del COVID-19. Si bien no se encontró una relación significativa entre el número de episodios seguidos vistos en una misma sesión y el estrés percibido por los estudiantes, sí se encontró una relación significativa entre el estrés percibido y la motivación de afrontamiento-escape para ver series televisivas, lo cual indica que los estudiantes universitarios consumen series televisivas como un mecanismo de afrontamiento-escape ante el estrés percibido. Este resultado es importante en tanto logra no solo describir el comportamiento de los estudiantes universitarios, sino que permite considerar en qué medida el consumo de series televisivas podría ser utilizado como un método de afrontamiento-escape en las diversas etapas de la carrera universitaria. Esta investigación representa un aporte al avance de nuestra comprensión del consumo de contenidos en línea y comportamiento del binge watching en estudiantes universitarios peruanos, una población donde esto no se ha estudiado anteriormente. Este es un tema que merece mayor exploración porque es parte del día a día de la vida universitaria y, por lo que se puede notar en redes sociales, pareciera tener una influencia sobre el desempeño académico, motivacional e incluso emocional de los estudiantes. Es importante entonces investigar sobre el tipo de influencia que el consumo de contenidos en línea y el comportamiento del binge watching podrían tener durante esta etapa del desarrollo llena de cambios y estresores que es la adultez joven durante su paso por la vida universitaria.

Referencias

- Álvarez, H. (2020). *Perú: Netflix es lo más usado en días de cuarentena*. Mercado Negro. Recuperado el 03/03/2020 de: <https://www.mercadonegro.pe/digital/coronavirus-peru-el-consumo-de-netflix-repunta-en-73-lo-mas-usado-en-dias-de-cuarentena/>
- Amigo, I. (2003). *Manual de Psicología de la Salud*. Pirámide.

Amigo, I., Fernández, C. y Pérez, M. (2003). *Manual de Psicología de la salud*. (2ª ed., Vol. 13). Pirámide.

Berger, K. (2001). *Psicología del desarrollo: adultez y vejez*. Panamericana.

Berger, K. (2007). *Psicología del desarrollo: infancia y adolescencia*. Panamericana.

Brannon, L. & Feist, J. (2001). *Psicología de la salud*. Paraninfo.

Bryant, J., & Miron, D. (2002). Entertainment as media effect. En Bryant y Zillmann (Ed.), *Media effects: Advances in theory and research* (2ª ed., pp. 549-582). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Bryant, J., & Zillmann, D. (1985). Using television to alleviate boredom and stress: Selective exposure as a function of induced excitational states. *Journal of Broadcasting*, 28(1), 1–20. doi:10.1080/08838158409386511

Carr, D. (03 de octubre de 2014). *Barely keeping us in TV's new golden age*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2014/03/10/business/media/fenced-in-by-television-excess-of-excellence.html>

Cassaretto, M. (2009). *Relación entre las cinco grandes dimensiones de la personalidad y el afrontamiento en estudiantes pre-universitarios de Lima Metropolitana* [Tesis de maestría inédita].

<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/619#:~:text=En%20t%C3%A9rminos%20de%20las%20asociaciones,social%20por%20motivos%20emocionales%20y>

CDC. (2020). *Social distancing*. Centers for Disease Control and Prevention.

<https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/prevent-getting-sick/social-distancing.html>

Chau, C.B & Vilela, P. (2017). Determinantes de la salud mental en estudiantes universitarios de Lima y Huánuco. *Revista de Psicología de la PUCP*, 35(2), 387 - 422. Recuperado

de: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0254-92472017000200001

Cía, J. (2001). *El burnout*. Square S.A.

Cines y Series LR (2020). *HBO GO: todas las series que podrás ver GRATIS durante la cuarentena*. La República. Recuperado el 05/05/2020 de: <https://larepublica.pe/cine-series/2020/04/11/hbo-go-gratis-para-latinoamerica-mientras-este-el-estado-de-cuarentena/>

Cohen, S., Kamarck, T., & Mermelstein, R. (1983). A global measure of perceived stress. *Journal of Health and Social Behaviour*, 24(4), 385-396. doi:10.2307/2136404

Cohen, S., & Wills, T. (1985). Stress, social support and the buffering hypothesis: A theoretical analysis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310-357. Recuperado de: <http://psycnet.apa.org/fulltext/1986-01119-001.pdf>

Cohen, S. & Williamson, G. (1988). Perceived stress in a probability sample of the United States. En Spacapan y Oskamp (Ed.). *The Social Psychology of Health: The Claremont Symposium on Applied Social Psychology* (31-67). Sage Publications, Inc.

Conway, J. C., & Rubin, A. M. (1991). Psychological predictors of television viewing motivation. *Communication Research*, 18(4), 443-463. doi:10.1177/009365091018004001

Correa, C. (2013). *Emmys 2013 ushered in a new 'golden age' of programming online*. Forbes. Recuperado el 05/05/2020 de: <https://www.forbes.com/sites/christophercorrea/2013/09/25/emmys-2013-usherred-in-a-new-golden-age-of-programming-onlin/#7af54d1564cf>

Damratoski, K. J., Field, A. R., Mizell, K. N., & Budden, M. C. (2011). An investigation into alternative television viewership habits of college students. *Journal of Applied Business Research*, 27(1), 69-76. doi:10.19030/jabr.v27i1.911

- De Feijter, D., Khan, J. V., & Van Gisbergen, M. S. (2016). Confessions of a 'guilty' couch potato understanding and using context to optimize binge-watching behavior. *In TVX '16 Proceedings of the ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video*, 59 – 67. doi:10.1145/2932206.2932216
- Devasagayam, R. (2014). Media bingeing: A qualitative study of psychological influences. *Once Retro Now Novel Again: 2014 Annual Spring Conference Proceedings of the Marketing Management Association*, 40 – 44. Recuperado de: <http://www.mmaglobal.org/publications/Proceedings/2014-MMASpring-Conference-Proceedings.pdf>
- Dixit, A., Marthoenis, M., Arafat, Y., Sharma, P. & Kumar, S. (2020) Binge watching behavior during COVID 19 pandemic: A cross-sectional, cross-national online survey, *Psychiatry Research* (2020). doi:10.1016/j.psychres.2020.113089
- Edwards, E. D. (1991). The ecstasy of horrible expectations: Morbid curiosity, sensation seeking, and interest in horror movies. *Current research in film: Audiences, economics, and law*, (5), 19-38.
- El Ansari, W., Khalil, K., Crone, D. y Stock, C. (2014). Physical activity and gender differences: correlates of compliance with recommended levels of five forms of physical activity among students at nine universities in Libya. *Central European Journal of Public Health*, 22(2), 98. doi:10.21101/cejph.a4011
- El Ansari, W., Oskrochi, R. y Haghgoo, G. (2014). Are students' symptoms and health complaints associated with perceived stress at university? Perspectives from the United Kingdom and Egypt. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 11(10), 9981-10002. doi:10.3390/ijerph111009981

- Ericsson Consumer Lab Report. (2015). TV and Media 2015. Ericsson AB. Recuperado de: <https://www.slideshare.net/mswatiking9/the-empowered-tv-media-consumers-influence>
- Feng, B., & Hyun, M. J. (2012). The influence of friends' instant messenger status on individuals' coping and support-seeking. *Communication Studies*, 63(5), 536–553. doi:10.1080/10510974.2011.649443
- Flayelle, M., Maurage, P., & Billieux, J. (2017). Toward a qualitative understanding of binge-watching behaviors: A focus group approach. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(4), 457–471. doi:10.1556/2006.6.2017.060
- Flayelle, M., Maurage, P., Vögele, C., Karila, L., & Billieux, J. (2018). Time for a Plot Twist: Beyond Confirmatory Approaches to Binge-Watching Research. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(3). doi:10.1037/ppm0000187
- Flayelle, M., Canale, N., Maurage, P., Vögele, C., Karila, L., & Billieux, J. (2019). Assessing binge-watching behaviors: Development and validation of the “Watching TV Series Motives” and “Binge-watching Engagement and Symptoms” questionnaires. *Computers in Human Behavior*, 90, 26-36. doi:10.1016/j.chb.2018.08.022
- Flayelle, M., Castro-Calvo, J., Vögele, C., Astur, R., Ballester-Arnal, R., Challet-Bouju, G., Brand, M., Cárdenas, G., Devos, G., Elkholy, H., Grall-Bronnec, M., J. E. James, R., Jiménez-Martínez, M., et al. (2020). Towards a cross cultural assesment of binge-watching: psychometric evaluation of „Watching TV Series Motives“and „Binge Watching Engagement and Symptoms“ questionnaires across nine languages. *Computers in Human Behaviour*, 111. doi:10.1016/j.chb.2020.106410
- Fontana, D. (1992). *Control del estrés*. El Manual Moderno.
- Frank, R. E., & Greenberg, M. G. (1980). *The public's use of television: Who watches and why*. Sage.

- Giuffre, L. (2013). The development of binge watching. *Metro*, 178, 101–102. Recuperado de: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/91940213/development-binge-watching>
- González, M.T., & Landero, R. (2007). Factor Structure of the Perceived Stress Scale (PSS) in a Sample from Mexico. *The Spanish Journal of Psychology*, 10(1), 199- 206.
doi:10.1017/s1138741600006466
- Guzmán-Yacaman, J. E., & Reyes-Bossio, M. (2018). Adaptación de la Escala de Percepción Global de Estrés en estudiantes universitarios peruanos. *Revista de Psicología*, 36(2), 719-750. doi:10.18800/psico.201802.012
- Hamouche S (2020) COVID-19 and employees' mental health: stressors, moderators and agenda for organizational actions. *Emerald Open Research*, 2(15).
doi:10.35241/emeraldopenres.13550.1
- Harris Interactive. (8 de abril 2013). *Americans taking advantage of the ability to watch TV on their own schedules: Among those doing so majority report "binge viewing"*. Harris Interactive. Recuperado el 03/10/2019 de:
<http://www.harrisinteractive.com/NewsRoom/HarrisPolls/tabid/447/ctl/ReadCustom%20Default/mid/1508/ArticleId/1176/Default.aspx>
- Henning, B. & Vorderer, P. (2001). Psychological escapism: Predicting the amount of television viewing by need for cognition. *Journal of Communication*, 51(1), 100-120.
doi: 10.1111/j.1460-2466.2001.tb02874.x
- Hernández Pérez, J. F., & Martínez Díaz, M. A. (2017). Nuevos modelos de consumo audiovisual: Los efectos del binge-watching sobre los jóvenes universitarios. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 13(18), 201–221.
doi:10.6035/21740992.2017.13.11
- Higgins, J. & Endler, N. (1995). Coping, life stress, and psychological and somatic distress. *European Journal of Personality*, 9(4), 253-270. doi:10.1002/per.2410090403

Hirsen, J. (16 de marzo de 2015). *Cable in trouble over streaming*. Newsmax. Recuperado el 03/10/2019 de: <http://www.newsmax.com/Hirsen/Cable-Streaming-HBO-ratings/2015/03/16/id/630328>.

Holloway, K. (30 de diciembre de 2015). *The Reasons You Can't Stop Binge Watching*. Alternet. Recuperado el 03/10/2019 de: <https://www.alternet.org/media/reasons-you-cant-stop-binge-watching>

Horton, D., & Wohl, R. (1979). Mass communication and para-social interaction: Observation on intimacy at a distance. *Inter/Media interpersonal communication in a media world*, 19(3), 32–55. doi:10.1080/00332747.1956.11023049

IPSOS (2 de julio del 2018). *Perfil del adulto joven 2018*. IPSOS. Recuperado el 03/10/2019 de <https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-adulto-joven-peruano-2018>

IPSOS (10 de junio del 2020). *Perfil del adulto joven en el Perú Urbano 2020*. IPSOS. Recuperado el 10/10/2020 de: <https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-adulto-joven-en-el-peru-urbano-2020>

Kaplan, S. (1995). The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework. *Journal of Environmental Psychology*, 15(3), 169 –182. doi:10.1016/0272-4944(95)90001-2

Kamholz, B., Hayes, A., Carver, C., Gulliver, S. & Perlman, C. (2006) Identification and evaluation of cognitive affect-regulation strategies: Development of a self-report measure. *Cognitive Therapy and Research*, 30(2), 227-262. doi:10.1007/s10608-006-9013-1

Kaya, C., Tansey, T., Melekoğlu, M. y Çakiroğlu, O. (2015). Stress and life satisfaction of Turkish college students. *College Student Journal*, 49(2), 257-261. doi:10.1186/1744-859X-9-S1-S96

- Knobloch, S. (2003). Mood Adjustment via Mass Communication. *Journal of Communication*, 53(2), 233-250. doi:10.1111/j.1460-2466.2003.tb02588.x
- Knobloch-Westerwick, S., Hastall, M., Rossmann, M. (2009). Coping or escaping?: effects of life dissatisfaction on selective exposure. *Sage Journals*, 36(2), 207-228. doi:10.1177/0093650208330252
- Kubey, R., & Csikszentmihalyi, M. (2002). Television addiction is no mere metaphor. *Scientific American*, 286(2), 74-80. doi:10.1038/scientificamerican0202-74
- Larsen, R. & Prizmic, Z. (2004). Affect regulation. En Baumeister y Vohs (Ed), *Handbook of self-regulation research* (pp. 40-60). The Guildford Press.
- Lazarus, R. & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal and coping*. Springer.
- Lazarus, R. & Folkman, S. (1986). *Estrés y procesos cognitivos*. Martínez-Roca.
- Lee, W. (21 de abril de 2020). *Record high Netflix subscriptions in coronavirus crisis*. Los Angeles Times. Recuperado el 30/04/2020 de: <https://www.latimes.com/entertainment-arts/business/story/2020-04-21/netflix-usage-profits-surge-during-coronavirus-crisis>
- Lostanau, V., Torrejón, C & Cassaretto, M. (2017). Estrés, afrontamiento y calidad de vida relacionada a la salud en mujeres con cáncer de mama. *Actualidades en Psicología*, 31(122), 75-90. Recuperado de: <https://www.scielo.sa.cr/pdf/ap/v31n122/2215-3535-ap-31-122-00075.pdf>
- Matrix, S. (2014). The Netflix effect: Teens, binge watching, and on-demand digital media trends. *Jeunesse: Young People, Texts. Cultures*, 6(1), 119– 138. doi:10.1353/jeu.2014.0002
- Matteson, J. (1989). *Psychological stress*. John Wiley.

- McGinty, S. (24 de agosto del 2013). *A golden age of television?*. Scotsman. Recuperado el 03/10/2019 de: <http://www.scotsman.com/lifestyle/culture/film/stephen-mcginty-agolden-age-of-television-1-3060013>
- Medina, J. (30 de mayo del 2017). *Binge-watching: A healthy diversion or waste of time—UCSB professors weigh in*. UCSB. Recuperado el 03/10/2019 de: <http://www.news.ucsb.edu/2017/018016/great-escape>
- Mikos, L. (2016). Digital media platforms and the use of TV content: Binge watching and video-on-demand in Germany. *Media and Communication*, 4(3), 154–161.
doi:10.17645/mac.v4i3.542
- Mittell, J (2015). *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. New York University Press.
- Oblitas, L. (2004). *Psicología de la Salud y Calidad de vida*. International Thompson Editores.
- Odgeon, J. (2007). *Health psychology*. Open University Press.
- Pang, A. (13 de febrero 2014). *In defense of bingewatching*. Slate. Recuperado el 03/10/2019 de: http://www.slate.com/articles/technology/future_tense/2014/02/is_binge_watching_the_new_season_of_house_of_cards_bad_for_you.html
- Panda, S., & Pandey, S. C. (2017). Binge-watching and college students: Motivations and outcomes. *Young Consumers*, 18(4), 425–438. Recuperado de: <https://psycnet.apa.org/record/2017-52952-006>
- Pena, L. (2015). Breaking Binge: Exploring The Effects Of Binge Watching On Television Viewer Reception. *Dissertations-ALL*. 283 Recuperado de: <https://surface.syr.edu/etd/283>
- Pepler, R. (2015) When you stop sharing. Times.
- Perks, L. G. (2015). *Media marathoning: Immersions in morality*. Lanham, MD.

- Perks, L. G. (2019) Media Marathoning and Health Coping. *Communication Studies*, 70(1), 19-35. doi:10.1080/10510974.2018.1519837
- Perse, E. M., & Rubin, R. B. (1989). Attribution in social and parasocial relationships. *Communication Research*, 16(1), 59-77. doi:10.1177/009365089016001003
- Petersen, T. (2016). To binge or not to binge: A qualitative analysis of college student's binge watching habits. *The Florida Communication Journal*, 44(1), 77-88
- Pichard, A. (2011). Le nouvel âge d'or des séries américaines. *Le Manuscrit*.
- Pierce-Grove, R. (2016). Just one more: How journalists frame binge watching. *First Monday*, 22(1). Recuperado de:
<https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/7269>
- Pittman, M., & Sheehan, K. (2015). Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix. *First Monday*, 20 (10).
doi:10.5210/fm.v20i10.6138
- Reinecke, L., Klatt, J. & Krämer, N. (2011). Entertaining media use and the satisfaction of recovery needs: recovery outcomes associated with the use of interactive and noninteractive entertaining media. *Media Psychology*, 14(2), 192-215.
doi:10.1080/15213269.2011.573466
- Remor, E., & Carrobbles, J. A. (2001). Versión Española de la Escala de Estrés Percibido (PSS-14): Estudio psicométrico en una muestra VIH+. *Ansiedad y estrés*, 7(2-3), 195-201.
- Remor, E. (2006). Psychometric Properties of a European Spanish Version of the Perceived Stress Scale (PSS). *The Spanish Journal of Psychology*, 9 (1), 86-93. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/172/17290110.pdf>

- Riddle, K., Peebles, A., Davis, C., Xu, F., & Schroeder, E. (2017) The addictive potential of Television Binge Watchinf : Comparing Intentional and Unintentional Binges. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(4), 589-604. doi:10.1037/ppm0000167
- Rubin, A. M. (1981). An examination of television viewing motivations. *Communication Research-An International Quarterly*, 8(2), 141–165.
doi:10.1177/009365028100800201
- Rubin, A. M. (1983). Television uses and gratifications: The interactions of viewing patterns and motivations. *Journal of Broadcasting*, 27(1): 37–51.
doi:10.1080/08838158309386471
- Rubin, G.J & Wessely, S. (24 de enero 2020). *Coronavirus: the psychological effects of quarantining a city*. The BMJ Opinion. Recuperado el 02/02/2020 de:
<https://blogs.bmj.com/bmj/2020/01/24/coronavirus-the-psychological-effects-of-quarantining-a-city/>.
- Schramm, H. & Wirth, W. (2005). Media and Emotion. *Journal of Communication Research Trend*, 24 (3), 2-43. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/233387230_Media_and_Emotion
- Schramm, H. & Cohen, E. (2017). Emotion Regulation and Coping via Media Use. *The International Encyclopedia of Media Effects*, 438-447.
doi:10.1002/9781118783764.wbieme0162
- Schwarz, N. (2010). Emotion, cognition, and decision making. *Cognition and Emotion*, 14(4), 433-440. doi:10.1080/026999300402745
- Schweidel, D. A., & Moe, W. W. (2016). Binge watching and advertising. *Journal of Marketing*, 80(5), 1-19. doi:10.1509/ JM.15.0258

- Sepinwall, A. (11 de julio del 2013). *How much good TV is too much*. Uproxx. Recuperado el 03/10/2020 de: <http://uproxx.com/sepinwall/how-much-good-tv-is-too-much/>
- Shim, H., & Kim, K. J. (2018). An exploration of the motivations for binge-watching and the role of individual differences. *Computers in Human Behavior*, 82, 94–100.
doi:10.1016/j.chb.2017.12.032
- Starosta, J., Izydorczyk, B., Lizinczyk, S. (2019) Characteristics of people’s binge-watching behavior in the “entering into early adulthood” period of life. *Health and Psychology Report*, 7(2), 149-164. doi:10.5114/hpr.2019.83025
- Steiner, E, Xu, K (2018) Binge-watching motivates change: Uses and gratifications of streaming video viewers challenge traditional TV research. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 26(4), 1-20.
doi:10.1177/1354856517750365.
- Sodano, T. M. (2012). Television's paradigm (time) shift: Production and consumption practices in the post-network era. *Time in television narrative: Exploring temporality in twenty-first-century programming*, 27- 42.
doi:10.14325/mississippi/9781617032936.001.0001
- Sung, Y., Kang, E. & Lee, W. (2018). Why Do We Indulge? Exploring Motivations for Binge Watching. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62(3), 408-426.
doi:10.1080/08838151.2018.1451851
- Sussman, S., & Moran, M. B. (2013). Hidden addiction: Television. *Journal of Behavioral Addictions*, 2(3), 125–132. doi:10.1556/JBA.2.2013.008
- Taylor, S. (2007). *Psicología de la Salud*. McGraw-Hill Interamericana de España.
- Trouleau, W. (2016) Just one more: Modeling Binge Watching Behaviour. *KDD '16 Proceeding of the 22nd ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, 1215–1224. doi:10.1145/2939672.2939792

- Walsh, J. (20 de octubre del 2020). *Netflix subscriber growth slows after surging during pandemic*. Forbes. Recuperado el 11/11/2020 de:
<https://www.forbes.com/sites/joewalsh/2020/10/20/netflix-subscriber-growth-slows-after-surging-during-pandemic/?sh=5e491aea244e>
- Walton-Pattison, E., Dombrowski, S. U., & Pesseau, J. (2018). 'Just one more episode': Frequency and theoretical correlates of television binge watching. *Journal of Health Psychology, 23*(1). doi:10.1177/1359105316643379
- Winland, C. (2015). An exploration of binge-watching and its effects on college academics. Recuperado de:
<https://static1.squarespace.com/static/54c08e42e4b0f1b78348c9ce/t/5527e9a3e4b0c120ebdc7650/1428679075633/Winland+-+Final+Paper.pdf>
- Yang, X., Xiong, Z., Li, Z., Li, X., Xiang, W., Yuan, Y., & Li, Z. (2020). Perceived psychological stress and associated factors in the early stages of the coronavirus disease 2019 (COVID-19) epidemic: Evidence from the general Chinese population. *PloS one, 15*(12). doi:10.1371/journal.pone.0243605
- Yee, N. (2006). The demographics, motivations, and derived experiences of users of massively multiuser online graphical environments. *Presence, 15*(03), 309–329. doi:10.1162/pres.15.3.309
- Zhang, N., Hu, W. & Wang, K. (2020). Research on the Coping Methods of College Students to 2019-nCov. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 416*, 1278-1220. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/340305055_Research_on_the_Coping_Methods_of_College_Students_to_2019-nCov
- Zuckerman, (1994). Behavioral expressions and biosocial bases of sensation seeking. Cambridge University Press.



Tablas

Tabla 1

Estadísticos Sociodemográficos de los Participantes

Variable	<i>M (SD)</i>	<i>f</i>	%
Edad	20.37 (1.93)		

Ciclo	6.18 (2.91)	
Sexo		
Masculino	28	19.9
Femenino	113	80.1
Facultad		
Estudios Generales Letras	42	29.8
Estudios Generales Ciencias	10	7.1
Arte y Diseño	7	5.0
Artes Escénicas	3	2.1
Arquitectura y Urbanismo	7	5.0
Ciencias y Artes de la Comunicación	7	5.0
Ciencias e Ingeniería	15	10.6
Ciencias Sociales	3	2.1
Derecho	7	5.0
Educación	1	0.7
Gestión y Alta Dirección	15	10.6
Letras y Ciencias Humanas	1	0.7
Psicología	23	16.3
Número de horas en un día de semana		
Menos de 2 horas	52	36.9
De 2 a 4 horas	58	41.1
De 5 a 7 horas	26	18.4
Más de 7 horas	5	3.5
Número de horas en un fin de semana		
Menos de 2 horas	16	11.3
De 2 a 4 horas	73	51.8
De 5 a 7 horas	41	29.1
Más de 7 horas	11	7.8
Número de plataformas	2.72 (1.27)	
Número de episodios ESUMS	3.81 (2.17)	
Frecuencia de reunión		
Nunca	36	25.5
Muy pocas veces	67	47.5
Algunas veces	29	20.6
Casi siempre	6	4.3
Siempre	3	2.1

Nota: $N=141$. Número de plataformas = número de plataformas que los participantes reportan utiliza para ver series de televisión. Número de episodios EUMS = número de episodios seguidos vistos en una misma sesión. Frecuencia de reunión = “¿Qué tan seguido te juntas con otras personas para ver series? (Netflix party, etc.)”

Tabla 2

Estadísticos Descriptivos de las áreas de WTSMQ y EEP-14

Variable	<i>M</i>	<i>DE</i>
WTSMQ		
WTSMQ Social	5.62	1.59
WTSMQ Mejora Emocional	12.89	2.68
WTSMQ Enriquecimiento	11.94	2.93

3	Número de horas S	-.11	-.09	-							
4	Número de horas FS	.04	.01	.37***	-						
5	Número de ESUMS	-.01	.02	.34***	.36***	-					
6	EEP-14	-.09	-.07	.04	.02	.13	-				
7	WTSMQ Social	-.04	.03	-.00	.02	.06	.03				
8	WTSMQ Mejora Emocional	.05	.16	.02	.12	-.09	.11	.26	-		
9	WTSMQ Enriquecimiento	-.01	.01	-.22**	.03	-.10	.04	.40***	.42***	-	
10	WTSMQ Afrontamiento	.01	.07	.06	.05	.07	.43***	.10	.31***	-.02	-

Notas. $N = 141$. Número de horas S = Número de horas en un día de semana. Número de horas FS = Número de horas en un fin de semana. Número de ESUMS = Número de episodios seguidos vistos en una misma sesión. EEP-14 = Escala de Estrés Percibido. WTSMQ = Watching TV Series Motives Questionnaire.

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$



Apéndices

Apéndice 1: Consentimiento Informado

Consentimiento informado

Le invitamos a participar en la investigación “La relación entre el Binge Watching, las motivaciones para ver series y el estrés percibido en estudiantes universitarios”. Esta investigación es conducida por Indira Fralisa Icochea Espinoza, estudiante de la Facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú, bajo la asesoría de la Dra. Josephine Hwang. El objetivo del estudio es examinar la relación entre el binge watching, las motivaciones para ver series y el estrés percibido en estudiantes de una universidad privada de Lima

Si accede a participar en este estudio, se le pedirá completar una encuesta que tomará aproximadamente 20 minutos. Su participación en esta investigación es voluntaria. Usted puede decidir no responder las preguntas o retirarse del proceso en cualquier momento. Además, su participación completamente anónima y confidencial. La información que brinde no se relacionará con ningún detalle que lo identifique y solo será usada para fines académicos.

El estudio no presenta ningún riesgo. No existen beneficios inmediatos para usted como resultado de su participación. Al participar en este estudio, usted contribuirá a la profundización de la comprensión académica del tema. Siendo un estudio con fines académicos solo habrá una devolución de los resultados generales obtenidos de la investigación. De desear obtenerlos se le pedirá que escriba su correo al finalizar la prueba.

Ante la presencia de cualquier duda o consulta, siéntase con la libertad de comunicarse con la Dra. Josephine Hwang al correo jhwang@pucp.edu.pe.

Al hacer clic en “Sí” a continuación, afirma que ha leído este documento y acepta participar voluntariamente en este estudio.

¿Desea participar en este estudio?

Apéndice 2: Cuestionario socio-demográfico

Cuestionario socio-demográfico

1. Sexo

- a. Masculino
- b. Femenino

2. ¿Cuál es tu edad?

3. ¿De qué facultad eres?

- a. Estudios Generales Letras
- b. Estudios Generales Ciencias
- c. Arte y Diseño
- d. Artes Escénicas
- e. Arquitectura y Urbanismo
- f. Ciencias y Artes de la Comunicación
- g. Ciencias Contables
- h. Ciencias e Ingeniería
- i. Ciencias Sociales
- j. Derecho
- k. Educación
- l. Estudios Interdisciplinarios
- m. Gestión y Alta Dirección
- n. Letras y Ciencias Humanas
- o. Psicología

4. ¿En qué ciclo te encuentras? (Si estás en facultad, toma en cuenta todos los ciclos a partir de estudios generales; primer ciclo en facultad = 5to ciclo)

5. Marca si en estos momentos estás realizando alguna de estas actividades académicas

(Marca todas las que apliquen)

- a. Trabajo de Argumentación y/o Investigación Académica
- b. Trabajo Académico
- c. Tesis
- d. Prácticas Pre-Profesionales



Apéndice 3: Binge Watching**Binge Watching**

1. ¿Utilizas alguno de estos servicios?
 - a. Netflix
 - b. Hulu
 - c. HBO GO
 - d. Amazon Prime Video
 - e. Disney Plus

2. ¿Ves series en algún otro medio (YouTube, cuevana, DVDs, TV, etc)? En caso la respuesta sea sí, especifica cuáles medios:

3. En un día de semana (**LUNES A VIERNES**), ¿cuántas horas sueles ver?
 - a. menos de 2 horas
 - b. de 2 a 4 horas
 - c. de 5 a 7 horas
 - d. más de 7 horas

4. En un fin de semana (**SÁBADO Y DOMINGO**) ¿cuántas horas sueles ver?
 - a. menos de 2 horas
 - b. de 2 a 4 horas
 - c. de 5 a 7 horas
 - d. más de 7 horas

5. ¿Cuántos episodios seguidos sueles ver de la **misma serie** en una sola sesión?

6. ¿Qué tan seguido te juntas con otras personas a ver series (Netflix party, etc)?
 - a. nunca

- b. muy pocas veces
- c. algunas veces
- d. casi siempre
- e. siempre



Apéndice 5: Devolución de resultados generales

Estimado/a,

Soy Indira Icochea, estudiante de la Facultad de Psicología de la PUCP y durante el mes de septiembre realicé una investigación sobre la relación entre el binge watching, las motivaciones para ver series televisivas y el estrés percibido en estudiantes universitarios bajo la asesoría de la Dra. Josephine Hwang. Al final del cuestionario indicaba que, de desear obtener los resultados generales de la investigación, podían escribir su dirección de correo electrónico.

En base a diversos estudios realizados en los últimos años, esta investigación definió al binge watching como ver entre dos a más episodios consecutivos de una misma serie en una sola sesión (Harris Interactive, 2013; Walton-Pattison et al., 2018). Las motivaciones para ver series televisivas son numerosas, pero esta investigación se basaba en aquellas descritas por Flayelle et al. (2019) que son: afrontamiento-escape (deseo de mirar series televisivas para evitar pensar sobre los problemas de la vida real y afrontar los afectos negativos.), enriquecimiento (interés en desarrollar las experiencias intelectuales y el conocimiento a través del consumo de series televisivas), interacción social (interés de vincularse con otros) y mejora emocional (deseo de ver series televisivas para experimentar intensos estados afectivos). El estrés percibido se refiere a la valoración que una persona realiza de una situación en su vida, considerándola como una fuente generadora de bienestar o equilibrio o como impredecible y estresante (Lazarus & Folkman, 1984; Cohen & Wills, 1985).

La investigación contó con una muestra de 141 participantes. El 96.5% indicaron que solían ver de dos a más capítulos seguidos en una sola sesión. Se encontró, además, que los participantes veían más horas durante el fin de semana. El 76.6% reportó usar hasta 3 plataformas de reproducción de contenido (Netflix (94.3%), Youtube (50.4%) y páginas web

(41.8%). En cuanto a las motivaciones para ver series, las puntuaciones más altas fueron obtenidas en el área de Afrontamiento. En promedio los participantes mostraron un nivel moderado de estrés percibido. Se encontró, además, que había una relación estadísticamente significativa entre el estrés percibido y la motivación para ver series televisivas de afrontamiento-escape, lo cual indica que los estudiantes universitarios consumen series televisivas para afrontar o evitar situaciones estresantes.

¡Muchas gracias por participar en esta investigación!

Indira Icochea

