



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS

**TESIS DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

TEMA:

“Percepción de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua ante el reforzamiento de las plataformas streaming a raíz de la pandemia COVID-19”.

AUTORES:

- Mairena Martínez, Levaniesky Alexander
 - Pérez García, Keiner Dixon
 - Piñero Téllez, Alejandra

TUTOR:

Msc. Milán Prado

¡A la libertad por la Universidad!

Managua, noviembre 2022.

Índice

Contenido	
I. Introducción.....	4
II. Antecedentes.....	5
III. Justificación.....	7
IV. Planteamiento del problema.....	8
Caracterización:.....	8
Delimitación:.....	8
Preguntas directrices:.....	9
V. Objetivos de investigación.....	10
Objetivo General:.....	10
Objetivos Específicos:.....	10
VI. Marco Teórico.....	11
6.1 Plataformas Streaming.....	11
6.1.1 Origen.....	11
6.1.2 Clasificación.....	12
6.1.3 Principales plataformas.....	13
6.1.4 Modelos de negocio.....	14
6.2 Industria Cinematográfica.....	15
6.2.1 Definición.....	15
6.3 Producción audiovisual.....	16
6.3.1 Concepto.....	16
6.3.2 Fases.....	17
6.3.2 Lenguaje audiovisual.....	18
6.4 Pandemia COVID-19.....	19
6.4.1 Repercusiones en el cine tradicional.....	19
6.5 El cine.....	20
6.5.1 Cine post- pandemia.....	21
6.5.2 Consecuencias.....	21
6.5.3 Adaptación y estrategias de la Industria.....	23
6.5.4 Comportamiento y percepción del público al cine post-pandemia.....	24
VII. Diseño metodológico.....	26
7.1 Tipo de investigación.....	26
7.2 Enfoque de la investigación.....	26
7.3 Diseño de investigación.....	26
7.2 Unidad de análisis de estudio.....	27
7.4 Universo y Muestra.....	27
7.5 Método y técnica.....	27
7.6 Operacionalización de variables.....	29
VIII. Análisis e interpretación de los resultados.....	31
Capítulo N°1: Origen del reforzamiento de las plataformas de Streaming.....	33
Capítulo N°2: Modelos de negocio de la industria de generación de contenidos a raíz de la pandemia.....	35

Capítulo N°3: La opinión de los estudiantes de las carreras de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN- Managua acerca del auge del contenido en las plataformas streaming a partir de la pandemia COVID-19.	38
Grupo Focal.....	42
IX. Conclusiones.....	48
X. Recomendaciones	48
XI. Referencias	52

I. Introducción

Se denomina a la industria cinematográfica como el séptimo arte en el mundo, debido a que ha sido un pilar primordial en la sociedad actual, no solamente a nivel económico sino también en el entretenimiento. Sin embargo, hoy en día a raíz de la pandemia COVID- 19, los cines han tenido que optar por otras estrategias para poder dinamizar sus servicios y así obtener ganancias, ya que por el confinamiento y las reglas sanitarias expuestas por la Organización Mundial de la Salud (OMS), la aglomeración es la pauta fundamental para evitar el contagio.

El cine se caracteriza por su espacio climatizado para exhibir películas y es inevitable la agrupación de personas. Por el contrario, la revolución tecnológica no se detiene, y las plataformas streaming han sabido sacarles provecho y es ahí donde obtienen su auge mediante la epidemia. Debido a que, quedarse en casa era más que una necesidad, una obligación para evitar el contagio del virus.

A raíz de esto, los sentimientos de frustración, preocupación y la desesperación por el encierro eran evidentes e inevitables, dado que los usuarios de internet optaron por una forma de entretenimiento distinta que les ayudase a distraerse del entorno de emergencia sanitaria por la que el mundo entero se enfrentaba, es por ello, que las plataformas streaming tuvieron un incremento de suscriptores. Fue una barrera de la sociedad para evadir momentáneamente la situación de la pandemia.

Por otro lado, se analizarán los efectos que han repercutido en el cine tradicional a raíz del reforzamiento de las plataformas de creación de contenido y cuáles son las modificaciones que estos han tenido que realizar para que este no desaparezca de la industria del entretenimiento. “Ningún arte traspasa nuestra conciencia de la misma forma que lo hace el cine, tocando directamente nuestras emociones, profundizando en los habitáculos de nuestras almas...” (Bergman, I).

II. Antecedentes

Se consultó los siguientes antecedentes para consolidar el fenómeno de estudio en este seminario de graduación, entre los trabajos consultados tenemos el de “Las plataformas streaming media: El fenómeno Netflix y su auge en España” realizado por Sánchez, E., (2019), esta investigación recopila información sobre el análisis del comportamiento de la población, con respecto a las plataformas streaming media, de última instancia identifica cuales son las principales plataformas de streaming que consume los usuarios, este antecedente nos proporcionara un conocimiento claro sobre las percepciones de las personas que consumen este tipo de plataformas.

Uno de los objetivos de esta investigación, es comprobar el alcance y satisfacción de los usuarios que consumen plataformas streaming, como resultado encontraron que los usuarios prefieren consumir contenido streaming por la comodidad del hogar y que la plataforma que más consumen es Netflix por sus áreas de series y películas, este antecedente nos proporcionara un conocimiento claro sobre las percepciones de las personas que consumen este tipo de plataformas. De igual manera del por qué los consumidores usan esta plataforma, en vez de otras alternativas culturales o de ocio, y qué necesidades llegan a satisfacer a través de este medio.

Otra fuente consultada fue el trabajo titulado “Preferencia de las personas entre el uso de las plataformas streaming y los cines de la ciudad de la paz”. Realizado por Medina., A., y Ordoñez., R. (2019). Con el propósito de obtener el título de Licenciado en la carrera de administración de empresas en la Universidad Mayor Pacensis. Esta investigación aborda las preferencias de las personas entre las plataformas streaming y los cines en el cual existen varios factores que pueden influir en el comportamiento del consumidor como ser los culturales, sociales y psicológicos.

Asimismo, esta es una investigación que muestra el comportamiento del consumidor, respecto a la preferencia al ver películas en los cines o por plataformas streaming, también explica cuáles son los factores que influyen al momento de elegir una película, donde verla y si existe diferencias en el pensamiento de las personas, el objetivo principal es comprobar las preferencias de los consumidores. Este antecedente nos ayudara a obtener cierta claridad sobre los factores que influyen para escoger el medio de entretenimiento para ver películas (plataformas streaming o cines) y si existe preferencia entre los cines o plataformas streaming.

De igual manera, se consultó la tesis titulada “Las plataformas streaming media: El fenómeno Netflix y su auge en España”. Repositorio Institucional de Documentos. (2020). Universidad de Zaragoza,

en donde se analiza el comportamiento y consumo de la población frente a las plataformas streaming, debido a que en la actualidad estos medios están ocupando un espacio esencial en los hogares de todo el mundo.

Se indagó información en el sistema de posgrado de la Universidad de Guayaquil, la tesis denominada “Análisis del comportamiento de elección de plataformas de Video Streaming en los usuarios de televisión paga en la ciudad de Guayaquil”, realizado por Martínez. M, (2021). Esto con el propósito de obtener el grado de Magister en Mercadotecnia con Mención en Dirección Estratégica y Gerencia de Marcas, en donde expresan como la sociedad sigue un patrón de conductas en cuanto a la elección de plataformas que deseen consumir, y como estas han mejorado sus modelos de negocio para competir contra el cine tradicional.

El enfoque de esta investigación tiene como objetivo investigar el comportamiento de las personas al usar plataformas de video streaming (Disney+, Netflix, HBO, entre otras.) la investigación estuvo basada en concepto de factores que motivaron la elección de las plataformas streaming, la frecuencia de uso, satisfacción del servicio, esta investigación es pertinente ya que nos ayudará a comprender los factores que influyen en la persona para usar las plataformas streaming y que cambios influyen en ellos. Guayaquil., Edu.ec. (Regional)

Por otro lado, el último antecedente que fue necesario consultar fue el del trabajo titulado “Identidades juveniles fragmentadas y su construcción a través del contenido de la plataforma streaming Netflix: serie 13 Reason Why (Por trece razones) en los estudiantes de primer y segundo año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo durante el II semestre del año 2019.” Realizado por Catón., C., y Aráuz., R., (2019). Para obtener el título de Licenciatura en Comunicación Para el Desarrollo en la UNAN-Managua.

Cabe recalcar que el planteamiento de esta investigación fue una sistematización con la formación de identidades a través de las plataformas de streaming, el objetivo de esta tesis es mostrar cómo se construyen identidades juveniles y cuál es el papel que juegan los medios de comunicación, en este caso una plataforma streaming como lo es Netflix en la construcción o desconstrucción de estas y cómo influyen en el diario vivir de los jóvenes. Es por ello que este antecedente es fundamental para entender las actitudes que desarrollan los jóvenes al consumir contenido en las plataformas streaming, asimismo de como refleja cada acción, cómo repercute en la identidad de dichos jóvenes

III. Justificación

Esta investigación tiene como objetivo general analizar la percepción de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua ante el reforzamiento de las plataformas streaming a raíz de la pandemia COVID-19; debido al impacto que esto ha tenido sobre la industria cinematográfica surgieron múltiples plataformas de entretenimiento, las cuales emergieron para cambiar completamente la perspectiva que se tenía del cine tradicional.

Tomando en cuenta el auge que estas plataformas han tenido en la actualidad y como han modernizado los modelos de negocio para ser un medio de disputa frente al cine tradicional, además de contribuir en la restauración de las estructuras o los canales de comunicación de las empresas. En la actualidad realizar reuniones, capacitaciones o talleres virtuales, es una forma efectiva e impactante de tener una comunicación directa con los clientes, tanto a nivel interno como externo, esta investigación puede ser un punto de partida para muchas empresas que deseen optimizar su sistema de comunicación.

Además, este trabajo permitirá mostrar los cambios y adaptaciones que la industria de creación de contenido ha tenido que desarrollar a lo largo de la pandemia para poder saciar las necesidades de sus públicos. De igual manera, determinar la captación de los estudiantes de las diversas carreras de la Facultad frente a las actualizaciones constantes que realizan las plataformas streaming y a la pluralidad de producciones que presentan actualmente, (HBO, Disney +, Netflix, Prime Video) Son algunas de las plataformas mayor utilizadas post pandemia.

Por otro lado, está bajo la línea de investigación: Nuevas tecnologías de la información y la comunicación, tomando en cuenta la sublínea Web 2.0, ya que se abordan las plataformas streaming desde dos percepciones, una de ellas como un medio de entretenimiento que obtiene su crecimiento a raíz del confinamiento, y la otra como un recurso digital para optimizar la comunicación interna y externa de la empresa.

Así mismo, el presente trabajo será de apoyo frente a investigaciones futuras que podrá ser utilizado como antecedente. Por tanto, el propósito del proyecto, será analizar a fondo la repercusión que tuvo la pandemia COVID-19 en los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua en relación a la industria cinematográfica y las plataformas de creación de contenido. De igual manera, se realizará un contraste entre la percepción de los estudiantes con

respecto a las nuevas Plataformas Streaming y su preferencia ante el cine tradicional a raíz de la pandemia.

IV. Planteamiento del problema

Caracterización:

La industria cinematográfica como tal, tuvo su origen en EE.UU. y fue aquí donde desarrolló su concepto más empresarial y productivo, tras su nacimiento, en la proyección que hicieron los hermanos Lumière el 28 de diciembre de 1895, el cine se fue extendiendo en principio como un arte industrial al servicio mercantil, hasta que adquirió el estatus de producto cultural. Las compañías pioneras en crear una primera, aunque todavía débil industria cinematográfica, aparecieron a finales del Siglo XIX (García, 2021).

El cine como parte de la industria del entretenimiento, además de estar en constante evolución, ha tenido un gran peso desde su nacimiento siendo las salas de cine el lugar de encuentro imprescindible entre los consumidores. La digitalización ha obligado a todos los sectores a cambiar su modelo de negocio, también la industria cinematográfica. Los consumidores han cambiado sus hábitos, ahora se pretende conseguir la inmediatez y la individualidad y con el surgimiento de esas nuevas necesidades, las preferencias de consumo han cambiado apareciendo nuevas alternativas a las tradicionales como son las plataformas digitales

Delimitación:

Actualmente existen muchas plataformas digitales nombradas como: Video on Demand, en español Vídeo bajo demanda o conocido mayormente por sus siglas VOD , como Netflix, HBO, Disney+ y Amazon Prime las cuales hoy en día han puesto en jaque el predominio que venía teniendo la industria cinematográfica en materia de producción y difusión, debido a los efectos que ha causado la pandemia muchas formas de entretenimiento han sido forzadas a cambiar su forma de comercialización, sin embargo, las plataformas streaming no generan las mismas ganancias como lo hacen los estrenos convencionales (García, 2021).

Es por ello, que las productoras deciden estrenar en cine, ya que en el artículo titulado “Internet revoluciona la televisión” (2020), publicado en La Vanguardia se afirma que el 75% de las ganancias de una película se obtiene en las primeras semanas de estreno en salas convencionales generando así mismo, ingresos a largo plazo tomando en cuenta que el contenido se negocie para su debido

distribución en plataformas digitales y a partir de los dos años, la licencia para la distribución en televisión abierta dependerá del éxito generado en la salas de cine.

Preguntas directrices:

1. ¿Cuál es la percepción de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua ante el reforzamiento de las plataformas streaming a raíz de la pandemia?
2. ¿Qué dio origen al reforzamiento de las plataformas streaming post pandemia COVID-19?
3. ¿Cuáles son los modelos de negocio de la industria de generación de contenidos a raíz de la pandemia?
4. ¿Cuál es la opinión de los estudiantes de las carreras de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua acerca del auge del contenido en las plataformas streaming a partir de la pandemia COVID-19?

V. Objetivos de investigación

Objetivo General:

Analizar la percepción de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN Managua ante el reforzamiento de las plataformas streaming a raíz de la pandemia.

Objetivos Específicos:

- Identificar que dio el origen del reforzamiento de plataformas streaming post pandemia COVID-19.
- Analizar los modelos de negocio de la industria de generación de contenidos a raíz de la pandemia
- Valorar la opinión de los estudiantes de las carreras de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN- Managua acerca del auge del contenido en las plataformas streaming a partir de la pandemia COVID-19.

VI. Marco Teórico

6.1 Plataformas Streaming

Las Plataformas Streaming se pueden definir como medios de entretenimiento, en donde los usuarios pueden suscribirse y disfrutar de contenido multimedia exclusivo ya sea en directo o grabado, mediante computadoras o aparatos móviles, además estos dispositivos deben tener conexión a internet para poder funcionar. Cabe destacar, que los programas de televisión, podcasts, webcasts, las películas y vídeos musicales son los tipos de contenido streaming más visitados por los internautas (Durand y Patiño, 2021).

Además de ser medios de entretenimiento cuentan con un sistema de datos para reproducir el contenido a través de la interfaz, así lo afirma Latto (2021) quien delimita las plataformas streaming como la emisión y recepción de paquetes de datos en un flujo continuo a través de una red, en cuanto el ordenador recibe los datos correspondientes al principio de una película, puede empezar a verla, es decir, siempre y cuando el dispositivo posea una conexión de internet fiable, el contenido a reproducirse podrá hacerlo correctamente y sin interrupciones.

6.1.1 Origen

Aunque el auge ha venido en aumento en los últimos años, el primer intento de incorporar las plataformas de streaming se realizó en la década de 1920 y se dio a través del sistema Muzak, el cual fue implementado por un inventor estadounidense llamado George Owen Squier. Muzak era un sistema de transmisión y distribución de señales a través de líneas eléctricas, para la difusión de música mediante la radio, sin embargo, debido a las infraestructuras eléctricas en esa época no fue posible (Faillace, 2021).

Si bien el experimento Muzak fue el primer acercamiento a lo que ahora conocemos como plataformas de streaming, el surgimiento fue hasta el año 1993 cuando la red virtual Mbone o Multicast bone, la cual era un servicio de internet de alto alcance y velocidad, transmitieron por primera vez un show en vivo. Sin embargo, su origen se atribuye desde 1990 cuando se empezaron a formar las primeras estructuras e incluso iniciaron transmitiendo conferencias académicas, en donde se podría decir que estos fueron los principios de la tecnología.

Cabe destacar que la primera plataforma de streaming fue RealAudio Player, se lanzó en 1995, era un reproductor de medios con capacidad de streaming. Sin embargo, todo se revolucionó con la llegada de YouTube en el año 2005, cuando Steve Chen, Jawed Karim y Chad Hurley, tres

trabajadores de PayPal, activaron el dominio de youtube.com, donde un año más tarde publicaron el primer video. En 2006 la revista Time, dedicó la portada de persona del año bajo el titular You para hablar de los creadores de contenido (Faillace, 2021).

6.1.2 Clasificación

En la actualidad hay una gran variedad de plataformas de generación de contenido, es por ello que se procede a clasificarlos según la forma en la que operan. Existen tres grandes categorías que podemos tomar como punto de partida: Video bajo demanda por suscripción o Subscription Video On Demand con las abreviaturas (SVOD), Video bajo demanda por transacción o Transactional Video On Demand (TVOD), y Video bajo demanda con publicidad o Advertising Video on Demand (AVOD) (Ortega, 2021).

Según Ortega, debido a que estas plataformas requieren y producen dinero, la mejor manera de tipificar cada una es, dependiendo sus ofertas de contenidos y necesidades, además de que estas funcionan con diferentes modelos de negocio, es por ello que se debe definir cada uno de estos términos:

- Subscription Video On Demand o Video bajo demanda por suscripción (SVOD): A como su nombre indica, estas plataformas requieren generalmente de una cuota mensual de suscripción, aunque también las hay anuales o semestrales, para poder tener acceso a todo su catálogo de películas y series de forma ilimitada. Una de las plataformas más conocidas bajo esta característica es Netflix.
- Transactional Video On Demand o Video bajo demanda por transacción (TVOD): Estas funcionan por medio de transacciones individuales, es un modelo que en comparación al SVOD, puede notarse un poco más costoso, ya que las plataformas TVOD suelen poseer un catálogo más amplio de películas recientes poco tiempo después de sus estrenos en cine, sin embargo, depende de la perspectiva y el bolsillo de cada público, un ejemplo de este tipo de plataforma sería Apple TV.
- Advertising Video on Demand o Video bajo demanda con publicidad (AVOD): La característica principal de este modelo, es que el público tiene acceso gratis al catálogo, es decir, como usuario no es necesario pagar una cantidad mensual, sin embargo, estas plataformas se sustentan por los anuncios publicitarios que salen de manera emergente como

cortes comerciales cuando la película se está reproduciendo. Un ejemplo de esta plataforma es: YouTube.

Técnicamente existen tres tipos de plataformas streaming, sin embargo, hay plataformas híbridas, son aquellas que no se limitan a un solo modelo. Un ejemplo de esto sería: Amazon Prime Video, en la cual ofrece la mayoría de su catálogo en modalidad de suscripción, es decir pagando una mensualidad siendo esto un modelo SVOD, sin embargo, hay películas que se ofrecen en modalidad de transacción por las que se debe pagar un costo adicional, esta característica es del modelo TVOD, por ende se delimitan como plataformas mixtas.

6.1.3 Principales plataformas

El streaming ha revolucionado los hábitos de consumo de entretenimiento, ahora se puede seleccionar y tener acceso al contenido que más se adapte a tus intereses de una forma simple y con una gran variedad de opciones. En la actualidad, existe una pluralidad de plataformas y servicios de streaming, sin embargo, para identificar cuáles son las más dominantes hoy en día, es importante considerar dos características: El modelo de negocio, es decir, como operan estos servicios y el número de suscriptores que poseen.

Tabla 1

Plataformas de streaming dominantes

Nombre	Modelo de negocio	Número de suscriptores
Netflix	Video bajo demanda por suscripción (SVOD).	208 millones de suscriptores.
Amazon Prime	Plataforma híbrida (Video bajo demanda por suscripción (SVOD) y Video bajo demanda por transacción (TVOD).	200 millones de suscriptores.
Disney +	Video bajo demanda por transacción (TVOD).	104 millones de suscriptores.

HBO y HBO Max	Plataforma híbrida (Video bajo demanda por suscripción (SVOD) y Video bajo demanda por transacción (TVOD).	64 millones de suscriptores.
Tubi	Video bajo demanda con publicidad (AVOD).	33 millones de suscriptores.
Discovery	Video bajo demanda con publicidad (AVOD).	15 millones de suscriptores.

Fuente: Datos tomados del artículo en línea *¿Quiénes dominan el 'streaming' en el mundo?*
 Por José Manuel Martínez.

6.1.4 Modelos de negocio

Existen varias definiciones de modelos de negocios. Se puede definir un modelo de negocio como un conjunto complejo de rutinas interdependientes que se descubren, ajustan y matizan mediante la acción, en términos generales se suele usar para definir como un negocio o empresa genera valor a través de la utilización de la cadena de valor (Barrios, 2010).

En los últimos años ha habido una inclinación hacia el consumo de contenido mediante las plataformas streaming, debido a esto han surgido diferentes modelos de negocio que buscan monetizar ese servicio audiovisual directo al consumidor, también conocido en inglés como: Direct to consumer, en español modelo de venta directa o sus siglas D2C. Hoy las audiencias cuentan con una abundante oferta de plataformas de streaming y una competencia tenaz por mantenerse entre sus preferencias (García, 2021).

La firma de consultores The Competitive Intelligence Unit (The CIU) señala que el interés por conocer de este mercado, radica en que la cantidad de internautas que consumen contenidos por streaming, este ascendió a 44.3 millones al cierre de 2019, esto es el 14.8% más que el año anterior. Lo que representa que más del 50% de usuarios de internet (52.1%) forman parte de la audiencia de estas plataformas.

Es por ello, que en la actualidad la competencia entre las plataformas streaming es mayor, por lo que recurren a modelos de negocio que los ayuden a ser de preferencia ante sus públicos. Por otro lado, la revolución tecnológica ha hecho que las empresas que generan contenido renueven sus formas de

transacción y su manera de producir. Según García, uno de los modelos de negocio mayor empleados es el Financiamiento de plataformas por publicidad, este consiste en que el usuario obtiene de manera “gratuita” el acceso a contenidos a cambio de presentar anuncios publicitarios a lo largo del audiovisual.

En otras palabras, el proveedor que son las plataformas de generación de contenido, obtiene ingresos a partir de colocar anuncios de empresas que deseen dar a conocer sus productos a las audiencias, es decir, el internauta no tiene que pagar una tarifa o suscripción, sin embargo, estos contienen interrupciones de anuncios publicitarios durante toda la reproducción de la película o video. Este modelo es considerado uno de los más rentables, debido al crecimiento que las plataformas han presentado en los últimos años.

Por otro lado, el modelo de negocio que ha representado millones de ganancias a industrias como: Netflix o Amazon Prime, es el modelo de suscripción cuyo principal negocio es la tarifa mensual o en algunos casos anual, para tener acceso a contenido sin publicidad. En este sentido, se destacan los esfuerzos de inversión para la generación de contenidos originales y exclusivos. De igual manera, se identifican estrategias de empresas tecnológicas al ofrecer contenidos originales por suscripción, esto implica acceso a catálogos de otras plataformas por un costo adicional, un ejemplo de estas son: YouTube Premium o Amazon Prime Video, este busca la ampliación de su canal de contenido.

6.2 Industria Cinematográfica

6.2.1 Definición

La industria cinematográfica o también conocida como la economía del cine describe a todas las ramas a todas las ramas económicas de la producción y la distribución de películas en el cine o la televisión. La cinematografía es una de las industrias más importantes de bienes de consumo, la cual genera la mayor cantidad de ingresos. Por otro lado, la característica principal de esta industria es que, es un producto de consumo masivo (Morgado, 2012).

Según la Enciclopedia Concepto define la cinematografía como la técnica, el arte de capturar, almacenar y retransmitir imágenes en movimiento, acompañadas de sonido, asimismo la industria amplió y perfeccionó la forma en que percibimos la realidad ya que permite capturar sucesos de manera dinámica, antes esto se daba mediante la escritura, pintura o fotografía.

Además, se constituyó como una herramienta de alcance masivo para comunicar hechos ocurridos en lugares lejanos y tiempos anteriores, con respecto al arte, el cine relata historias reales o ficticias en

forma de película, que gracias a las nuevas tecnologías los gráficos que se pueden apreciar hoy en día en diversos filmes ayudan a percibir mejor el relato.

La cinematografía se origina bajo la idea de poder grabar y transmitir la realidad, dado que, a diferencia de la fotografía, puede reproducir el movimiento e incluso el sonido. Sin embargo, la cinematografía no es necesariamente fiel a la realidad, ni siquiera cuando se pretende elaborar un documental o un reportaje periodístico, y siendo un medio con gran dominio sobre la sociedad es esencial cuidar el contenido que se produce debido al alcance que este arte posee.

6.3 Producción audiovisual

6.3.1 Concepto

La producción audiovisual es aquella producción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales; especialmente el cine y la televisión; independientemente el soporte utilizado (film, video, video digital) y del género (ficción, documental, publicidad). En relación con la creación audiovisual, la producción audiovisual es el resultado de la combinación de varias necesidades: industriales, comerciales, de entretenimientos, culturales o artísticas (Martínez, 1997).

También definen a producción audiovisual, como un conjunto de varios procesos creativos, administrativos y logísticos para conseguir la elaboración de un bien cultural o de entretenimiento, es decir, el producto que resulta de este trabajo es la película, el programa de televisión o video. En la producción audiovisual se debe desarrollar un sentido creativo, para integrar tanto recursos humanos, como técnicos y económicos, con el fin de realizar un producto audiovisual, una obra única que cumplan con uno o varios objetivos; puede ser artísticos, de entretenimiento, documentación histórica, etc., pero siempre relatara una historia, es decir, tendrá un mensaje (Martínez, 1997).

Asimismo, en todo proyecto audiovisual existe un conjunto de profesionales o expertos acomodados en las distintas áreas de la producción audiovisual, quienes cuentan con tareas y responsabilidades que deberán cumplir durante toda la ejecución del proyecto. Autores como (Hunt, 2010; Worthington y Barnwell, 2009; Barroso, 2008) coinciden en que los departamentos o áreas más importantes y presentes en la realización audiovisual son seis: producción, dirección, arte, fotografía, sonido y montaje.

6.3.2 Fases

La producción audiovisual se divide en básicamente en tres etapas de trabajo: preproducción, rodaje y postproducción. Sin embargo, hay un proceso inicial, la etapa cero, por así decirlo, conocida como desarrollo del proyecto. El desarrollo del proyecto es el momento de planeación a partir del guion, el cual puede llegar al productor de diversas vías, generalmente por medio de su compra y registro de cesión de derechos. En este momento, el trabajo del productor es fundamental, pues es aquí donde se consiguen los fondos y consolidación financiera para la producción (Sainz, 1999).

En esta etapa se contempla al posible equipo de trabajo con características creativas, es decir, a los creadores con talento original, como el responsable de la fotografía, el diseño de arte y vestuario, la postproducción y al reparto principal. Además, se trabaja en una aproximación a la planeación de la preproducción, rodaje y postproducción, a partir de una ruta crítica. Una vez consolidado y asignado el presupuesto, así como haber establecido los tiempos de ejecución, se da inicio a las etapas formales de la producción.

A) Preproducción

Es el estudio temprano de la producción de una película, en la que se realizan simultáneamente el desarrollo de la idea narrativa y la construcción del guion, por una parte; la construcción de decorados o la búsqueda de locaciones, por la otra; para no olvidar la selección y contratación de personal artístico y técnico, la elaboración de presupuestos total de la película y la programación de lo que será el rodaje. Es la fase más importante del proceso de producción. Comprende el proceso que nace desde una idea hasta que empieza la grabación (Beaver y Martínez, 1997).

La realidad es que la preproducción es fundamental para el proceso de producción, pues se debe planificar y organizar actividades fundamentales para una buena etapa de rodaje y postproducción, con tareas de preparación mucho más específicas tales como: la búsqueda y formalización de las localizaciones, contratación de servicios, elaboración de contrato, así como el plan de rodaje y presupuesto para conocer con exactitud lo que se hará durante semanas.

⇒ Administración de la producción.

Se trate de una producción independiente o comercial, con apoyos económicos o recursos propios, es de vital importancia tener el conocimiento de las necesidades técnicas humanas de producción que se

generaron gracias a la elaboración del desglose de guion y plan de rodaje. Estos documentos dan las herramientas para tener la certeza de lo que se requiere usar y el tiempo determinado de uso.

B) El rodaje

El rodaje es un momento de filmación o grabación, se trata de poner en escena las acciones que están descritas en el guion. En esta etapa donde la mayor parte del equipo coincide en las locaciones, la duración del rodaje varía, dependiendo de la longitud del guion, las necesidades de la producción y la complicación de las secuencias. En promedio una película se filma entre 4 y 6 semanas de rodaje, las series pueden durar varios meses en su filmación (Ragiber, 2017).

⇒ Seguimiento diario del rodaje.

El trabajo durante el rodaje es arduo y todos los integrantes del crew deben saber con exactitud cuál es su labor y sus responsabilidades. Gracias al trabajo diario se generan materiales y reportes que el departamento de producción debe recabar, organizar y si es necesario, distribuir, para que el proceso de producción no se detenga. El primer documento que se elabora diaria es el que se le conoce como Llamado. Un llamado es una hoja donde se especifica todas las actividades que se realizan al día siguiente. Este documento se le debe entregar a todo el crew para que tenga conocimiento de las labores que se deben realizar.

C) Postproducción

La postproducción es la parte final, es aquí donde todo toma forma, por supuesto, la persona encargada de la producción debe estipular un cronograma de trabajo para acordar tiempos de entrega, dar seguimiento y supervisar cada uno de esos procesos, es la etapa en donde se unifican todas las fases mencionadas anteriormente y se observa el producto final (Ruiz, 2005).

6.3.2 Lenguaje audiovisual

El lenguaje audiovisual está integrado por un conjunto de símbolos y unas normas de utilización que hacen posible esta particular manera de comunicación. Contiene elementos morfológicos, gramática particular y determinados recursos estilísticos (Álvarez, 1996): Sus características generales son:

- ❖ Es una comunicación multisensorial (visual y auditivo) donde los contenidos icónicos prevalecen sobre los verbales.
- ❖ Promueve un proceso global de información que proporciona al receptor experiencia unificada.

- ❖ Moviliza la sensibilidad antes que el intelecto.

Para su estudio se pueden considerar, principalmente la dimensión morfológica, sintáctica y semántica. La dimensión semántica del lenguaje fundamenta su singularidad en que si ya los elementos morfológicos constituidos en significantes vienen dotados, por su naturaleza intrínseca. A esto, habría que sumar, como en todo lenguaje, la intervención de la subjetividad y el bagaje emocional del constructor último de la significancia del mensaje audiovisual: el espectador.

6.4 Pandemia COVID-19

La pandemia del COVID-19 va más allá de una emergencia sanitaria. Es también una crisis económica, humanitaria, de seguridad y de derechos humanos. Ha puesto de manifiesto fragilidades y desigualdades muy graves entre países y dentro de ellos. Para salir de esta crisis será necesario un enfoque que incluya de manera integral a sociedades, gobiernos y al mundo entero en general, impulsado por la compasión y la solidaridad (ONU, 2021).

El COVID-19 es una nueva forma de la enfermedad del coronavirus, la cual se debe al nuevo virus SARS-Cov2 que causa una infección aguda con síntomas respiratorios. Este nuevo virus es diferente de los que causan el SARS (Síndrome Respiratorio Agudo Severo) o el MERS (Síndrome Respiratorio del Medio Oriente). También es diferente del coronavirus que causa la infección estacional en los EE.UU. Para abril de este año existen más de dos millones de casos confirmados en el mundo, siendo ya una pandemia. Los síntomas del COVID-19 incluyen: Fiebre, tos, dificultad para respirar, fatiga entre otros.

6.4.1 Repercusiones en el cine tradicional

Estas tendencias son contrastables en el sector audiovisual y del espectáculo en vivo, aunque en la diversidad de segmentos y actividades que enmarcan, en su interior los impactos de la pandemia adquieren alcances distintos, dependiendo fundamentalmente de que tanto se hayan visto afectados por las disposiciones de aislamiento y cuán rápido se han tomado, con protocolos.

En este sentido se señala, que el impacto en el segmento de televisión y radio ha tendido a hacer más moderado y que incluso una parte de esto se vio beneficiado por el incremento en sus audiencias a partir de la centralidad que adquirió la información y los servicios culturales emitidos vía streaming o similares aunque también se ha registrado un impacto negativo significativo en aquella porción

vinculada a la programación y emisión de ficciones, en la medida en que las actividades han tendido a ser suspendidas, reprogramadas o directamente canceladas (Organización, Internacional del Trabajo, 2020).

Por su parte, sobre la situación del segmento de cine, la misma fuente señala que se ve fuertemente por las bajas recaudación en las taquillas y por las caídas de ingresos de las producciones a lo largo de todo el ciclo de distribución. Al respecto, si bien el sector de producción y rodaje ha comenzado a retomar sus actividades con protocolos, las precauciones de distanciamiento social sigue limitando en buen medida al segmento de distribución y exhibición por la posibilidad de operar plenamente, No obstante, y al igual que ocurre en televisión, otros canales de distribución en línea resultaron menos afectados.

Se destaca, que el sector del espectáculo en vivo ha sido el más afectado, en tanto a la actividad en los entornos tradicionales de las actuaciones en directo ha desaparecido durante la pandemia. De manera similar a las actividades de producción de contenidos audiovisuales en fase de rodaje, el freno a la actividad fue disruptivo: repentino y generalizado, obligando a la cancelación y postergación de proyectos que implicaron en todos los casos la pérdida de puestos de trabajo. (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2020).

6.5 El cine

El cine mejor conocido como la cinematografía, es una técnica y un arte que consiste en la captura, montaje y proyección de fotogramas de manera rápida y sucesiva. El cine permite experimentar nuevas historias de un modo en el que otras artes no podrían, no por nada el cine es considerado el séptimo arte. En términos filosóficos, Bazin (1966) expresa que “el cine es el arte de la realidad”. Al igual que otra obra artística el cine es capaz de contar historias, transmitir pensamiento y sentimientos e incluso cambiar percepciones y actitudes en la sociedad.

En la actualidad, Hollywood domina el panorama mundial, esto por tener los recursos económicos necesarios. Puede abordar producciones con un coste impensable para una película europea, dado que su control de la distribución le permite amortizarla y ganar dinero mediante su exhibición en multitud de salas. No obstante, subsisten cineastas y filmografías al margen de Hollywood. Algunos países tienen una importante industria cinematográfica, aunque con muy poca proyección exterior. Sin embargo, esta industria presento un cambio radical en el año 2020 cuando la OMS declara La epidemia de COVID-19 obligando a las salas de cine a cerrar.

6.5.1 Cine post-pandemia

El aislamiento al que la humanidad se vio sometida a raíz de la pandemia del COVID-19 cambió las dinámicas de vida de las sociedades globalizadas. La transformación y adaptación de las personas en una vida diaria con un virus mortal cambió totalmente las reglas en la mentalidad que teníamos sobre la realidad y esta nueva adaptación generó un impacto negativo en la industria cinematográfica.

El cine, al igual que otras artes e industrias, sufre las consecuencias de una de las peores crisis sanitarias y económicas en los últimos cien años, y se plantean varios retos en el presente y futuro de las artes visuales con respecto a su migración a las plataformas de streaming y su competencia en el ciberespacio con las grandes corporaciones (Brito, 2021).

La industria cinematográfica actualmente se encuentra en una transformación a raíz de la pandemia ya que se vio profundamente golpeada a nivel económico generando pérdidas millonarias. A causa de esta crisis mundial, tenemos el surgimiento de nuevas plataformas de streaming además del auge y posicionamiento de las plataformas ya existentes como Netflix. Un hecho claro es la batalla que se creó entre los modelos de negocio de las plataformas de streaming y el cine tradicional.

Luego de que la Organización Mundial de la Salud (OMS) declarará epidemia el Covid-19, Lincoln (2020) afirmó que las salas cinematográficas enfrentan una crisis resultado de su cierre como consecuencia de la pandemia y de las medidas sanitarias tomadas por diversas naciones. Esta crisis se ve reflejada no solo en las pérdidas económicas sino también en la dinámica de la relación entre el espectador y el filme. En su contraparte, las plataformas streaming han aumentado el número de suscriptores y, por lo tanto, sus ganancias.

En consecuencia, de esto, las grandes productoras empezaron a estrenar sus producciones en plataformas de streaming cuando se tenían planeadas para la pantalla grande, en donde hubo pérdidas millonarias, debido a que, a pesar que las plataformas streaming poseen un auge indiscutible hoy en día, el cine es el medio por el cual estas producciones multiplican sus ganancias debido al amplio alcance que este posee (Lincoln, 2020).

6.5.2 Consecuencias

La pandemia ocasionada por el COVID-19 sin duda generó un impacto negativo en la economía del mundo. Brito (2021) dice que “La ONU declaró que la pandemia nos hará retroceder cuarenta años si no se tiene un plan colorativo para los países en desarrollo; regiones como Latinoamérica, Medio

Oriente y gran parte del continente africano”. La economía a raíz de la pandemia decayó a nivel global afectando de manera brutal la industria cinematográfica.

Como principal consecuencia está el cierre indefinido que tuvieron que hacer las salas de cine en el mundo, provocando pérdidas económicas a esta industria, el desempleo masivo que tuvo lugar en muchas empresas esto incluyendo el área de los cines dejando a muchas personas sin trabajo. Por otro lado, se empezaron a postergar las películas próximas a estrenarse y se empezó a cambiar de fechas más de una vez por cada producción, creando de esta forma una crisis en la industria cinematográfica.

El impacto de la pandemia en la taquilla mundial ha llevado a una notable reducción de los ingresos que la industria cinematográfica tenía previsto registrar en 2020. Así, se ha pasado de una recaudación estimada superior a los 44.000 millones de dólares estadounidenses a menos de 16.500 millones, según la última revisión realizada en julio de 2020 y a la espera de los datos definitivos. Esto supone unas pérdidas mucho mayores que las estimadas al comienzo de la pandemia en marzo de 2020, cuando se preveía que el sector perdería en torno a 12.000 millones a causa de la situación sanitaria mundial, así lo afirma (Orús, 2021).

Luego que la empresa televisiva estadounidense AMC perdiera 2.18 mil millones de dólares en su último trimestre, hubo una disminución del 22 % de producción. Por otro lado, Cinemark, que opera 6132 pantallas en dicho país y en Latinoamérica, tuvo una pérdida de aproximadamente 59 millones de dólares durante el último trimestre”. Por otro lado, Dinero (2020) dice que “la compañía Netflix obtuvo ganancias de 165% en el segundo trimestre del año, un aumento del 25% y el margen de operación creció el 22,1%; estas cifras son resultado de un crecimiento de los suscriptores y, en consecuencia, de los ingresos (Barnes, 2020).

El confinamiento jugó un papel importante en la pandemia, ya que nos creó una realidad distinta a la que se vivía, forzando a adaptarse a un estilo de vida diferente. Este punto afectó considerablemente al cine, ya que aunque los cines abrieran, la mayor parte de la sociedad había decidido no asistir por miedo al virus. De esta forma nace la necesidad de consumir contenido audiovisual y entretenido desde el hogar, y en respuesta de esta necesidad surgen las plataformas de streaming, el principal rival del cine en el periodo post-pandémico que se está viviendo.

La incertidumbre en torno a la forma tradicional de hacer y ver cine no surge con la contingencia de la COVID-19 sino que, simplemente, se acrecienta, debido a que ésta tiene sus orígenes en el surgimiento y rápido crecimiento de las diversas plataformas de streaming, su conquista de los espacios

familiares e íntimos, y su rotunda victoria sobre otras formas de entretenimiento, así afirma Lincoln (2020). Sin embargo, Las plataformas presentaron un crecimiento a raíz del cierre de las salas de cine ganando suscripciones y por ende dinero, creando de esta forma un espacio donde la industria cinematográfica puede emigrar y presentar sus producciones. De igual manera, Galindo (2021) nos afirma que “Los servicios de video en streaming, con operadores como Netflix, Disney+ o Blim, resistieron el desplome generalizado que provocó la pandemia y sostuvieron un crecimiento de doble dígito. El cine, la publicidad exterior y la música en vivo, en cambio, ofrecieron notas de números muy rojos” de esta forma se vio la diferencia y qué tipo de contenido iba a sobrevivir en la pandemia.

Por otro lado, los pocos sectores que sobrevivieron y mostraron un crecimiento en la pandemia, Galindo (2021) nos señala que “Es el caso de los servicios de streaming tipo Netflix, Disney+ o Blim, que en conjunto crecieron 24%, la publicidad digital (+9%) y los videojuegos, incluidos los esports (+4%), de acuerdo con los datos anuales de la consultora PwC México”

6.5.3 Adaptación y estrategias de la Industria

Tras el golpe económico que sufrió la industria cinematográfica se hicieron notar no solo las pérdidas económicas que tuvo esta industria si no también el comportamiento y adaptación de esta misma. Al cierre obligatorio de las salas de cine, lo más conveniente fue realizar estrategias adaptadas al contexto y necesidades en el confinamiento de la sociedad. De este modo, el cine comienza a optar por emigrar a las plataformas de streaming estrenando sus producciones por este medio, producciones que principalmente estaban destinados a la pantalla grande.

Existe un crecimiento de los sistemas streaming resultado de la cuarentena, así lo expresa Lincoln (2020) la pandemia llevó a la sociedad a contratar estas plataformas como una distracción necesaria así lo indicó. A respuesta de esta crisis principalmente la industria comenzó a postergar los estrenos de sus producciones tales como:

El estudio Universal decidió retirar el lanzamiento global de *Minions: The Rise of Gru* que se había programado para fines de junio en algunos mercados internacionales y para el 3 de julio en Norteamérica. Se programó para el 2 de julio de 2021, tomando el lugar que tenía la película animada *Sing 2*, que a su vez ahora se pospuso para el 22 de diciembre 2021. Del mismo modo, el estudio Disney realizó cambios en la fecha de lanzamientos. La película *Artemis Fowl*, que originalmente iba a presentarse en el fin de semana del Memorial Day, fue estrenado en Disney +, y el filme de Disney/Pixar *Soul* se estrenó hasta Junio, mientras que *Jungle Cruise*, con Dwayne Johnson y Emily Blunt fue postergada hasta el 30 de julio de 2021 (Lincoln, 2020).

Películas como *Caza fantasmas: afterlife*, *The Kings Man*, *Wonder Woman*, *Misión Imposible 7*, *007: No time to die*, entre otras estaban programadas para estrenarse en la pantalla grande en el 2020 sin embargo todas las fechas de estrenos fueron modificadas al siguiente año 2021. Esto como estrategia para no tener pérdidas considerables que afecten de manera brusca a las productoras cinematográficas. Sin embargo, no hay que dudar que la situación no ameritara que el público visitara los cines por el control y propagación del virus.

De igual manera, otra estrategia para adaptarse por parte de las industrias fue el estreno mutuo de las películas en la pantalla grande y las plataformas de Streaming. A pesar de que el contenido del cine y las plataformas es similar, se diferencian en el costo, el acceso y que la plataforma distribuye series, novelas, documentales, reportajes y películas a diferencia del cine. Muchas veces la decisión de donde se proyectará la película va dependiendo del peso de la producción y los gastos invertidos en la misma, ya que ciertas películas no generarían la misma ganancia que genera en las salas de cine en una plataforma de Streaming.

Hasta este punto se entiende que el crecimiento de las plataformas de Streaming se debe a la necesidad que nace raíz de la pandemia y el impacto negativo que tuvo en el cine, los servicios de streaming son entretenidos y una adicción positiva, donde por una tarifa mensual cuentas con el acceso a películas y series de cualquier categoría pero a pesar de todos los beneficios que estas plataformas te brinden siempre habrá personas deseando y prefiriendo la experiencia de visitar las salas de cine, ya que no solo es ver una película, sino también vivir la experiencia que un cine te ofrece. A pesar de las pérdidas a raíz de la pandemia el cine supo usar estrategias para no morir y volver a ser el 7mo arte por excelencia.

6.5.4 Comportamiento y percepción del público al cine postpandemia

Uno de los factores más importantes en la pandemia del COVID-19 y en este periodo postpandemia es el comportamiento del público, al enfrentarse a una situación de virus mortal provoca preocupaciones, una nueva adaptación de actividades diarias y estrés al consumidor, con respecto a esto, la ONU (2020) dice que “Es clave mantener bajos niveles de estrés durante etapas de confinamiento y aprovechar este espacio inédito para reflexionar, divertirse de otras formas, aprender y sacar lecciones para el futuro”. Por lo tanto, el entretenimiento a través de las plataformas de Streaming han sido de gran ayuda para distraer a las personas durante la pandemia, a través de esta necesidad es que las plataformas logran tener un incremento significativo.

El fácil acceso a estas plataformas es otro motivo por el cual el público ha optado el uso en la pandemia, ya que puedes reproducir contenido desde cualquier lugar a través de internet o por medio de descarga y entretenerte de manera segura sin salir de tu hogar, lo cual, estando en una pandemia significa la opción más viable por la seguridad de la salud misma, afirma Brito (2021). Desde este punto, se puede decir que estas plataformas surgieron para quedarse, ya que presentan ser un gran medio de entretenimiento y no hay duda que en este periodo post-pandémico su tendencia seguirá manteniéndose porque ya formo parte de nuestra vida cotidiana y el comportamiento de los consumidores fue y es positivo a estas plataformas.

Por otro lado, gracias a la creación de la vacuna contra el Coronavirus y la masiva vacunación en el mundo, las puertas de los cines volvieron a abrir y esta vez con condiciones de sanidad para el público, sin embargo, las personas tenían una percepción provocada por la pandemia, lo que provocó la poca asistencia del público a las salas de cine. Sin embargo, a pesar de esto, en el año 2021 y lo que va del 2022 el público ha respondido de forma positiva a las salas de cine rompiendo en taquillas en películas como Spider-Man: No Way Home, Godzilla vs. Kong, Free Guy entre otras.

Sin lugar a dudas la pandemia creó un antes y un después en la industria cinematográfica dándole paso a las plataformas de Streaming como un nuevo espacio de entretenimiento, sin embargo el cine está resurgiendo y volviendo hacer lo que era antes y aunque a pesar de que el consumo de las plataformas no disminuirá, el gran mundo de las producciones audiovisuales y producciones cinematográficas se ha adaptado de buena manera para subsistir en la pantalla grande y en las plataformas de Streaming.

VII. Diseño metodológico

7.1 Tipo de investigación

La investigación a realizar es de tipo descriptiva, ya que fundamentalmente, consiste en un análisis y caracterización de una situación en la que la humanidad se enfrentó creando consecuencias y cambios en la sociedad. Esta investigación tiene como objetivo llegar a conocer la percepción de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua ante el reforzamiento de las plataformas streaming a raíz de la pandemia y su adaptación a esta era postpandemia.

7.2 Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es mixto, ya que el tipo cuantitativo ayudará a recolectar los datos de la población y obteniendo los resultados a través de métodos cuantitativos. Este tipo de investigación trata de cuantificar y entender de qué manera la pandemia afectó en la percepción de la población en el concepto que se tenía de cine tradicional. Mientras que el enfoque cualitativo ayudara a recopilar datos con métodos no numéricos para comprender opiniones, emociones y comportamientos de la población.

7.3 Diseño de investigación

En cuanto al diseño de la investigación por la modalidad y las características del estudio, el diseño es de campo, debido a que se analizaran a los sujetos involucrados quienes son los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas desde su ambiente natural, el cual es la UNAN-Managua con el fin de alcanzar los objetivos planteados en la investigación. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), definen el diseño de la investigación como el formato para dar respuestas a las interrogantes planteadas.

Por otro lado, esta investigación es de carácter no experimental ya que no se alterará el sujeto de estudio, sino que se observará sus comportamientos para luego ser analizados. En cuanto al tiempo es transversal, en este tipo de diseño se recolectan datos en un solo momento, consiste en delimitar las diversas características y el desarrollo del diseño de estudio en una sola medición, siendo a su vez retrospectivo, debido a que se retomaran datos e investigaciones pasadas del fenómeno en cuestión.

7.2 Unidad de análisis de estudio

Percepción de las plataformas streaming a raíz de la pandemia COVID-19 en los estudiantes de las diversas carreras de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN- Managua.

7.3 Área de estudio

El presente estudio se realizará en la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN- Managua.

7.4 Universo y Muestra

El campo de estudio será la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas está distribuido en 13 carreras en la UNAN-Managua, en las cuales se encuentran matriculados en la modalidad matutina y vespertina (número de estudiantes desconocidos y año de carrera que tomaremos.), que conforman al periodo del segundo semestre del año 2022.

En el análisis solo se incluyen estudiantes que consumen plataformas streaming, por lo que se ha centrado en estudiantes a partir de tercer año de cada carrera de la Facultad en la modalidad matutino y vespertino, el tipo de muestreo utilizado será a conveniencia por cantidad, tomando en cuenta que es una población con las mismas características (estudiantes) similares y que están en proceso de culminar sus carreras, esto beneficiara a la elaboración de la investigación pues sus conocimientos son aptos para conocer la percepción del porque usan plataformas de streaming.

7.5 Método y técnica

La técnica que se utilizará para la recopilación de datos será mediante la aplicación de encuestas, con el objetivo de analizar el comportamiento y la percepción de los estudiantes referente al auge de las plataformas de generación de contenido durante la pandemia COVID-19. Las encuestas se encuentran estructuradas por 15 interrogantes, las cuales se encuentran ordenadas en dicotómicas, nominales y likert, cinco preguntas por cada variable, en donde fueron aplicadas 100 encuestas tomando como criterio de selección únicamente estudiantes de las carreras de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

Nº	Carrera	Cantidad de estudiantes encuestados
1	Comunicación para el Desarrollo	10
2	Trabajo social	10
3	Derecho	10
4	Psicología	10

5	Antropología social	10
6	Geografía	10
7	Historia	10
8	Filosofía	10
9	Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales	10
10	Gestión de la Información	10

De igual forma, se empleará la técnica de grupos focales debido a que se requiere la opinión abierta de los estudiantes para analizar sus percepciones acerca del fenómeno en estudio, con el objetivo de ampliar la opinión y tener un mayor alcance de la información.

Por otro lado, la técnica de la triangulación se utilizará para contrastar los enfoques que se obtienen a partir de los datos recolectados, mediante esta técnica se unifican los métodos empleados para estudiar y analizar el fenómeno. Su finalidad es el contraste de diversos datos que se concentran en un mismo problema y de esta manera establecer comparaciones entre las percepciones de los sujetos, tomando las impresiones de diferentes personas y asimismo evaluar el problema con mayor amplitud y objetividad.

La triangulación en la investigación social presenta muchas ventajas, ya que, al utilizar diferentes métodos, éstos realizan una filtración a través de los cuales se percibe la realidad de modo selectivo. Por ello conviene recolectar los datos con métodos diferentes, de esta manera proporcionarán al investigador un mayor grado de confianza, minimizando la subjetividad que pudiera existir en cualquier acto de intervención humana (Catón y Aráuz, 2019).

7.6 Operacionalización de variables

Analizar la percepción de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN Managua ante el reforzamiento de las plataformas streaming a raíz de la pandemia.

Objetivos específico	Conceptualización de variables de investigación	Indicador	Instrumento a aplicar
<p>Identificar que dio origen del reforzamiento de plataformas streaming post pandemia COVID-19.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plataformas de Streaming: “Se pueden definir como medios de entretenimiento, en donde los usuarios pueden suscribirse y disfrutar de contenido multimedia exclusivo ya sea en directo o grabado, mediante computadoras o aparatos móviles, además estos dispositivos deben tener conexión a internet para poder funcionar. Cabe destacar, que los programas de televisión, podcasts, webcasts, las películas y vídeos musicales son los tipos de contenido streaming más habituales”, (Durand y Patiño, 2021). • Pandemia COVID-19: La pandemia del COVID-19 va más allá de una emergencia sanitaria. Es también una crisis económica, humanitaria, de seguridad y de derechos humanos. Ha puesto de manifiesto fragilidades y desigualdades muy graves entre países y dentro de ellos. Para salir de esta crisis será necesario un enfoque que incluya de manera integral a sociedades, gobiernos y al mundo entero en general, impulsado por la compasión y la solidaridad, (ONU, 2021). 	<p>% de estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas que conocen acerca del crecimiento de las plataformas streaming post-pandemia.</p>	<p>Encuesta.</p>

<p>Analizar los modelos de negocio de la industria de generación de contenidos a raíz de la pandemia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Modelos de negocio: “Existen varias definiciones de modelos de negocios. Se puede definir un modelo de negocios como “un conjunto complejo de rutinas interdependientes que se descubren, ajustan y matizan mediante la acción”. <p>En términos generales se suele usar para definir como un negocio o empresa genera valor a través de la utilización de la cadena de valor”. (Barrios, 2010)</p>	<p>% de estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas que identifican los modelos que utilizan la industria de generación de contenido para aumentar el consumo de este tipo de contenido.</p>	<p>Encuesta.</p>
<p>Valorar la opinión de los estudiantes de las carreras de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua acerca del auge del contenido en las plataformas streaming a partir de la pandemia COVID-19.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Auge del contenido en las plataformas: El crecimiento de las plataformas de Streaming se debe a la necesidad que nace raíz de la pandemia y el impacto negativo que tuvo en el cine, los servicios de streaming son entretenidos y una adicción positiva, donde por una tarifa mensual cuentas con el acceso a películas y series de cualquier categoría. <p>Tal y como afirma Reséndiz (2020) “La incertidumbre en torno a la forma tradicional de hacer y ver cine no surge con la contingencia de la COVID-19 sino que, simplemente, se acrecienta, debido a que ésta tiene sus orígenes en el surgimiento y rápido crecimiento de las diversas plataformas streaming, su conquista de los espacios familiares e íntimos, y su rotunda victoria sobre otras formas de entretenimiento”.</p>	<p>Número de estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas que consideran que tuvieron un cambio de percepción acerca de las plataformas streaming a raíz de la pandemia.</p>	<p>Grupo focal.</p>

VIII. Análisis e interpretación de los resultados

Los resultados se desarrollaron para la recolección de datos, empleando diferentes instrumentos. En este sentido, se aplicó una encuesta y grupo focal a los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua, que conforman la muestra de esta investigación, con el objetivo de conocer la percepción de los estudiantes ante el reforzamiento de las plataformas streaming a raíz de la pandemia, en el periodo de II semestre 2022. Este análisis se hace de acuerdo a los objetivos de investigación definidos y dando respuesta a las preguntas de investigación planteadas.

La información que a continuación se presenta es para identificar, analizar y describir el comportamiento que tienen los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua al consumir contenido digital (Plataformas Streaming) durante el período del 2022. En las páginas siguientes se describen los principales resultados y hallazgos encontrados a partir de la aplicación de encuestas y grupo focal, el análisis y discusión de los resultados se organizan de acuerdo a los capítulos que se determinaron en los instrumentos administrados.

También es importante señalar que el análisis es de enfoque mixto (Cuantitativo y Cualitativo), para su elaboración se utilizó el programa Microsoft Excel, es un programa de hoja de cálculo electrónico para almacenar y organizar datos, asimismo, dio paso para la construcción de la base de datos y el procesamiento de los mismos, para dar respuestas a los objetivos propuestos de esta investigación.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a partir de la aplicación de las encuestas:



Gráfico N°1

Es importante conocer algunas generalidades de los encuestados, quienes son los estudiantes de las diferentes carreras de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua). Como se observa en el Gráfico N°1, el 44% de los encuestados tienen las edades entre 22 a 25 años, mientras que el 42% tienen las edades entre 19 a 21 y solamente el 14% de los encuestados tienen las edades entre 16 a 18.

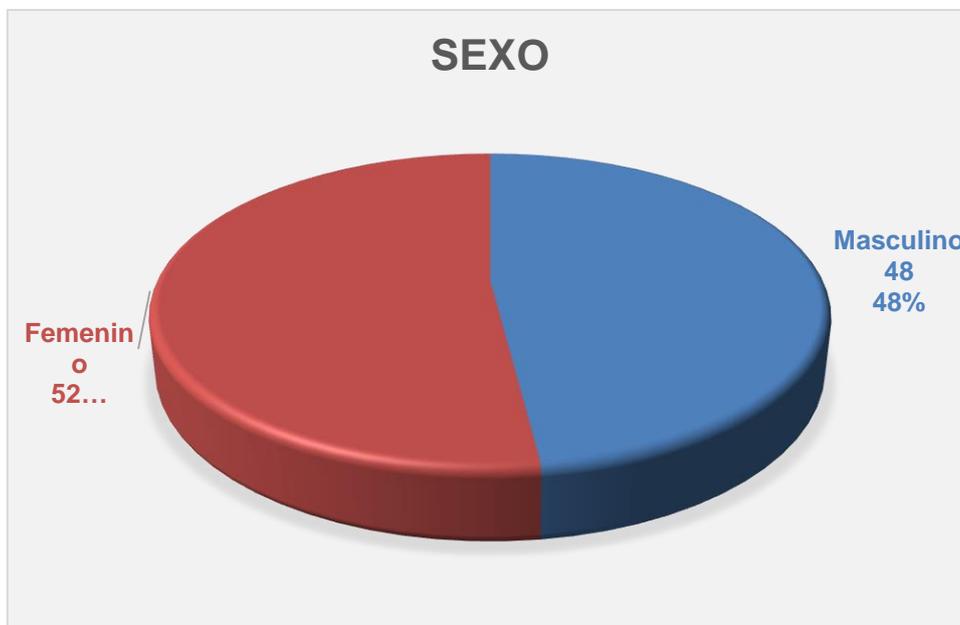


Gráfico N°2

El gráfico N°2 hace referencia al género de los encuestados, la encuesta se aplicó a 100 estudiantes de las diferentes carreras y turnos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas, fue aplicada a 52 mujeres y a 48 hombres. En este sentido, quiere decir que la mayoría de los estudiantes de la Facultad son mujeres.

Capítulo N°1: Origen del reforzamiento de las plataformas de Streaming.



Gráfico N°5

En el gráfico N°5 los encuestados respondieron si recomendarían el consumo de contenido por medio de la plataforma que habitualmente consumen, el 96% si recomienda el consumo de contenido a través de la plataforma escogida, mientras que el 4% no lo harían. La gran mayoría optó por recomendar el uso de su plataforma de contenido favorita, esto demuestra como el consumo de estas plataformas se ha vuelto un hábito, además de lo conformes que se encuentran los usuarios. De manera similar a las actividades de producción de contenidos audiovisuales en fase de rodaje, el freno a la actividad fue disruptivo: repentino y generalizado, obligando a la cancelación y postergación de proyectos que implicaron en todos los casos la pérdida de puestos de trabajo, (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2020).

Desde esta perspectiva los participantes del grupo focal, tomando en cuenta los criterios selección que poseen en referencia a elegir un medio óptimo para visualizar contenido, expresaron que uno de los aspectos que mayormente influye en su elección es el ámbito económico, es decir, dependiendo de la posibilidad y alcance que tienen para pagar es que escogen una plataforma, participante (3): “Considero que es mejor ver películas o series desde mi casa, ya que salir al cine implica gastar en transporte, comida...”

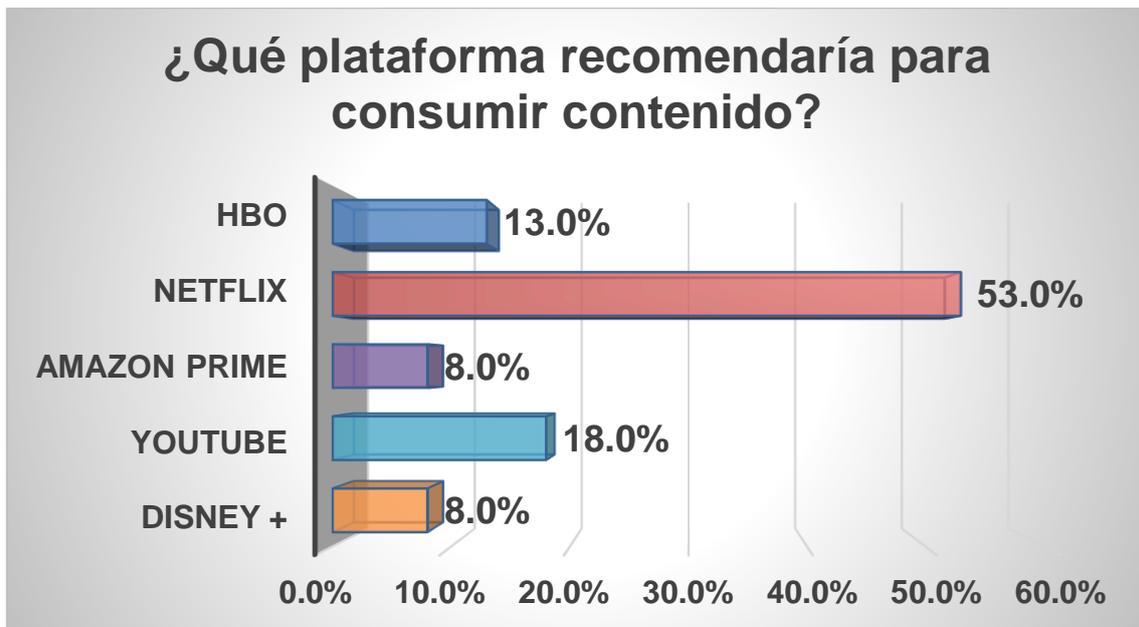


Gráfico N°8

En el gráfico N°8 se les preguntó a los encuestados cual sería la plataforma que recomendarían para consumir contenido. El 53% de los encuestados recomiendan Netflix, el 18% recomiendan YouTube, el 13% recomiendan HBO, el 8% recomiendan Amazon Prime y de igual manera, el 8% restante de los encuestados recomiendan Disney+. Netflix fue una de las primeras plataformas en conseguir posicionarse y llamar la atención del usuario, por su gran variedad de contenido por una suscripción. Que el usuario les diera poder a estas plataformas se originó por la pandemia y las consecuencias que trajo a la industria cinematográfica. Cabe destacar que Netflix al convertirse en una plataforma conocida y empezar sus propias producciones, estas están dirigidas al público juvenil.

Por otro lado, el participante (5) del grupo focal afirma que posee opiniones divididas tanto para recomendar una plataforma en específico como para ir al cine: “En este sentido, tengo diferentes puntos de vista, ya que me gusta ver contenido desde mi casa, cómodo, no salgo, no gasto, pero de igual manera no es la misma emoción que uno siente estando en el cine, verlo en la pantalla grande, además del sonido que hay ahí...”, este estudiante hacía referencia, a que depende del gusto del público, así como también del bolsillo de cada quien, ya que existen plataformas con altas tarifas para observar contenido exclusivo, y otras que por una tarifa más baja te ofrecen variedad de contenido pero con la diferencia que estas últimas presentan los estrenos meses después de su estreno.

Capítulo N°2: Modelos de negocio de la industria de generación de contenidos a raíz de la pandemia.

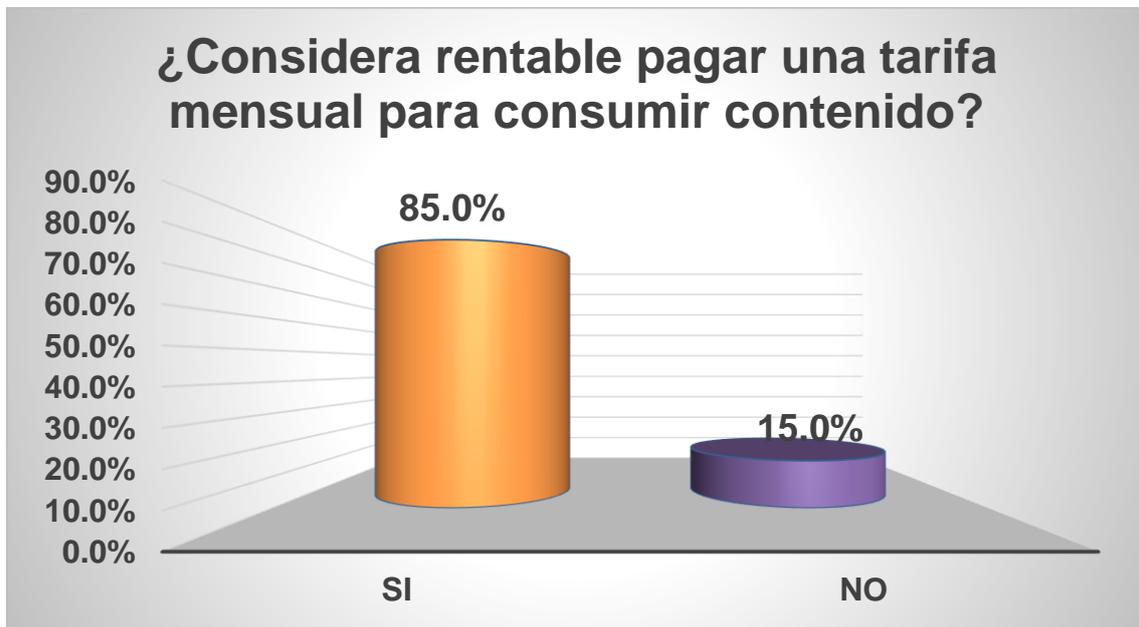


Gráfico N°6

En el gráfico N°6 se responde a la interrogante, “**¿Considera rentable pagar una tarifa mensual para consumir contenido?**”. El 85% de los encuestados contestaron que, si es rentable, mientras que el 15% no lo consideran rentable. Uno de los factores que podrían influir, es que por pagar una cuota mensual se tiene acceso a una gran variedad de contenido; películas, series, miniserie y documentales. Aquí entran en juego los diferentes modelos de negocio implementados por las empresas para captar al usuario.

Por otro lado, García (2021) nos dice que uno de los modelos de negocio mayor empleados es el Financiamiento de plataformas por publicidad, este consiste en que el usuario obtiene de manera “gratuita” el acceso a contenidos a cambio de presentar anuncios publicitarios a lo largo del audiovisual, esta estrategia es implementada por plataformas como YouTube. Sin embargo, el más rentable y el que ha provocado el reforzamiento de las plataformas de streaming es el modelo de suscripción, cuyo principal negocio es la tarifa mensual o en algunos casos anual, para tener acceso a contenido sin publicidad. Galindo (2021) nos dice que los servicios de streaming tipo Netflix, Disney+ o Blim, crecieron un 24%, siendo de los pocos sectores que sobrevivieron y mostraron un crecimiento en la pandemia.

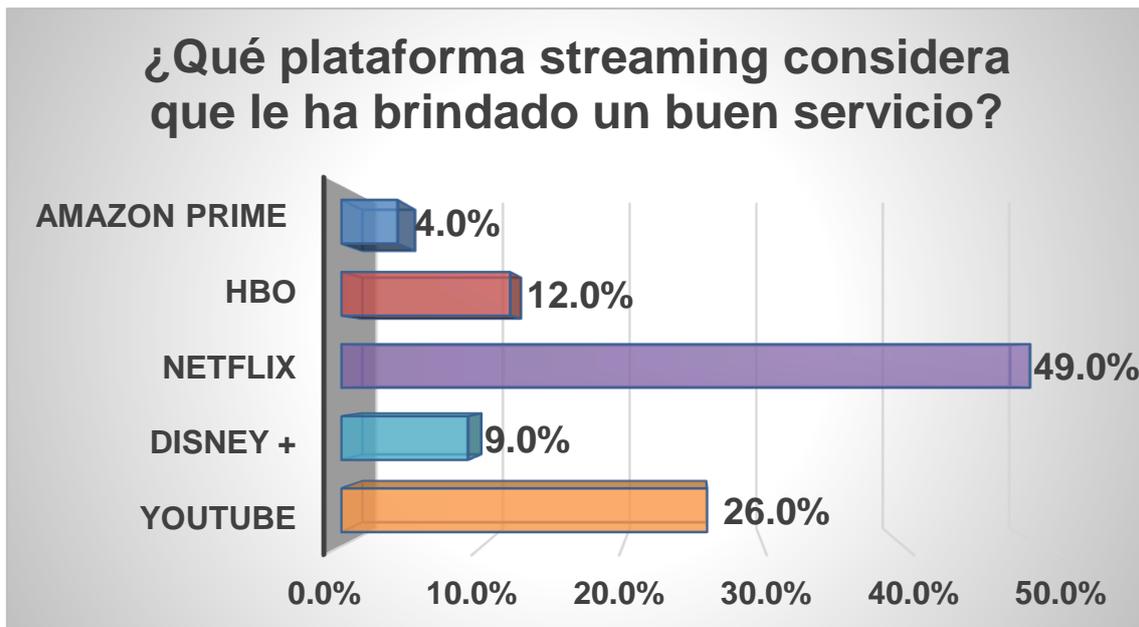
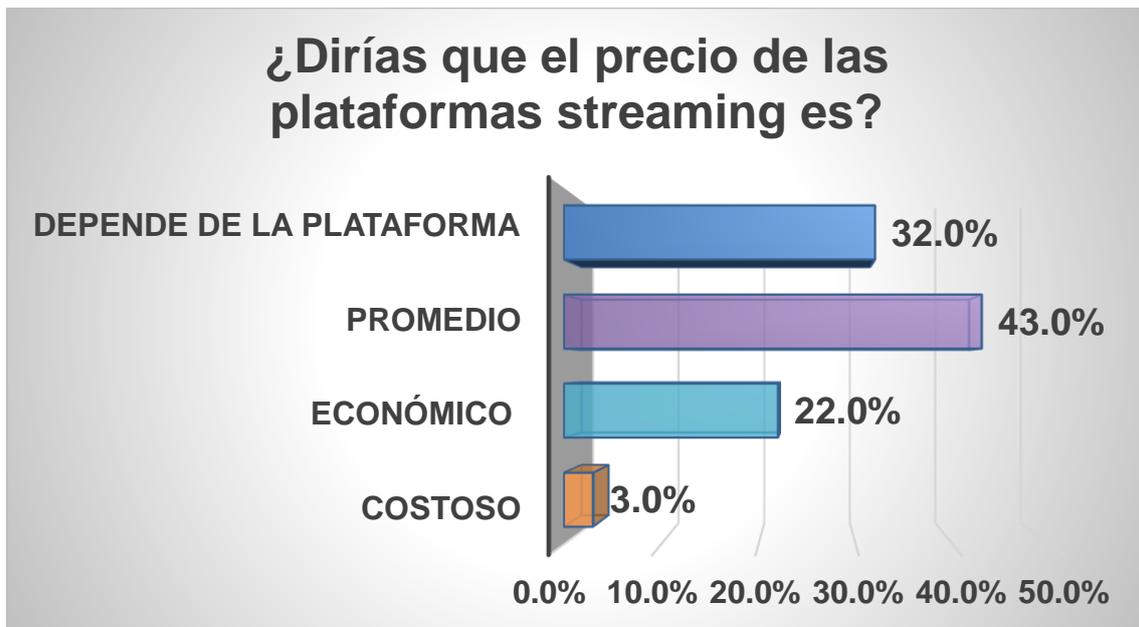


Gráfico N°9

En el gráfico N°9 se responde a la interrogante “**¿Qué plataforma streaming considera que le ha brindado un buen servicio?**”. El 49% de los encuestados consideran que Netflix es la plataforma que les ha brindado un buen servicio, mientras que el 26% votaron por YouTube, el 12% votaron por HBO, el 9% votaron por Disney+ y solamente el 4% de los encuestados votaron por Amazon Prime. Es bastante obvio que el modelo de negocio de suscripción favorece a los usuarios, sin embargo, es necesario tener un buen servicio para los usuarios. Netflix es la plataforma que prevalece; según los encuestados, como la plataforma con el mejor servicio esto podría ser por el contenido o por la tarifa mensual, además se puede destacar de este espacio de producciones audiovisuales, el catálogo de novelas tanto antiguas como nuevas, lo cual plataformas como Amazon Prime o Disney+ no te brinda.

De igual manera, los participantes en el grupo focal, no solo indicaron que las plataformas han brindado un excelente servicio tanto en calidad de imagen como en variedad de contenido, sino que también desempeñaron una función indispensable durante la pandemia, participante (5) “Jugaron un papel muy importante debido a que, en los tiempos de pandemia la vida social, laboral prácticamente fue detenida, la gente buscaba una manera de divertirse, entretenerse, buscaban la comodidad de su hogar y estar a salvo, ver televisión, contratar algún tipo de plataforma streaming... y de esa manera contrarrestar la preocupación para los tiempos de COVID y así evitabas salir de tu hogar”.



Gráfica N°11

En el gráfico N°11 los encuestados valoran el precio de la cuota mensual de las plataformas de Streaming. El 43% considera que el costo está en un precio promedio, mientras que el 32% de los encuestados consideran que el costo depende de la plataforma, el 22% considera que el precio es económico y solamente el 3% lo considera costoso, García (2021) considera que hoy las audiencias cuentan con una abundante oferta de plataformas de streaming y una competencia tenaz por mantenerse entre sus preferencias. Sin embargo, esto implica una variación de precio en las suscripciones mensuales y anuales de estas plataformas es por eso que el 32% considera que el precio depende de la plataforma.

Por otro lado, participantes del grupo focal indican que influye el aspecto económico al momento de elegir una plataforma, sin embargo, expresan que depende de cada persona y del gusto de las mismas, participante (4): “Va depender de cada uno, de los gustos, las preferencias de cada persona...” además, otros estudiantes consideran que depende de la experiencia y variedad de contenido que cada plataforma te ofrece toman en cuenta el precio.

Capítulo N°3: La opinión de los estudiantes de las carreras de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN- Managua acerca del auge del contenido en las plataformas streaming a partir de la pandemia COVID-19.

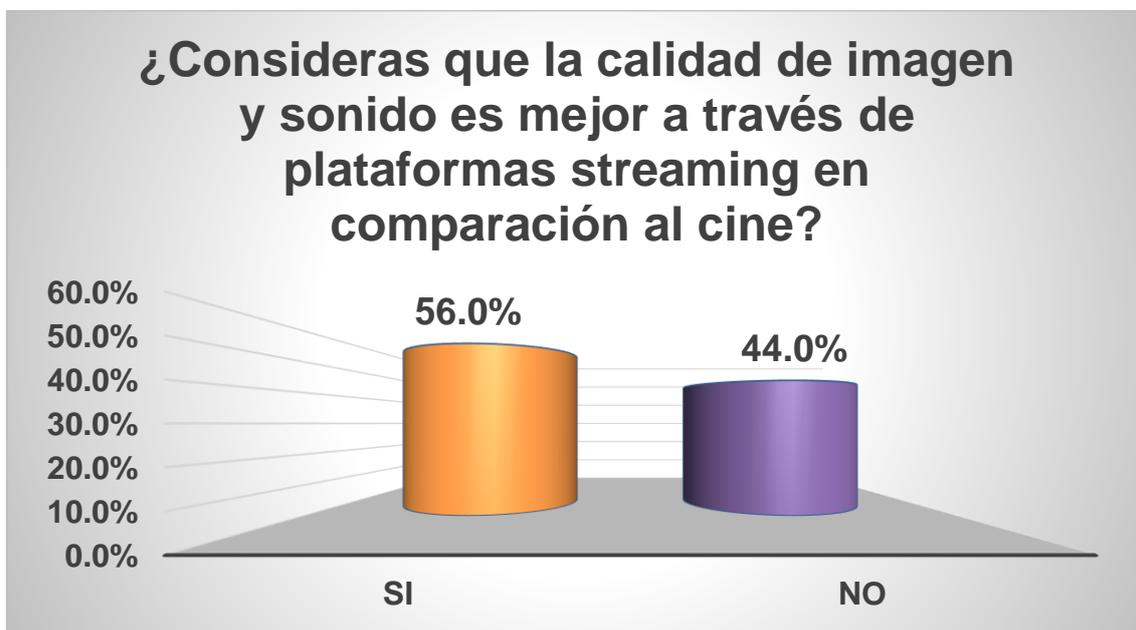


Gráfico N°7

En el gráfico N°7 los encuestados responden a la pregunta, “**¿Consideras que la calidad de imagen y sonido es mejor a través de plataformas streaming en comparación al cine?**”. El 56% contestaron que sí, mientras que el 44% contestaron que no. Cabe destacar que los usuarios de estas plataformas de contenido, tienen la posibilidad de modificar tanto el volumen como la calidad de imagen de lo que estén viendo, lo cual el cine no es capaz.

Para Morgado (2012), la cinematografía es una de las industrias más importantes de bienes de consumo, la cual genera la mayor cantidad de ingresos. Por otro lado, la característica principal de esta industria es que, es un producto de consumo masivo. Sin embargo, esta industria no se había enfrentado a una pandemia en una era avanzada tecnológicamente, misma que fue muy bien aprovechada por las plataformas de Streaming, ganándose a los usuarios por las circunstancias que provoco la pandemia COVID-19.

De igual manera, estudiantes de grupo focal indican que depende de cada quien y de los aspectos que tomen en cuenta con respecto a la calidad de imagen y sonido, participante (2): “Considero que depende de la perspectiva de la persona y que considere ella como recreación, para mí siempre será mucho mejor ir al cine a ver una película que verlo desde mi casa...”, Sin embargo, otros participantes no consideran mucho la imagen o el sonido, sino que toman en cuenta otros aspectos.

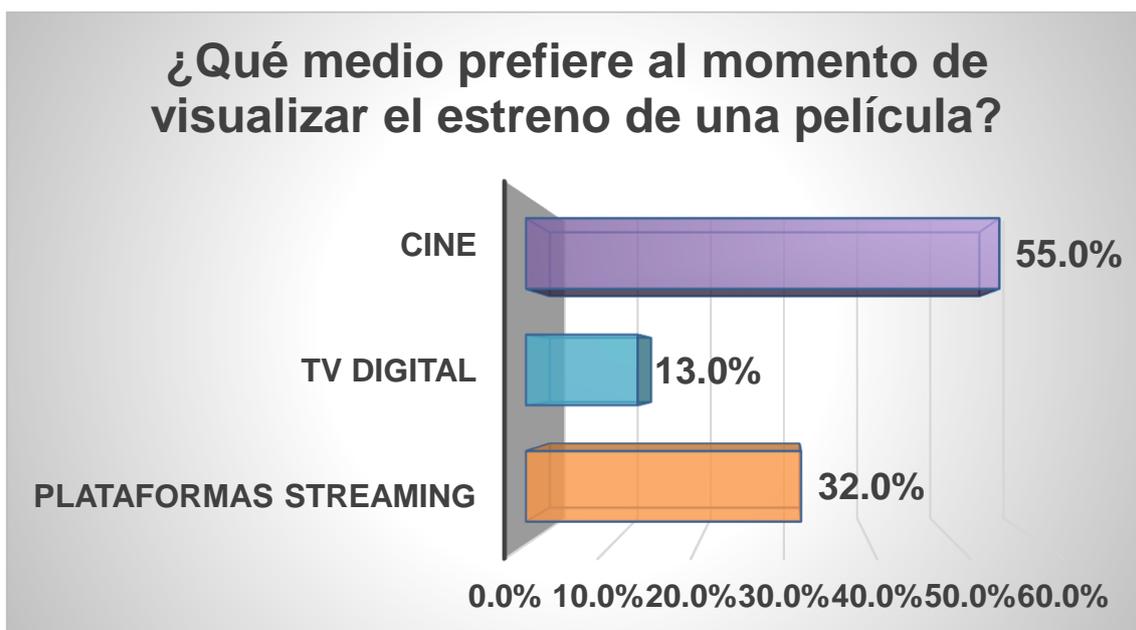


Gráfico N°10

En el Gráfico N°10 se responde a la interrogante “**¿Qué medio prefiere al momento de visualizar el estreno de una película?**”. El 55% de los encuestados prefieren que el cine sea el medio de estrenos de películas, sin embargo, el 32% prefieren que las películas se estrenen en las plataformas de Streaming y solamente el 13% prefieren el estreno de películas por medio de la TV digital. A pesar de la accesibilidad de las plataformas, poco más de los estudiantes encuestados prefieren asistir al estreno de una película a las salas de cine.

Bazin (1966), expresa que “el cine es el arte de la realidad”. Al igual que otra obra artística el cine es capaz de contar historias, transmitir pensamiento y sentimientos e incluso cambiar percepciones y actitudes en la sociedad. Uno de las características de esto, podría ser por la experiencia que te brinda ir al cine, no es solamente la película, sino todo lo que conlleva asistir a las salas de cine. Con respecto a escoger un medio para visualizar el estreno de una película, estudiantes del grupo focal indicaron que depende del criterio de cada persona y lo que consideren mejor, participante (2): “Considero que depende de la persona y que considere ella como recreación...”

¿Considera que las plataformas streaming han reemplazado al cine tradicional?

■ De acuerdo ■ Poco de acuerdo ■ Nada de acuerdo

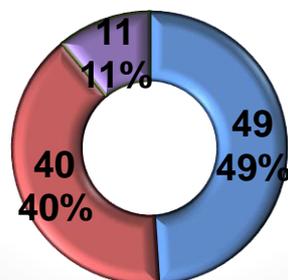


Gráfico N°15

En el gráfico N°15 se responde a la interrogante “¿Considera que las plataformas streaming han reemplazado al cine tradicional?”, se colocaron variables de respuesta en De acuerdo, Poco de acuerdo y Nada de acuerdo. Los 49% de los encuestados están de acuerdo con que las plataformas han reemplazado el cine tradicional, mientras que el 40% están poco de acuerdo y solamente el 11% están nada de acuerdo. La adaptación de las personas en una vida con un virus mortal cambió totalmente las reglas en la mentalidad sobre la realidad y esta nueva adaptación generó un impacto negativo en la industria cinematográfica, abriéndole paso a los servicios que hoy se convirtieron en una alternativa del cine.

Para Lincoln (2020), una de las principales consecuencias que la pandemia provocó, fue que las grandes productoras empezaron a estrenar sus producciones en plataformas de streaming cuando se tenían planeadas para la pantalla grande, en donde hubo pérdidas millonarias. Estas plataformas no solo te brindan contenido de hace varios años, sino que al principio te brindaban películas y series nuevas. Por otro lado, estudiantes del grupo focal tuvieron opiniones divididas respecto al reemplazo del cine frente a las plataformas streaming, participante (2): “Considero que el cine no ha sido reemplazado por el servicio streaming, porque el cine nos va brindar una experiencia diferente que no la vamos a tener en nuestros hogares”.

Sin embargo, opinión contraria a esto, participante (5): “Desde mi punto de vista, en su mayoría si ha sido reemplazado, ya que la mayoría de gente prefiere quedarse desde su casa cómoda, normalmente los cines, últimamente no los veo como lo veía antes de la pandemia, igual si veo personas en el cine es más que todo cuando hay un estreno y eso que no es en la misma magnitud que había antes...”

¿Consideras que en la actualidad es más pertinente contratar un servicio streaming que ir al cine?

■ De acuerdo ■ Poco de acuerdo ■ Nada de acuerdo

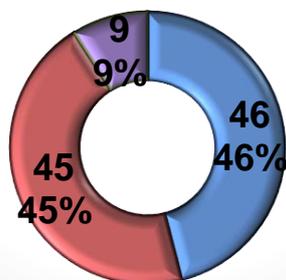


Gráfico N°17

En el gráfico N°17 se responde a la interrogante “¿Consideras que en la actualidad es más pertinente contratar un servicio streaming que ir al cine?”, el 46% de los encuestados están de acuerdo en que es más pertinente contratar estas plataformas que ir al cine, mientras que el 45% están poco de acuerdo y solamente el 9% de los encuestados están nada de acuerdo. Según Lincoln (2020) la pandemia llevó a la sociedad a contratar estas plataformas como una distracción necesaria, pero a pesar de los intentos de las industrias por adaptarse a esta necesidad, sufrieron un golpe fuerte, incluso migrando su contenido a estas plataformas.

Con un resultado casi parejo, el 46% de los estudiantes consideran que es más pertinente contratar un servicio de streaming a ir al cine. A pesar de que las plataformas llegaron para quedarse, el cine tradicional sigue brindando una experiencia distinta y única, sin embargo, la existencia de estos espacios le brinda opciones de escoger al usuario en que medio poder disfrutar de una producción. En este sentido, actualmente los estudiantes indicaron que prefieren contratar un servicio streaming que ir al cine, a menos que haya un estreno muy relevante, participante (3): “Considero que es mejor desde mi casa, la comodidad, ya salir al cine implica gastar en comida, transporte...”

Grupo Focal

La técnica grupo focal es una herramienta cualitativa, la cual consiste en una entrevista grupal con duración de 90 a 120 minutos, en donde se selecciona un conjunto limitado de personas quienes reúnen ciertas características con el objetivo de aportar información a un tema delimitado, estos son guiados por un moderador quien dirige la sesión con una pauta de moderación. Esta técnica posibilita conocer a través de opiniones las perspectivas de los participantes acerca de un determinado tema (Hernández y Coello, 2002 como se citó en Prado, 2016).

Para ello, se reunió a los estudiantes participantes en el lugar seleccionado, el cual fue el aula 3005 del Recinto Universitario Rubén Darío en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, en donde en primera instancia se les dio a conocer la dinámica y el propósito de la misma, por lo cual, todos estuvieron de acuerdo en proporcionar sus opiniones, al finalizar la entrevista se les estimulo con un pequeño refrigerio, a manera de agradecimiento por el apoyo brindado.

La discusión fue dirigida por uno de los investigadores quien a su vez fue moderador, el cual controlaba las intervenciones y motivaba a los participantes a sentirse cómodos de forma tal, que la información que proporcionaran seria completamente confidencial. De igual manera, se estimulaba constantemente a los participantes para crear un ambiente confortable, sin presiones o prejuicios para que estos pudieran expresar sus opiniones, sentimientos y perspectivas sin imposiciones de criterios para no manipular sus ideas.

La actividad se desarrolló en una hora y treinta minutos, con la finalidad de recopilar información que aportara y secundara la investigación, cabe destacar, que se solicitó autorización a cada participante para grabar sus intervenciones y tomar fotografías que se utilizaran como evidencia para sustentar el análisis realizado, por lo cual todos estuvieron de acuerdo.

Validación de Instrumentos

Todo trabajo investigativo, debe estar conformado por argumentos coherentes y sólidos que demuestren que el proceso reúne los requisitos técnicos, científicos y metodológicos, para que la investigación tenga validez. Entre los métodos utilizados para atribuirle mayor autenticidad y confiabilidad a la investigación se realizó la validación de los instrumentos aplicados empleados para la recopilación de la información. Para llevar a cabo este proceso de recolección de información fue necesaria la revisión de las preguntas contenidas tanto en la guía de cuestionario estructurado de la

Encuesta y el cuestionario del Grupo Focal, las cuales fueron modificadas según los criterios en beneficio de cumplir con los objetivos planteados.

Cabe destacar que el docente que estuvo a cargo de revisar y verificar los instrumentos, posee experiencia en docencia Universitaria, además de un master en Investigación aplicada, es por ello que sus observaciones fueron indispensables para la mejora de los instrumentos. Por otro lado, se revisó la coherencia y redacción de los mismos, además de comprobar que el instrumento se adaptaba y respondía a los objetivos propuestos para llevar a cabo la investigación.

Grupo Focal

Referencia Técnica y Contextual del Instrumento Metodológico

Método: Grupo Focal

Técnica: Técnica de discusión grupal

Fecha: 01 de octubre 2022

Duración: 90 minutos.

Lugar: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, en el aula 3005 del Recinto Universitario Rubén Darío.

Contexto: Ambiente propio.

Personas que participan del Grupo Focal: Estudiantes activos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua que consuman contenido en plataformas streaming.

Participantes:

- Valeria Vanessa Briones Aburto
- Samantha Lacayo Rodríguez
- Alejandra de los Ángeles Castro Cajina
- María Vicenta Espinoza Baltodano
- Samuel David Trujillo Sequeira

Moderadora del Grupo Focal: Alejandra Piñero Téllez

Investigador del Grupo Focal: MsC. Milán Prado Cuarezma

Propósito (a): Aspectos relacionados con el reforzamiento de las plataformas streaming y su influencia post pandemia.

Los estudiantes entrevistados aseguran que las plataformas streaming desempeñaron un papel fundamental en tiempos de pandemia, debido a que era una forma de entretenerse sin salir de sus hogares, por ello, las plataformas de generación de contenido iniciaron a reforzar ciertos aspectos desde sus modelos de negocio hasta la diversidad de contenido que presentaban, para hacerlo aún más atractivo ante el público.

La mayoría de participantes indican que el aspecto fundamental que las plataformas utilizaron para ser de gran influencia ante la sociedad fue el hecho del confinamiento, participante (5) “En los tiempos de pandemia la vida social, laboral prácticamente fue detenida, la gente buscaba una manera de divertirse, entretenerse, buscaban la comodidad de su hogar, ver tele contratar algún tipo de plataforma streaming... y de esa manera contrarrestar la preocupación para los tiempos de COVID y así te evitabas salir de tu hogar”.

Sin embargo, había estudiantes que discrepaban e indicaban que la influencia de estos ha causado una repercusión negativa en la sociedad actual, participante (2) “Considero que las plataformas jugaron un papel muy importante, ya que hicieron que distrajéramos nuestra mente de lo que estaba pasando alrededor del mundo, Sin embargo creo que actualmente se han convertido en un contra y ha acarreado consecuencias puesto que hemos creado una adicción a veces dejamos de ser nuestras cosas cotidianas por estar Netflix”.

Por otro lado, otra estudiante expresó que a pesar de que durante la pandemia estas plataformas funcionaron para despejar la mente de lo que ocurría en el mundo, actualmente son un problema, participante (4) “Han jugado un papel bastante importante en tiempos de pandemia, porque te evitaba salir de tu hogar y tenías la manera de divertirte con tu familia evitando las aglomeraciones, pero también ha tenido consecuencias negativas, puesto antes lo mirábamos como una manera de entretenernos, pero ahora lo miramos como una manera de adicción”.

De manera que existen diversos aspectos tanto negativos como positivos acerca del reforzamiento de las plataformas de streaming en la actualidad y a raíz de la pandemia, algunos de ellos mencionaban que actualmente, se ha convertido en una adicción y ha hecho que dentro de nuestras actividades cotidianas una de ellas sea estar en un dispositivo tecnológico visualizando contenidos.

Propósito (b): Factores que impulsaron a las plataformas de generación de contenido a mejorar sus modelos de negocio a raíz de la pandemia frente al cine tradicional.

Participante (4): “Considero que, la parte económica influyó, estoy pagando menos de lo que voy a gastar en el cine y tengo más variedad de contenido...” Sin embargo, otro estudiante indico que no es el aspecto económico lo que impulsó el auge de las plataformas sino la publicidad que a estas se les ha hecho “Considero que ha sido el marketing que ha tenido estas plataformas, han tenido un buen marketing, te han vendido también una imagen de una gran variedad que estas poseen.”

Por otro lado, la mayoría de estudiantes expresó que el factor primordial que ayudo a intensificar las visitas en las plataformas fue el encierro, participante (2): “Creo que lo que ha influido que las plataformas tengan un auge ahora, es el encierro que eso nos hace crear adicción...” es decir, que su impulso se dio a raíz de la pandemia, y no por su variedad de contenido multimedia.

Desde esta perspectiva los estudiantes estuvieron opiniones diversas sin embargo en algunas emerge la misma idea, lo cual es la variedad de contenido. Por otro lado, algunos opinaban que el marketing en la imagen que las mismas plataformas han brindado para darse publicidad, así como también resaltan que un factor fundamental que origina el auge en estas plataformas fue el encierro y la angustia vivida en tiempos de pandemia.

Propósito (c): Aspectos que toman en cuenta los estudiantes para poseer un criterio de selección que les permita elegir en cuál es el medio más óptimo para visualizar contenido de entretenimiento.

En las respuestas de los participantes relacionados a los aspectos que toman cuenta al momento de seleccionar cual es el medio más óptimo para visualizar contenido de entretenimiento, hubo opiniones varias ya que consideraban desde la calidad de la imagen hasta el aspecto económico en comparación a ir al cine a ver contenido, participante (1): “Al ver contenido desde mi casa tengo comodidad, estoy confort, y la diferencia entre ir al cine es que ahí, no hay silencio, hay muchas personas que están platicando, no hay tranquilidad”.

Participante (3): “Considero que es mejor desde mi casa, la comodidad, ya salir al cine implica gastar en transporte, comida...” Algunos de los estudiantes resaltaban la comodidad que poseen viendo contenido desde su casa en cualquier dispositivo tecnológico que movilizarse hasta el cine. Sin embargo, otros tomaban en cuenta más que imagen y variedad de contenido, la experiencia que el cine ofrece que, en otros medios, como en las plataformas streaming no.

Participante (2): “Considero que depende de la perspectiva de la persona y que considere ella como recreación, para mí siempre será mucho mejor ir al cine a ver un estreno que verlo desde mi casa, en el cine tengo la experiencia que estoy comprando palomitas, que tal vez son las mismas que tengo en mi casa, pero tienen un sabor diferente solo por la experiencia de estar en el cine”.

Por otro lado, otro estudiante indicaba poseer opiniones divididas para elegir un medio óptimo para visualizar contenido, participante (5): “En ese sentido, tengo opiniones divididas, ya que me gusta verlo desde mi casa, cómodo, no salgo, no gasto, pero igual no es la misma emoción que uno siente estando en el cine, verlo en pantalla grande, el sonido qué hay ahí...”

En referencia a los diversos aspectos que los estudiantes tomaron en cuenta para poseer un criterio de selección de plataformas de generación de contenido y el cine, es el aspecto de la comodidad y el aspecto económico algunos recalcan que no es lo mismo esperar por comprar un ticket que sólo dar un clic desde un dispositivo como: Tv, celular, laptop.

Sin embargo, opinión opuesta a esto, son aquellos que opinaban que el cine te vende experiencia incluso la palomita o golosina que compra en un cine, aunque las puedas comprar ingerir las desde tu casa tienen uno sabor diferente. Incluso resaltaban la calidad de imagen y el sonido.

Propósito (d): Percepción de los estudiantes ante el reemplazo del cine tradicional debido al auge de las plataformas streaming.

En este aspecto hubo más opiniones divididas, ya que algunos se referían al cine como un medio que ya pasó de moda, además de ser costoso, participante (5): “Desde mi punto de vista, en su mayoría si ha sido reemplazado, ya que la mayoría de gente prefiere quedarse desde su casa cómoda y normalmente los cines, últimamente no los veo a como los veía antes de la pandemia, igual si veo gente en los cines, es más que todo cuando hay un estreno y eso que de igual manera, ya no es en la misma magnitud que había antes, desde mi percepción, prefiero quedarme en mi casa, esperando que se estrene en alguna de las plataformas que hay y no ir a gastar, porque de igual manera es más económico.”

Además del aspecto económico, otros estudiantes tomaron en cuenta la experiencia que el cine ofrece y la historia que este posee, ya que tiene más de 100 años de existir, por ende, este no ha sido reemplazado, participante (2): “Considero que al cine no ha sido reemplazado por el servicio

streaming, porque el cine nos va brindar una experiencia diferente que no la vamos a tener en nuestros hogares.”

Participante (3): “El cine no va ser reemplazado por el hecho de que, tiene una historia, se puede adaptar al tipo de público y al tipo de circunstancia que se encuentre, entonces desde mi punto de vista, considero que no, no va ser reemplazado.”

De igual manera, había opiniones en donde indicaban que el cine no sería reemplazado y que este se ira adaptando a las diversas situaciones, pero del mismo modo las plataformas streaming actualizaran sus modelos de negocios para seguir en la competencia.

Por lo demás, existen estudiantes que prefieren comodidad y lo económico algo que algunas plataformas streaming ofrecen, ya que pagando una tarifa al mes puedes tener variedad de contenido e incluso contenido exclusivo, pero por otro lado, habían estudiantes que resaltaban que el cine posee una historia y este es adaptable a cualquier circunstancia por la que la sociedad pase, de igual manera otra estudiante indicaba que depende del gusto de las personas ya que algunos les gusta vivir la experiencia de cines y otros prefieren el aspecto económico.

IX. Conclusiones

Con respecto al análisis y discusión de los resultados obtenidos mediante los instrumentos aplicados a la muestra en estudio, se ha concluido lo siguiente:

Las plataformas streaming son medios digitales que tienen años de existir, sin embargo, se considera que su auge se originó durante la pandemia, debido a las normas sanitarias implementadas obligatoriamente; utilizadas durante el confinamiento como un método de entretenimiento, además de convertirse en una de las principales herramientas de trabajo y comunicación para muchas personas.

Estos medios de creación de contenido de manera digital, han estado en constante evolución desde su invención, y esto ha producido un enorme cambio en la forma en la que consumimos contenido audiovisual, también en la manera en la que se producen y distribuyen series y películas e incluso ha modificado la forma de hacer cine, es decir, ha entrado en controversia como las plataformas de creación de contenido ha afectado al cine tradicional.

Cabe destacar que la mayoría de los encuestados optaron por plataformas streaming debido a que mucho prefieren visualizar el contenido desde sus dispositivos móviles, por otro lado, las generaciones actuales con una era tecnológica más avanzada, los jóvenes se inclinan por la comodidad más que por una resolución de imagen, participante (5) del grupo focal indicó: “En ese sentido, tengo opiniones divididas, ya que me gusta verlo desde mi casa, cómodo, no salgo, no gasto, pero igual no es la misma emoción que uno siente estando en el cine, verlo en pantalla grande, el sonido qué hay ahí...”, aunque hoy en día es posible modular la imagen y el sonido desde un teléfono.

Debido a su constante renovación, las plataformas streaming han optado por utilizar como aliados las tecnologías digitales, esto marca la diferencia con los modelos de negocio tradicionales, en este sentido las plataformas de generación de contenido han clasificado cada una de ellas para todo tipo de público, desde páginas más económicas hasta las más costosas con contenido exclusivo.

Por el contrario, es indispensable destacar que hay una segmentación de público que prefiere continuar visualizando contenido desde su casa son jóvenes entre las edades de 19 a 23 años, en la actualidad aun con la emergencia sanitaria aparentemente revocada, hay personas que disfrutan la comodidad de su hogar e incluso prefieren esperar a que se estrene en alguna plataforma a ir al cine, otros por un aspecto económico, ya que se debe costear el ticket de entrada, lo que se va consumir, además de financiar transporte, entre otros gastos.

A pesar de que las plataformas streaming han mejorado sus modelos de negocio para brindar una mejor experiencia al usuario, el cine es un medio que ha prevalecido y ha evolucionado junto con las nuevas tecnologías, hace años la imagen del cine era en blanco y negro, hoy en día ofrecen experiencia 3D (tridimensional), en donde se producen imágenes tal cual son visualizadas por el ojo humano. La industria cinematográfica ha revolucionado y es un medio de comunicación adaptable a cualquier circunstancia, sino fuese el caso, este hubiese sido reemplazado con las nuevas tecnologías, con los dispositivos electrónicos que hasta el momento siguen creando; incluso el cine recoge estas herramientas que la globalización nos ha brindado y las utiliza a su conveniencia para seguir creando contenido.

X. Recomendaciones

La presente investigación se ha dedicado al análisis de la percepción de los estudiantes ante el reforzamiento de las plataformas streaming a raíz de la pandemia, sin embargo presentar propuestas a las diversas industrias de generación de contenido es complicado, debido a que estas deben estar en constante renovación, es por ello que se ha entendido el peso que tiene el contenido audiovisual, lo cierto es que la oferta de series y películas de una plataforma influye a la hora de determinar si el consumidor continúa utilizándola.

Son varias las personas que han contratado el servicio de Netflix y de TV por cable; sin embargo, la mayoría se inclina por las plataformas digitales, los usuarios las prefieren por la gran variedad de contenidos que ofrecen, como por su calidad y accesibilidad. En el desarrollo del trabajo de investigación que ha dado lugar a la presente tesis se han alcanzado los objetivos inicialmente planteados. Por otro lado, se presentan las siguientes propuestas a indagar para investigaciones futuras:

1. A pesar de que el distanciamiento social fue uno de los aspectos que impulsó el auge de estas plataformas, ahora con la pandemia un poco más controlada los servicios streaming han optado por el servicio bajo demanda por suscripción, a como su nombre indica, estas plataformas requieren generalmente de una cuota mensual de suscripción, y actualmente están en crecimiento y cada vez más competitiva.

Sin embargo, a raíz de las indagaciones realizadas se encontró que, se ha vuelto una adicción el uso de estos servicios, además del peligro cibernético al que se enfrenta al utilizar estas plataformas, ya que se comparte información personal, por ello saber utilizar de manera segura ayudara al usuario a no ser víctima de ciber delitos. Dicho de otra manera, si bien es cierto las plataformas contribuyeron a entretener durante la pandemia, también son medios susceptibles de estafa, para ello investigar al respecto como; a raíz del auge de los servicios de creación de contenido se originan nuevos mecanismos de robo y como se podría contrarrestar.

2. Los modelos de negocios de los servicios streaming actuales han obtenido sus clientes a través de la publicidad realizada, además de las promociones que han estado impulsado la captación de nuevos usuarios, sin embargo, aún tienen mucho por mejorar para ofrecer un mejor servicio al público, para ello deben permanecer activos en redes, tener comunicación con los clientes, ya que algunas personas no les parece suficiente conocer sus planes por sitios

web, se puede apreciar un poco insuficiente e inseguro, entonces es necesario aprovechar la amplia opción de canales para comunicarse con ellos de manera efectiva.

Además de ofrecer una experiencia más personalizada, actualmente existen programas que permiten obtener los intereses, gustos y comportamientos de los clientes, esto ayuda a los programadores a saber y satisfacer las necesidades de sus públicos, por ello la comunicación constante con los clientes es indispensable para tener un servicio más personalizado.

3. Con respecto a la percepción que han tenido los estudiantes frente a las plataformas de streaming durante y después de la pandemia, esto es una retroalimentación para los servicios de generación de contenido, conocer los puntos de vista de potenciales clientes fomenta el crecimiento de los servicios, por otro lado, que los estudiantes conozcan de las plataformas digitales y de lo que ofertan hace que estas tengan un mayor alcance.

De igual manera, si las percepciones son negativas o desconfiadas, como propuesta sería interesante implementar mayor seguridad para sus usuarios, incorporar herramientas de automatización con el fin de optimizar el uso, además de integrar nuevas tecnologías para añadir velocidad y ver el contenido con mayor fluidez.

XI. Referencias

- American Thoracic Society (2021). SALUD DEL PACIENTE SERIES INFORMATIVAS. Thoracic.org. <https://www.thoracic.org/patients/patient-resources/resources/spanish/COVID-19.pdf>.
- Álvarez Henao, Eduardo (1996). La cotidianidad lingüística. Armenia (Colombia), Centro de Publicaciones de la Universidad
- Bazin, A. (1966). *¿Qué es el cine?*. Madrid: Rialp. Vista de El cine y las pandemias. (2022). Retrieved May 24, 2022, from Inmovil.org <https://www.inmovil.org/index.php/inmovil/article/view/77/126>
- Brito, S. G. A. (2020). El cine y las pandemias. *INMÓVIL*, 7(2), 21-21.
- Catón, C. y Aráuz, R. (2019). “*Identidades juveniles fragmentadas y su construcción a través del contenido de la plataforma streaming Netflix: serie 13 Reason Why (Por trece razones) en los estudiantes de primer y segundo año de la carrera de Comunicación Para el Desarrollo durante el II semestre del año 2019.*” [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. Repositorio UNAN. <https://repositorio.unan.edu.ni>.
- Concepto (2022). Cinematografía. <https://concepto.de/cinematografia/>.
- *Coronavirus: impacto en la taquilla mundial 2020-2025* | Statista. (2020). Statista; Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/1209640/COVID-19-impacto-estimado-en-la-taquilla-mundial/>
- Dinero (2020, 16 de junio). Ganancias de Netflix se dispararon 165% y nombra a nuevo CEO. Dinero. Resultados financieros. <https://www.dinero.com/inversionistas/articulo/cuanto-gano-netflix-en-el-segundo-trimestre-de-2020/292876>
- Durand, J. y Patiño, L. (2021). *Plataformas de streaming y las variables que influyen en la continuación del servicio.* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] Repositorio Académico UPC. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle10757/655623/Durand_MJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Faillace, D. (2021). *¿Cuál fue la primera plataforma streaming y cómo surgió?* Spoiler time. <https://spoilertime.com/primer-plataforma-streaming-historia/>
- Galindo, J. (2021, August 24). *Netflix, Disney+ y los servicios de streaming ganaron la pandemia.* El Economista; El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Netflix-Disney-y-los-servicios-de-streaming-ganaron-la-pandemia-20210824-0051.html>
- García, G. (2021). Modelos de negocio de plataformas de streaming. *Revista NEO*, 272. <https://www.revistaneo.com/articles/2020/09/11/modelos-de-negocio-de-plataformas-de-streaming>.
- Hernandez, R., Fernandez, C., y Baptista, P. (2010). McGRAW - HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO, S.A. <https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/M>
- Latto, N. (2021). *¿Qué es el streaming y cómo funciona?*. AVG. <https://www.avg.com/es/signal/what-is-streaming>.
- La Vanguardia. (2020, 19 de noviembre). *Internet revoluciona la televisión.* <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20180626/45399824460/plataformas-television-internet-netflix-smart-tv.html>.
- Mexicano (2019), publicado por el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), http://sisec.cultura.df.gob.mx/pat/downloadFiles/F-1045-6205-3-MANUAL%20DE%20PRODUCCI%C3%93N_Completo_04_10_20.pdf.
- Michel, C., & Guizada, A. (2012). *Las características de los procesos de producción audiovisual en la ciudad de Cochabamba.* Org.bo. de http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v22n35/v22n35_a03.pdf.
- Martínez, J. (2021). *¿Quiénes dominan el 'streaming' en el mundo? Así está el ranking de las empresas en la guerra de contenidos.* CNN.

<https://cnnespanol.cnn.com/2021/05/19dominan-streaming-orix/>.

- Morgado, C. (2012, 16 de noviembre). Industria cinematográfica. Prezi. <https://prezi.com/m03il6r9ij3t/industria-cinematografica/>.
- Ortega, L. (2021). *¿Plataformas de streaming: ¿cuántos tipos hay?*. Filmelier. <https://www.filmelier.com/mx/noticias/plataformas-de-streaming-cuantos-tipos>
- Ortiz, M. J. (2019). *Producción y realización en medios audiovisuales 2 Producción y realización en medios audiovisuales*. Primera edición: febrero 2018 © De la obra: María Jesús Ortiz Díaz-Guerra. Rua.ua.es. de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/73827/1/2018_Ortiz_Produccion-y-realizacion-en-medios-audiovisuales.pdf.
- Reséndiz, I. L. S. (2020). La incertidumbre de las salas cinematográficas y el crecimiento del streaming ante la pandemia de la COVID-19. *Sintaxis*, 171-188.
- Sainz, M. (1999). Manual básico de producción en televisión. Madrid: IORTV.
- The Competitive Intelligence Unit [CIU]. (2019). *El modelo de negocio de las plataformas de streaming*. Business Latham. <https://business-latam.com/el-modelo-de-negocio-de-las-plataformas-de-streaming/>

Anexos



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Comunicación para el Desarrollo

Objetivo: Facilitar la obtención de datos e información relacionada con: *La percepción de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN- Managua ante el reforzamiento de las plataformas streaming a raíz de la pandemia COVID-19.*

No. de encuesta: 1 Fecha: 00/00/00

I. DATOS GENERALES:

Marque con una “X”, o encierre en un círculo **SOLO UNA DE LAS OPCIONES.**

1. Edad
 - a) De 16 a 18 años
 - b) De 19 a 21 años
 - c) De 22 a 25 años

2. Sexo
 - a) Mujer _____
 - b) Hombre _____

II. MARQUE SOLO UNA DE LAS OPCIONES QUE SE DAN COMO RESPUESTAS A LAS SIGUIENTES INTERROGANTES.

3. ¿Conoce qué son las plataformas streaming?

- a) Si
- b) No

4. De las siguientes plataformas. ¿Cuál es la que utiliza habitualmente para consumir contenido de entretenimiento?

- a) Netflix
- b) Amazon Prime
- c) HBO
- d) YouTube
- e) Disney +

5. ¿Recomendaría el consumo de contenido (películas y series) a través de la plataforma streaming escogida?

- a) Si
- b) No

6. ¿Considera rentable pagar una tarifa mensual para consumir contenido?

- a) Si
- b) No

7. ¿Consideras que la calidad de imagen y sonido es mejor a través de plataformas streaming en comparación al cine?

- a) Si
- b) No

III. Marque con una "X", SOLA UNA DE LAS OPCIONES.

8. ¿Qué plataforma recomendaría para consumir contenido?

- a) Disney +
- b) YouTube
- c) Amazon Prime
- d) Netflix
- e) HB.

9. ¿Qué plataforma streaming considera que le ha brindado un buen servicio?

- a) YouTube
- b) Disney +
- c) Netflix
- d) HBO
- e) Amazon Prime

10. ¿Qué medio prefiere al momento de visualizar el estreno de una película?

- a) Plataformas streaming
- b) TV digital
- c) Cine

11. De acuerdo con lo que conoces ¿Dirías que el precio de las plataformas streaming es?

- a) Costoso
- b) Económico
- c) Promedio
- d) Depende de la plataforma

12. ¿En qué dispositivo ves el contenido de streaming que tienes contratado?

- a) Celular
- b) Computadora
- c) Televisor
- d) Tablet

IV. Marque con una “X”, SOLA UNA DE LAS OPCIONES.

13. ¿Qué tan satisfecho está con el servicio que ofrecen estas plataformas?

- a) Muy satisfecho
- b) Poco satisfecho
- c) Nada satisfecho

14. ¿Qué tan bueno consideras que es el contenido de tu servicio streaming?

- a) Excelente
- b) Regular
- c) Deficiente

15. ¿Considera que las plataformas streaming han reemplazado al cine tradicional?

- a) De acuerdo
- b) Poco de acuerdo
- c) Nada de acuerdo

16. ¿Cómo considera que es el contenido que generan las plataformas streaming actualmente?

- a) Negativo
- b) Neutral
- c) Positivo

17. ¿Consideras que en la actualidad es más pertinente contratar un servicio streaming que ir al cine?

- a) De acuerdo
- b) Poco de acuerdo
- c) Nada de acuerdo.

¡Muchas gracias!

Grupo Focal:



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Comunicación para el Desarrollo

Objetivo: Facilitar la obtención de datos e información relacionada a: La percepción de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN- Managua ante el reforzamiento de las plataformas streaming a raíz de la pandemia COVID-19.

1. Protocolo del Grupo Focal

El instrumento mencionado se estará llevando a cabo en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, en el Recinto Universitario Rubén Darío aula 3005, tomando en cuenta como criterio de selección, únicamente a los estudiantes de las diversas Carreras de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas que hayan utilizado o que actualmente usen plataformas de streaming para visualizar contenido de entretenimiento.

2. Personas que participan en el Grupo Focal: Estudiantes de las diversas Carreras de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua que hayan utilizado cualquier plataforma streaming o que continúen utilizándolas.

3. Objetivo del Grupo Focal: Esta técnica de investigación cualitativa, será empleada con el objetivo de conocer la percepción y el comportamiento de los estudiantes de las Carreras de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN- Managua, frente al reforzamiento que tuvieron las plataformas streaming a raíz de la pandemia COVID-19 y que modelos de negocio utilizan para competir frente al cine tradicional.

4. Temas a tratar en el Grupo Focal: (a) Los aspectos relacionados con el reforzamiento de las plataformas streaming y su influencia post- pandemia COVID-19. (b) Los factores que impulsaron a

las plataformas de generación de contenido a mejorar sus modelos de negocio a raíz de la pandemia frente al cine tradicional. (c) Los aspectos que toman en cuenta los estudiantes para poseer un criterio de selección que les permita elegir en cuál es el medio más óptimo para visualizar contenido de entretenimiento. (d) Percepción de los estudiantes ante el remplazo del cine tradicional debido al auge de las plataformas de streaming.

5. Referencia Técnica y Contextual del Instrumento Metodológico

Método: Grupo Focal.

Técnica: Técnica de discusión grupal

Fecha: 01/10/2022

Duración: 1 ½ a 2 horas.

Lugar: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, en el aula 3005 del Recinto Universitario Rubén Darío.

Contexto: Ambiente propio.

Personas que participan del Grupo Focal: Estudiantes de las Carreras de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas que hayan utilizado plataformas streaming o que sigan utilizándolas para consumir contenido de entretenimiento en el II semestre del año 2022.

Moderador del Grupo Focal: Un facilitador con experiencia en Investigación Cualitativa.

Investigador del Grupo Focal:

Pregunta de apertura

1. ¿Qué tipo de plataformas streaming conoce?

Introdutoria

2. ¿Cuál es tu opinión respecto al papel que jugaron los modelos de negocio de las plataformas streaming a raíz de la pandemia?

De transición

3. ¿Cuál ha sido su experiencia respecto a visualizar contenido de entretenimiento en plataformas streaming en comparación a observarlo desde una sala de cine?

De contenido

4. ¿Cuáles considera que fueron los factores que influyeron en el auge de las plataformas de streaming en la actualidad?

5. ¿Cuál es tu opinión respecto a que el servicio streaming ha reemplazado al cine tradicional?

De cierre

6. ¿Hay algo que consideras que no mencionaste que quisieras agregar para enriquecer esta entrevista?

¡Muchas gracias!

Gráficas de resultado

En el gráfico N°3 el 100% de los encuestados contestaron que si conocían lo que son las plataformas de Streaming.



Gráfico N°3

En el gráfico N°12 se responde a la interrogante “¿En qué dispositivo ves el contenido de streaming que tienes contratado?”, el 55% de los encuestados tienen el servicio de streaming contratado desde su teléfono celular, mientras que el 27% lo tienen contratado en su televisor, el 15% lo tienen en computadora y solamente el 3% tienen el servicio contratado en tablets.

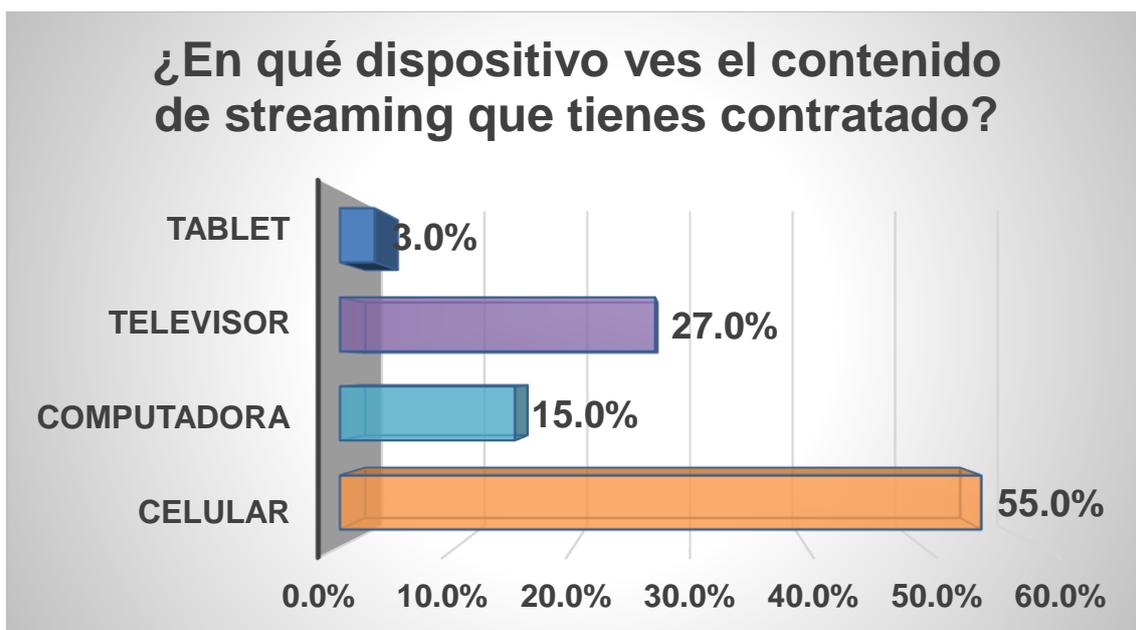


Gráfico N°12

En el gráfico N°13 los encuestados valoraron el servicio que les ofrecen las plataformas que consumen, el 65% están muy satisfechos del servicio, el 33% de los encuestados están poco satisfechos y solamente el 2% consideran estar nada satisfechos con el servicio.



Gráfico N°13

En el gráfico N°14 se responde a la interrogante “¿Qué tan bueno consideras que es el contenido de tu servicio streaming?”, el 48% de los encuestados consideran que el contenido es excelente, mientras que el 47% lo consideran regular y solo el 5% lo considera deficiente.

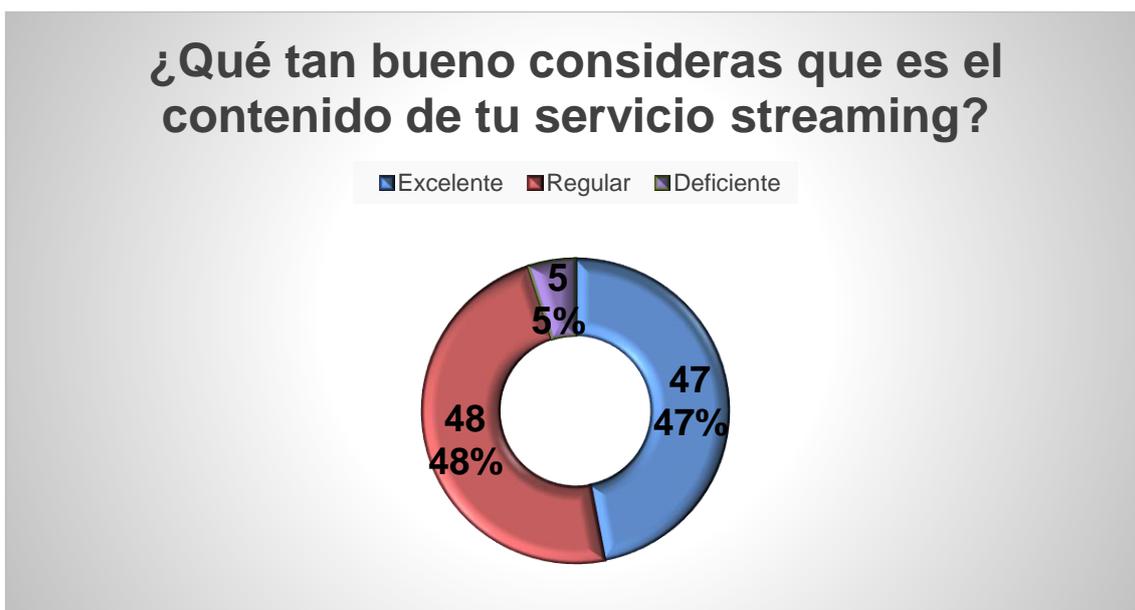


Gráfico N°14

En el gráfico N°16 los encuestados valoraron el contenido que generan las plataformas de streaming, como variables de respuesta se tuvo: Negativo, Neutral y Positivo. El 74% de los estudiantes consideran que el contenido es neutral, por otro lado, el 19% lo considera positivo y el 7% consideran que es un contenido negativo.

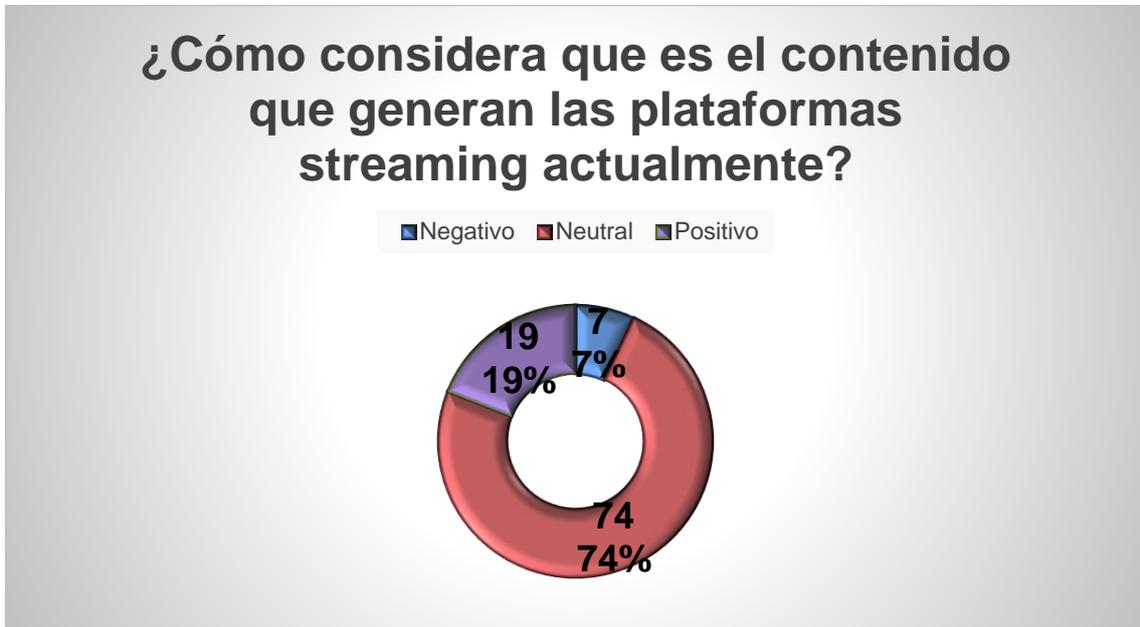


Gráfico N°16

Propósito (a): Aspectos relacionados con el reforzamiento de las plataformas streaming y su influencia post pandemia.

<p>Participante (5): “Jugaron un papel muy importante debido a que, en los tiempos de pandemia la vida social, laboral prácticamente fue detenida, la gente buscaba una manera de divertirse, entretenerse, buscaban la comodidad de su hogar, ver TV contratar algún tipo de plataforma streaming... y de esa manera contrarrestar la preocupación para los tiempos de COVID y así te evitabas salir de tu hogar”</p>	<p>Participante (2): “Considero que las plataformas jugaron un papel muy importante, ya que hicieron que distrajéramos nuestra mente de lo que estaba pasando alrededor del mundo, Sin embargo, creo que actualmente se han convertido en un contra y ha acarreado consecuencias puesto que hemos creado una adicción a veces dejamos de ser nuestras cosas cotidianas por estar Netflix”</p> <p>Participante (4): “Han jugado un papel bastante importante en tiempos de pandemia, porque te evitaba salir de tu hogar y tenías la manera de divertirte con tu familia evitando las aglomeraciones, pero también ha tenido consecuencias negativas, puesto antes lo mirábamos como una manera de entretenernos, pero ahora lo miramos como una manera de adicción”.</p>	<p>Existen diversos aspectos tanto negativos como positivos acerca del reforzamiento de las plataformas de streaming en la actualidad y a raíz de la pandemia, algunos de ellos mencionaban que actualmente, se ha convertido en una adicción y ha hecho que dentro de nuestras actividades cotidianas una de ellas sea estar en un dispositivo tecnológico visualizando contenidos, sin embargo, otros opinaban que fue una manera de escapatoria, que las personas encontraron en tiempo de pandemia para liberarse del estrés mediático y las noticias, más que todo una forma de entretenerse están seguros desde la comodidad de su hogar.</p>
--	--	---

Propósito (b): Factores que impulsaron a las plataformas de generación de contenido a mejorar sus modelos de negocio a raíz de la pandemia frente al cine tradicional.

<p>Participante (4): “Considero que, la parte económica influyó, estoy pagando menos de lo que voy a gastar en el cine y tengo más variedad de contenido...”</p>	<p>Participante (2): “Creo que lo que ha influido que las plataformas tengan un auge ahora, es el encierro que eso nos hace crear adicción...”</p>	<p>Participante (3): “Considero que ha sido el marketing que ha tenido estas plataformas, han tenido un buen marketing, te han vendido también una imagen de una gran variedad que estas poseen”</p>	<p>Desde esta perspectiva los estudiantes estuvieron opiniones diversas sin embargo en algunas emerge la misma idea, lo cual es la variedad de contenido. Por otro lado, algunos opinaban que el marketing en la imagen que las mismas plataformas han brindado para darse publicidad, así como también resaltan que un factor fundamental que origina el auge en estas plataformas fue el encierro y la angustia vivida en tiempos de pandemia.</p>
--	--	--	--

Propósito (c): Aspectos que toman en cuenta los estudiantes para poseer un criterio de selección que les permita elegir en cuál es el medio más óptimo para visualizar contenido de entretenimiento.

<p>Participante (1): “Al ver contenido desde mi casa tengo comodidad, estoy confort, y la diferencia entre ir al cine es que ahí, no hay silencio, hay muchas personas que están platicando, no hay tranquilidad”</p>	<p>Participante (2): “Considero que depende de la perspectiva de la persona y que considere ella como recreación, para mí siempre será mucho mejor ir al cine a ver un estreno que verlo desde mi casa, en el cine tengo la experiencia que estoy comprando palomitas, que tal vez son las mismas que tengo en mi casa, pero tienen un sabor diferente solo por la experiencia de estar en el cine”.</p>	<p>Participante (5): “En ese sentido, tengo opiniones divididas, ya que me gusta verlo desde mi casa, cómodo, no salgo, no gasto, pero igual no es la misma emoción que uno siente estando en el cine, verlo en pantalla grande, el sonido qué hay ahí...”</p>	<p>En referencia a los diversos aspectos que los estudiantes tomaron en cuenta para poseer un criterio de selección de plataformas de generación de contenido y el cine, es el aspecto de la comodidad y el aspecto económico algunos recalcan que no es lo mismo esperar por comprar un ticket que sólo dar un clic desde un dispositivo como: Tv, celular, laptop. Sin embargo, opinión opuesta a esto, son aquellos que opinaban que el cine te vende experiencia incluso la palomita o golosina que compra en un cine, aunque las puedas comprar ingerir las desde tu casa tienen un sabor diferente. Incluso resaltaban la calidad de imagen y el sonido.</p>
<p>Participante (3): “Considero que es mejor desde mi casa, la comodidad, ya salir al cine implica gastar en transporte, comida...”</p>	<p>Participante (2): “Considero que depende de la perspectiva de la persona y que considere ella como recreación, para mí siempre será mucho mejor ir al cine a ver un estreno que verlo desde mi casa, en el cine tengo la experiencia que estoy comprando palomitas, que tal vez son las mismas que tengo en mi casa, pero tienen un sabor diferente solo por la experiencia de estar en el cine”.</p>	<p>Participante (5): “En ese sentido, tengo opiniones divididas, ya que me gusta verlo desde mi casa, cómodo, no salgo, no gasto, pero igual no es la misma emoción que uno siente estando en el cine, verlo en pantalla grande, el sonido qué hay ahí...”</p>	<p>En referencia a los diversos aspectos que los estudiantes tomaron en cuenta para poseer un criterio de selección de plataformas de generación de contenido y el cine, es el aspecto de la comodidad y el aspecto económico algunos recalcan que no es lo mismo esperar por comprar un ticket que sólo dar un clic desde un dispositivo como: Tv, celular, laptop. Sin embargo, opinión opuesta a esto, son aquellos que opinaban que el cine te vende experiencia incluso la palomita o golosina que compra en un cine, aunque las puedas comprar ingerir las desde tu casa tienen un sabor diferente. Incluso resaltaban la calidad de imagen y el sonido.</p>

Propósito (d): Percepción de los estudiantes ante el reemplazo del cine tradicional debido al auge de las plataformas streaming.

<p>Participante (5): “Desde mi punto de vista, en su mayoría si ha sido reemplazado, ya que la mayoría de gente prefiere quedarse desde su casa cómoda y normalmente los cines, últimamente no los veo a como los veía antes de la pandemia, igual si veo gente en los cines, es más que todo cuando hay un estreno y eso que de igual manera, ya no es en la misma magnitud que había antes, desde mi percepción, prefiero quedarme en mi casa, esperando que se estrene en alguna de las plataformas qué hay y no ir a gastar, porque de igual manera es más económico.”</p>	<p>Participante (2): “Considero que al cine no ha sido reemplazado por el servicio streaming, porque el cine nos va brindar una experiencia diferente que no la vamos a tener en nuestros hogares.”</p>	<p>Participante (4): “Considero, que eso va depender de cada uno, de los gustos, las preferencias que tenga cada persona, porque si unas deciden verlo por streaming, u otro deciden ir al cine, en mi caso, a mí me gusta ver las películas y series en las diversas plataformas, pero también me gusta vivir la experiencia que hay en el cine, entonces considero que lo que son las plataformas y los cines deben ir adaptándose a las situaciones que se vayan viviendo”</p>	<p>En este aspecto hubo más opiniones divididas, ya que algunos se referían al cine como un medio que ya pasó de moda, además de ser costoso, existen estudiantes que prefieren comodidad y lo económico algo que algunas plataformas streaming ofrecen, ya que pagando una tarifa al mes puedes tener variedad de contenido e incluso contenido exclusivo, pero por otro lado, habían estudiantes que resaltaban que el cine posee una historia y este es adaptable a cualquier circunstancia por la que la sociedad pase, de igual manera otra estudiante indicaba que depende del gusto de las personas ya que algunos les gusta vivir la experiencia de cines y otros prefieren el aspecto económico.</p>
	<p>Participante (3): “El cine no va ser reemplazado por el hecho de que, tiene una historia, se puede adaptar al tipo de público y al tipo de circunstancia que se encuentre, entonces</p>		

	desde mi punto de vista, considero que no, no va ser reemplazado.”		
--	--	--	--

Participantes de grupo focal



