

Desarrollo de instrumento para la medición de la conectividad del espectador con base en los nuevos consumos de material audiovisual.

3. María Fernanda Herrera Morales

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, mariafernanda.herrera02@upaep.edu.mx

4. Dra. Cecilia Isabel Calderón Valencia

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, ceciliaisabel.calderon@upaep.mx

Debido a la llegada de las nuevas tecnologías, los patrones de consumo audiovisual de los espectadores han cambiado. Es por ello, que el presente estudio se enfoca en el desarrollo de un instrumento que permite la medición de la conectividad del consumidor-espectador, tomando en cuenta tanto los nuevos patrones de consumo, como las motivaciones específicas y el *involvement* del espectador.

A través de una investigación no experimental de diseño transeccional-correlacional con enfoque cuantitativo, se desarrollaron los ítems pertenecientes al prototipo. Posteriormente, se procedió a la recolección de datos que permitiera la evaluación de la validez del instrumento a través de una reducción de factores. Finalmente, manteniendo un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, se realizó la aplicación del instrumento a espectadores (n=383) de la mundialmente famosa serie televisiva; Juego de tronos.

Se encontró que la aplicación del instrumento puede proveer a las productoras audiovisuales, la información necesaria para tomar decisiones que van desde la planeación estratégica del *merchandising*, hasta el cambio de la estructura narrativa de la serie, con el fin de aumentar la conectividad de los espectadores, propiciando el WOM positivo que derivará en el aumento de *rating* del material filmico. El cual, por ende, se verá reflejado en las ganancias de la productora audiovisual.

Palabras clave: conectividad, material audiovisual, consumo audiovisual, *involvement*,