



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), marzo-abril 2024,
Volumen 8, Número 2.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2

**ANÁLISIS DE LA TENDENCIA DE CONSUMO Y
PREFERENCIA DE LOS CONTENIDOS
STREAMING DE LA PLATAFORMA NETFLIX
EN DOCENTES UNIVERSITARIOS**

**ANALYSIS OF THE TREND OF CONSUMPTION AND
PREFERENCE OF STREAMING CONTENT ON THE NETFLIX
PLATFORM AMONG UNIVERSITY TEACHERS**

David Enarque Salinas Minga
Universidad Nacional de Loja, Ecuador

Fausto Alexander Boada Hurtado
Universidad Nacional de Loja, Ecuador

María del Cisne Boada Hurtado
Investigador Independiente, Ecuador

Dolores Karina Guzmán González
Universidad Nacional de Loja, Ecuador

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10798

Análisis de la Tendencia de Consumo y Preferencia de los Contenidos Streaming de la Plataforma Netflix en Docentes Universitarios

Fausto Alexander Boada Hurtado¹fausto.boada@unl.edu.ec<https://orcid.org/0000-0002-4986-0314>

Universidad Nacional de Loja

Loja, Ecuador

David Enarque Salinas Mingadavid.salinas@unl.edu.ec<https://orcid.org/0009-0007-2901-5686>

Universidad Nacional de Loja

Loja, Ecuador

María del Cisne Boada Hurtadomacisbh@hotmail.com<https://orcid.org/0009-0008-8507-4848>

Investigador Independiente

Ecuador

Dolores Karina Guzmán Gonzálezdolores.guzman@unl.edu.ec<https://orcid.org/0000-0002-4922-2945>

Universidad Nacional de Loja

Loja, Ecuador

RESUMEN

La investigación se centró en analizar las tendencias de consumo y preferencia de los docentes de la Universidad Nacional de Loja frente a los contenidos de Netflix, en el periodo noviembre, 2023. Asimismo, se buscó determinar los factores influyentes en sus elecciones individuales. El estudio se llevó a cabo mediante una metodología exploratoria, ya que como lo menciona Selltiz (1980), esta metodología es perfecta para la investigación de fenómenos poco estudiados; en conjunto, se utilizó un enfoque mixto, combinando técnicas cuali-cuantitativas, utilizando la encuesta como instrumento de recolección de datos, en donde los docentes plasmaron sus géneros favoritos, el tiempo ocupado al día para consumirlos, entre otras variables. A través del análisis de datos se logró comprender que los docentes prefieren formatos tradicionales, así como géneros que les permitan experimentar emociones y, que prefieren visualizarlos a través de la multipantalla. También se identificó que la gran mayoría de la muestra sí consume contenidos en la plataforma Netflix, pero el tiempo que ocupan en esta actividad es bastante moderado, tanto diaria como semanalmente, sugiriendo que los docentes consumen contenidos variados pero por un tiempo controlado y, que incluso en ocasiones, utilizan la plataforma como una herramienta para su labor docente.

Palabras claves: *consumo audiovisual, docentes universitarios, netflix, tendencias y preferencias, UNL*

¹ Autor principal

Correspondencia: fausto.boada@unl.edu.ec

Analysis of the Trend of Consumption and Preference of Streaming Content on the Netflix Platform Among University Teachers

ABSTRACT

The research focused on analyzing the consumption trends and preferences that teachers of the Universidad Nacional de Loja have for Netflix content, and also sought to determine the most influential factors in their individual choices. The study was carried out through an exploratory methodology, since as mentioned by Selltiz (1980), this methodology is perfect for the investigation of little studied phenomena; as a whole, a mixed approach was used, combining quali-quantitative techniques, using the survey as an instrument of data collection, where teachers expressed their favorite genres, the time spent per day to consume them, among other issues. Through data analysis, it was possible to understand that teachers prefer traditional formats, as well as genres that allow them to experience emotions, and that they prefer to watch them through multiscreen. It was also identified that the vast majority of the sample does consume content on the Netflix platform, but the time they spend on this activity is quite moderate, both daily and weekly, suggesting that teachers consume a variety of content but for a controlled time, and that sometimes they even use the platform as a tool for their teaching work.

***Keywords:** audiovisual consumption, university teachers, netflix, trends and preferences, UNL*

*Artículo recibido 05 marzo 2024
Aceptado para publicación: 08 abril 2024*



INTRODUCCIÓN

El desarrollo tecnológico y el fácil acceso a la Internet, han sido la combinación perfecta para generar cambios importantes en la manera en que las personas consumen contenidos audiovisuales. Como lo señala Álvarez de la Gala (2017) este consumo de contenidos se ha visto modificado por el propio cambio de modelo en la distribución y consumo debido a la revolución digital.

La digitalización también juega un rol importante en estos cambios, ya que como lo señalan Martín et al. (2022), la digitalización ha llevado a la televisión a un fenómeno multipantalla y a un fenómeno VOD y SVOD (servicio bajo demanda por suscripción). Precisamente en estos modelos es que se basa el servicio de las plataformas de streaming, en las que el espectador ya no está atado a observar horarios programados, más bien puede disfrutar de sus contenidos preferidos cuando lo necesite (Quintas Froufe & González Neira, 2016).

Ahora, cuando se habla de plataformas de streaming resulta difícil no pensar en Netflix, misma que se ha convertido en una parte integral de la vida cotidiana para muchas personas en todo el mundo, independientemente de sus edades, grupos sociales y demás variables; tal es el caso de los docentes de la Universidad Nacional de Loja (UNL), quienes son el grupo de interés en este análisis, ya que resulta interesante el poder identificar qué tipo de contenidos audiovisuales prefieren consumir dentro de la plataforma de Netflix; no obstante, resulta aún más interesante la posibilidad de comprender qué consumen las personas que desempeñan una profesión en la que tienen una responsabilidad e influencia directa sobre otros individuos, como es el caso de los docentes universitarios, principalmente por la idea que concibe la sociedad en relación a que los docentes consumen en gran mayoría contenidos científicos o relacionados con la academia.

El problema de investigación se centra en la falta de estudios sobre los cambios en la forma de consumo de contenidos digitales o de streaming en una muestra de adultos o de adultos jóvenes, ya que en la mayoría de casos, los estudios de esta índole centran su atención otros grupos sociales, lo que no permite hacer un verdadero contraste de los resultados obtenidos. En un contexto nacional y local este tipo de investigaciones relacionadas al consumo de contenidos streaming son realmente escasos y la gran mayoría siempre tienen como objeto de estudio a la población joven (adolescentes), dejando marginado a un grupo de estudio muy importante de la sociedad como lo son los adultos.



Es por ello que el entender las preferencias de este grupo de profesionales puede tener implicaciones importantes para la comunidad científica y de la educación, ya que les brinda información que les será útil para mejorar su conocimiento sobre los nuevos paradigmas de consumo audiovisual y su repercusión en los diferentes grupos sociales. A su vez, este estudio será de utilidad en trabajos similares, dando lugar a un análisis con diferentes variables, que pueden depender de la región, el país y de las tendencias de consumo y preferencias sociales.

En este contexto, el objetivo principal del estudio es analizar las tendencias de consumo y preferencia de los docentes de la Universidad Nacional de Loja, frente a los contenidos de la plataforma de Netflix; de manera que se identifiquen cuáles son los géneros y formatos más consumidos entre ellos, el tiempo de consumo diario y semanal que le dedican a esta actividad, cuáles son los dispositivos más utilizados para realizar su consumo, cuáles son los factores más influyentes para ellos a la hora de escoger contenidos específicos, entre otros aspectos importantes.

METODOLOGÍA

Metodología Exploratoria

La metodología exploratoria es un enfoque de investigación que se utiliza para explorar e investigar sobre fenómenos poco conocidos. Selltitz (1980) en su libro titulado *Métodos de Investigación en las Relaciones Sociales*, manifiesta que en el caso de que se recurra a investigar acerca de un fenómeno poco estudiado, la exploración permitirá obtener nuevos datos y elementos que puedan ayudar a formular con una mayor precisión las preguntas de investigación y de esa manera poder reconocer con exactitud los aspectos relevantes del fenómeno de estudio.

Esta metodología permitió comprender más a profundidad acerca de la situación de consumo de contenidos streaming por parte de los docentes universitarios, brindando una visión más rica de las preferencias y el consumo que tienen frente a la plataforma de Netflix. Por otra parte se pudieron identificar variables relevantes, como por ejemplo los géneros más populares entre los docentes, el tiempo que dedican al consumo de contenidos, incluso se determinó cuáles son algunos de los factores que influyen en su decisión a la hora de elegir un contenido para consumir.



Enfoque Cualitativo

El enfoque cualitativo es una metodología de investigación que se basa en comprender y analizar fenómenos a través de una perspectiva más descriptiva e interpretativa. Para Hernández Sampieri (2014) con el enfoque cualitativo en una investigación, se busca comprender e interpretar los fenómenos a través de las percepciones que los participantes generan a través de sus experiencias, permitiendo que el investigador genere sus propias interpretaciones sobre el fenómeno estudiado.

En el marco de este estudio, el enfoque cualitativo permitió obtener una comprensión más profunda sobre las experiencias, percepciones y opiniones que expresen los docentes en la encuesta que se les aplicó, debido a que dentro del cuestionario, constaron algunas preguntas destinadas a obtener respuestas más subjetivas, que dieron paso a una interpretación más profunda acerca de las tendencias de consumo y las preferencias de los docentes.

Por otro lado, estas preguntas dieron paso a que los docentes expresen su respuesta de una manera más libre, brindando una mayor profundidad de criterio dentro de las respuestas, además, también se pudieron identificar otros factores como las razones del porqué los docentes prefiere ciertos formatos o géneros por encima de otros e incluso se precisó con mayor facilidad cuáles son los aspectos que influyen en las preferencias de consumo de los docentes universitarios.

Enfoque Cuantitativo

Este enfoque de investigación se basa en el uso de datos numéricos y de medidas objetivas para analizar los diferentes fenómenos sociales. Para Caballero (2014), en el enfoque cuantitativo predomina la cantidad y su manejo estadístico matemático y los informantes tienen un valor igual.

Cabe recalcar que una investigación que se desarrolla bajo el enfoque cuantitativo busca describir, explicar, comprobar y predecir fenómenos, además de generar y probar teorías, mediante la recolección de datos numéricos o cuantificables, a través de instrumentos estandarizados y viables. (Hernández Sampieri, 2014)

Mediante el enfoque cuantitativo se logró complementar el análisis de la información obtenida mediante las encuestas, pero únicamente los datos cuantificables o que reflejaron información numérica, lo que fue de mucha utilidad a la hora de identificar patrones o tendencias generales en el consumo de contenidos por parte de los docentes universitarios



El enfoque también se empleó para complementar la metodología cualitativa, ya que se obtuvieron datos objetivos y precisos, que a su vez respaldaron las interpretaciones cualitativas, generando una triangulación de la información obtenida y facilitando su comprensión.

Técnicas

Las técnicas son herramientas utilizadas obtener información relevante para una investigación. Según Martínez (2020) estas técnicas permiten recopilar datos de manera sistemática y objetiva, con la finalidad de responder a preguntas de investigación y alcanzar los objetivos planteados, además son fundamentales para obtener datos empíricos y generar conocimiento en diferentes disciplinas científicas, incluyendo la comunicación, la sociología, la psicología, entre otras.

Las técnicas de investigación pueden incluir métodos como la encuesta, la entrevista, la observación, grupos focales, el análisis de contenido, el análisis documental, entre otros. Cada técnica tiene sus propias características y se selecciona en función de la naturaleza del fenómeno estudiado y los objetivos de la investigación. (Hernández et. al, 2014)

En el contexto de la investigación se utilizó la técnica de la encuesta. Esta técnica fue ideal para la recolección de información relevante acerca de las tendencias de consumo y preferencias en los docentes universitarios, ya que permitió que los datos sean más ordenados y estructurados, facilitando su interpretación posterior.

Encuesta

La encuesta una técnica cuantitativa muy utilizada dentro de las investigaciones, debido a que permite recolectar datos a través de un conjunto de preguntas, con el fin de medir una o más variables. Según Tamayo (2008) la encuesta es una técnica que permite al investigador dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, a través de la recolección sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información encontrada.

En el marco del estudio, la encuesta ayudó a recopilar datos e información sobre los hábitos de consumo y preferencias de los docentes universitarios ante los contenidos de Netflix, por ejemplo, sobre que géneros son los más frecuentados, cuánto tiempo de consumo dedican a la plataforma, mediante que dispositivos lo hacen y muchos otros factores importantes. Además se pudo identificar



patrones de consumo, así como las preferencias de cada encuestado, en relación a que es lo que les gusta ver y que es lo que les gustaría ver para enriquecer su experiencia de consumo.

Instrumentos

Los instrumentos dentro de la investigación científica pueden ser de diferentes tipos y varían según los objetivos y la naturaleza de la investigación. Cabe recalcar que cada instrumento por lo general está destinado a una sola función, aunque suelen tener usos varios. Cada investigador utiliza alguno de ellos porque obtiene cierta facilidad a la hora de recopilar datos e información, es decir, que lo hace por razones meramente prácticas y no porque lo diga una teoría en particular. (Lama Zubirán et al. 2022)

Para Arias (2006) los instrumentos son medios materiales que se usan para recopilarla información y existen varios, como por ejemplo las fichas, cuestionarios, lista de cotejo, grabadores, escalas de actitudes u opiniones entre otros.

La investigación se desarrolló bajo la técnica de la encuesta, en cambio, el instrumento que se utilizó para ejecutar esta técnica fue el cuestionario. Lo que permitió poder desarrollar preguntas que facilitaron el cumplimiento de cada objetivo específico, de manera más ordenada y precisa.

Cuestionario

El cuestionario es un instrumento de investigación que consiste en una serie de preguntas diseñadas para recolectar información específica de una muestra de personas. En palabras de Casas et al. (2003) este instrumento es utilizado para recoger información de manera organizada, la cual permitirá dar cuenta de las variables que son de interés en algún estudio, investigación o sondeo.

Este instrumento representó muchas ventajas para la investigación, ya que permitió recolectar datos e información mucho más detallada, de esta manera solo se obtuvo lo que se deseaba saber. Dentro del cuestionario se plantearon 10 preguntas, mismas que apuntaron a recopilar información acerca de las tendencias de consumo y preferencias de los docentes universitarios frente a los contenidos de Netflix, así como de cuáles son los factores que influyen en su decisión a la hora de consumir contenidos.

Muestra

La muestra de la investigación se pudo determinar a través de una fórmula compuesta, la cual permitió establecer que se encuestarán a 253 docentes, tal y como se observa en la Figura 1. Cabe



recaltar que los encuestados serán de las diferentes facultades de la Universidad Nacional de Loja y la aplicación del instrumento se llevará a cabo en el mes de noviembre de 2023.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación llevada a cabo con el propósito de analizar el consumo de los docentes de la UNL frente a los contenidos streaming de la plataforma Netflix, ha arrojado resultados significativos que contribuyen a comprender las tendencias, preferencias y factores que influyen en las elecciones de esta población específica. Para facilitar la recolección de la información requerida se utilizó la encuesta, estructurada con 10 preguntas que combinaron el carácter cualitativo y cuantitativo.

Los resultados revelaron que la mayoría de los docentes sí consumen contenidos en la plataforma, sin embargo, también existe un grupo de docentes que no lo hace, debido a ciertos factores como la falta de tiempo. En este contexto se identificó que más de la mitad de la muestra seleccionada consume Netflix, no obstante, lo hacen de manera moderada.

Las preferencias de visualización se centran principalmente en películas, seguidas de series y documentales, demostrando una inclinación hacia formatos más tradicionales y narrativos. Los géneros más consumidos incluyen comedia, acción, entre otros. Además, la mayoría de los docentes expresó que les gustaría encontrar en la plataforma una combinación de entretenimiento, educación, deportes y demás contenidos, destacando una gran diversidad de intereses en este grupo.

A la hora de que los docentes elijan cierto contenido, los gustos personales son el factor más influyente, por otra parte, la gran variedad de contenidos disponibles y la familiaridad con la plataforma, destacan como razones para elegir Netflix sobre otras plataformas. Además, algunos docentes han encontrado contenidos útiles para su labor académica, incorporándolos en sus metodologías y así enriquecer el proceso de aprendizaje de los estudiantes.

En síntesis, la investigación proporciona una visión integral de las tendencias, preferencias y factores que guían el consumo de contenidos streaming en Netflix por parte de los docentes de la Universidad Nacional de Loja. Los resultados obtenidos cumplen exitosamente con los objetivos planteados, ofreciendo una comprensión profunda de este fenómeno dentro de esta comunidad académica específica.



El primer objetivo específico del estudio estaba centrado en analizar las tendencias de consumo que tienen los docentes universitarios frente a los contenidos de Netflix y las preguntas de la encuesta que fueron diseñadas para darle cumplimiento son la 1, 2, 3 y 4. Los resultados indican que la mayoría (67%) sí visualizan contenidos en la plataforma, mientras que aquellos que no lo hacen (33%), destacaron que es por la falta de tiempo a raíz de otras ocupaciones, así como una completa falta de interés en esta actividad.

Asimismo, se lograron identificar otros factores importantes relacionados al consumo de los encuestados, uno de ellos es el número de horas que los docentes dedican al consumo de contenidos, en donde las respuestas más comunes fueron de 2 horas al día y 1 hora al día con un 52% y 23% respectivamente, lo que resulta ser un lapso de tiempo relativamente corto, pero a la vez suficiente para poder consumir una película, algunos capítulos de una serie o una parte de algún documental.

En cambio, en relación a la frecuencia de visualización semanal, una gran cantidad de docentes señaló que consumen Netflix durante 2 y 3 días a la semana, correspondientes al 31% y al 17% de la muestra, manifestando que a pesar de que existe una alta tasa de consumo entre los encuestados, el tiempo destinado para ello es considerablemente moderado, demostrando que este grupo específico sí dedica tiempo a esta actividad, pero sin comprometer sus otras obligaciones o responsabilidades. No obstante, existe un 12% y 11% de encuestados que consumen Netflix de 5 a 7 días respectivamente, lo que sugiere que a pesar de que hay un gran porcentaje de docentes que tienen un consumo moderado, también existen aquellos que realizan un consumo semanal más extenso, producto de una mayor atracción por el entretenimiento audiovisual o por el hecho de tener más tiempo libre.

En cuanto a los dispositivos más utilizados para acceder a la plataforma, la televisión es la respuesta con mayor frecuencia con un 59%, seguida de la computadora con un 20% y el teléfono celular con un 12%, demostrando que los docentes se inclinan por disfrutar un tiempo de entretenimiento a través de la multipantalla, con una mayor inclinación a las pantallas grandes y a los dispositivos que les permiten tener una mayor comodidad, así como poder desplazarse y disfrutar de su contenido preferido sin importar el lugar donde se encuentren.

Toda la información obtenida es bastante reveladora, generando un entendimiento claro de cuáles son las tendencias que tiene este grupo de estudio en cuanto al consumo de contenidos streaming dentro



de la plataforma de Netflix, así como el número de horas invertidas en su visualización, la constancia semanal de la actividad y los dispositivos más frecuentados para hacerlo. Finalmente, es necesario recalcar que los resultados obtenidos en relación a la tendencia de consumo de los docentes universitarios han permitido satisfacer el objetivo de manera exitosa.

Con respecto a la tendencia de preferencia de los contenidos de Netflix, las interrogantes creadas para satisfacer este objetivo fueron la número 5, 6 y 9; mismas que combinan una naturaleza cuali-cuantitativa y de las cuales se desprendieron una serie de resultados contundentes acerca de qué es lo que prefieren visualizar los docentes universitarios en Netflix.

Primeramente, se aprecia que los tipos de contenidos más consumidos entre los encuestados son las películas con un porcentaje de consumo del 89%, seguidamente están las series con un 70% y también los documentales con un 40%. Esto demuestra que aunque actualmente existen diversos tipos de contenidos, la muestra prefiere consumir formatos algo más tradicionales, mismos que han mantenido su popularidad en el tiempo. Así mismo, esto representa la atracción que tienen los docentes por un entretenimiento generado a través de contenidos llenos de historias, personajes y sucesos apegados al mundo real.

En relación a cuáles son los géneros que consumen los encuestados, se destaca el género de comedia como el más frecuentado entre todos (56%), seguidamente se encuentran los géneros de acción (46%), ciencia ficción (45%), suspenso (38%), drama (36%) y realista (22%). Esto manifiesta que los docentes tienen una preferencia más fuerte por consumir contenidos que les permitan experimentar diversas emociones a través de historias y narrativas divertidas, inquietantes y estimulantes; así como aquellas piezas que les brinden una visión más amplia del mundo sin alejarse de la realidad.

En lo que concierne a qué otro tipo de contenido les gustaría encontrar a los docentes universitarios, se refleja una gran diversidad de preferencias e intereses, sin embargo, mediante un análisis de las respuestas obtenidas, la conclusión es que la gran mayoría busca agregar una combinación de contenidos con diferentes temáticas como educación (14%), deportes en vivo (11%), salud (9%), nuevos lanzamientos y estrenos (6%), dentro de sus experiencias de consumo en la plataforma de Netflix. Toda la información recopilada permite generar un verdadero entendimiento acerca de los patrones de consumo de los docentes universitarios, así como sus preferencias en relación a los



contenidos que les ofrece la plataforma y en relación a los contenidos que les gustaría encontrar en ella para enriquecer su experiencia de consumo.

Finalmente, cabe resaltar que el objetivo de analizar las tendencias de preferencia de los contenidos de la plataforma Netflix en los docentes de la Universidad Nacional de Loja se cumplió exitosamente.

Con respecto a determinar los factores que influyen en la elección de los docentes a la hora de visualizar sus contenidos, las interrogantes diseñadas para dar cumplimiento al objetivo fueron la número 7, 8 y 10; las cuales son de carácter cualitativo y cuantitativo, dando lugar a una serie de resultados interesantes, relacionados con las razones del porqué los docentes escogen contenidos específicos, así como la finalidad de su consumo.

En primer lugar, los factores más influyentes para los encuestados a la hora de escoger un contenido son sus gustos personales con un 36%, seguidamente están los géneros y categorías que recomienda Netflix con un 22%, así como las tendencias de la plataforma con un 19%. Estos resultados reflejan que muchos docentes visualizan lo que a ellos les apetece, priorizando sus preferencias y necesidades específicas, asimismo un alto porcentaje consume lo que la interfaz de la plataforma dispone para ellos, ya sean contenidos y géneros recomendados algorítmicamente o las tendencias del momento.

Referente a los factores que influyen en la decisión de los docentes por consumir Netflix antes que otras plataformas, se destaca la opción de la variedad de géneros y formatos que dispone (27%), le sigue la opción de ser la plataforma que siempre han usado (25%), así mismo, también destaca la razón de que la plataforma posee una operatividad sencilla y es fácil de manejar (19%). Estos resultados sugieren que los docentes se ven atraídos hacia Netflix tanto por su variedad de opciones como por la familiaridad que tienen con ella y el fácil acceso que posee, ya que la plataforma les permite acceder fácilmente a contenidos que se adapten a sus gustos y necesidades personales, manteniendo una operatividad de navegación intuitiva, que no va más allá de buscar, elegir y visualizar.

En lo que respecta a que si los docentes han encontrado alguna vez contenidos que les hayan resultado útiles para su labor académica, el 33% manifestaron que sí han hecho uso de ciertos contenidos relacionados con su área de conocimiento, como ciertas películas y documentales, en donde los docentes han encontrado y extraído información valiosa que luego exponen a sus estudiantes; así



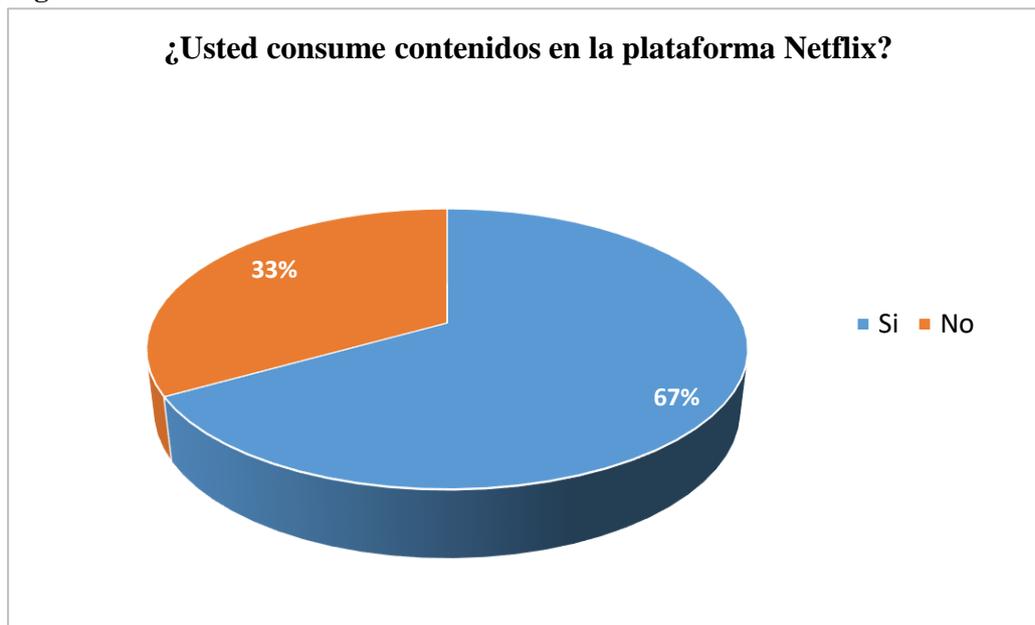
mismo, en ocasiones los docentes comparten estos contenidos con los alumnos para que sean ellos quienes los observen y discernan la información, de manera que se pueda generar un debate posterior en el salón de clases. Por otro lado, existe un 48% de encuestados que recalcaron que no han encontrado o que no han buscado contenido que les pueda ser útil para su trabajo, sino que más bien lo han usado únicamente para entretenimiento y el 19% restante corresponde a aquellos que no han encontrado o que directamente este tipo de contenidos en Netflix.

Los datos e información recogida han brindado una visión más rica acerca de cuáles son los factores que influyen en los docentes a la hora de escoger un contenido, por consiguiente es necesario destacar que el objetivo se ha cumplido exitosamente.

ILUSTRACIONES, TABLAS, FIGURAS

Pregunta 1: ¿Usted consume contenidos en la plataforma Netflix?

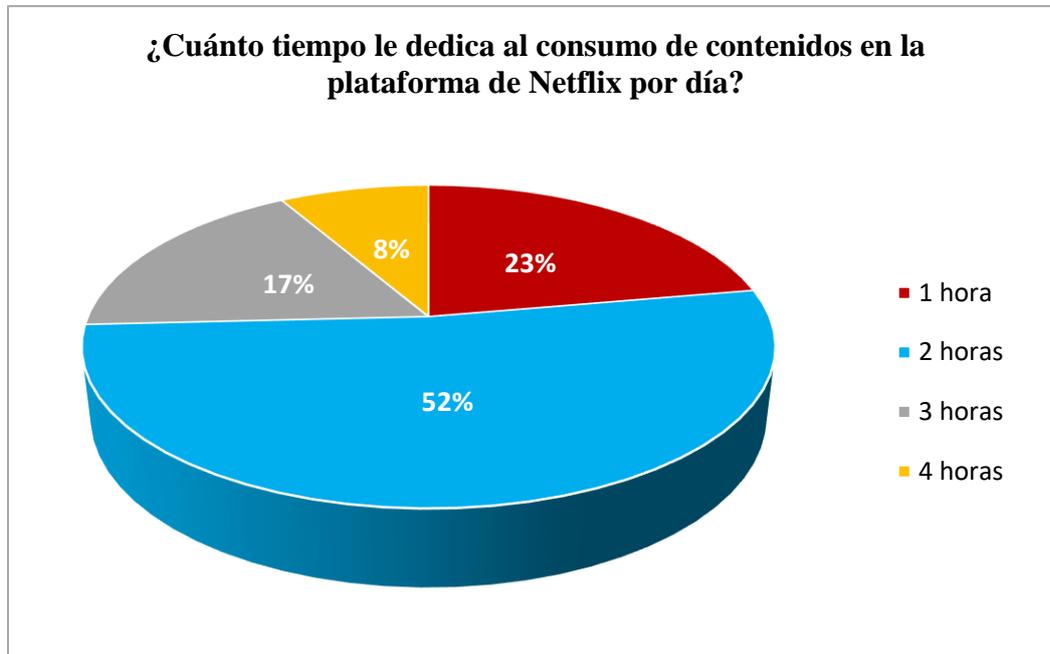
Figura 1. Consumo de Netflix en docentes



Nota. El gráfico representa el porcentaje de encuestados que consumen y aquellos que no consumen Netflix

Pregunta 2: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de contenidos en la plataforma de Netflix por día?

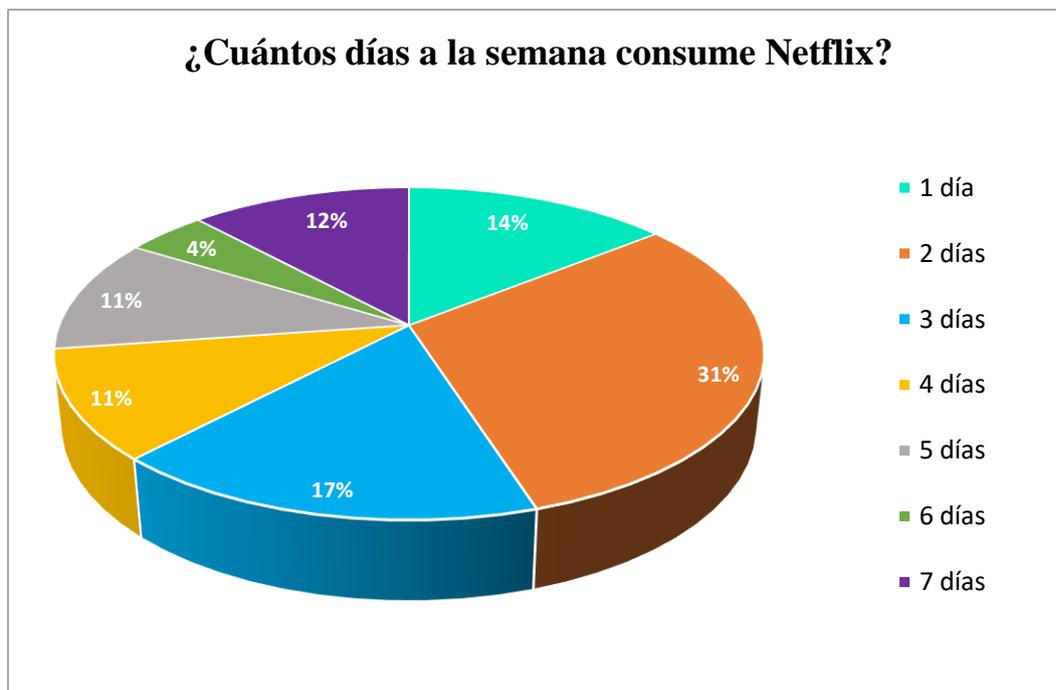
Figura 2. Tiempo empleado en el consumo



Nota. El gráfico representa el tiempo en horas que los docentes ocupan en el consumo de contenidos

Pregunta 3: ¿Cuántos días a la semana consume Netflix?

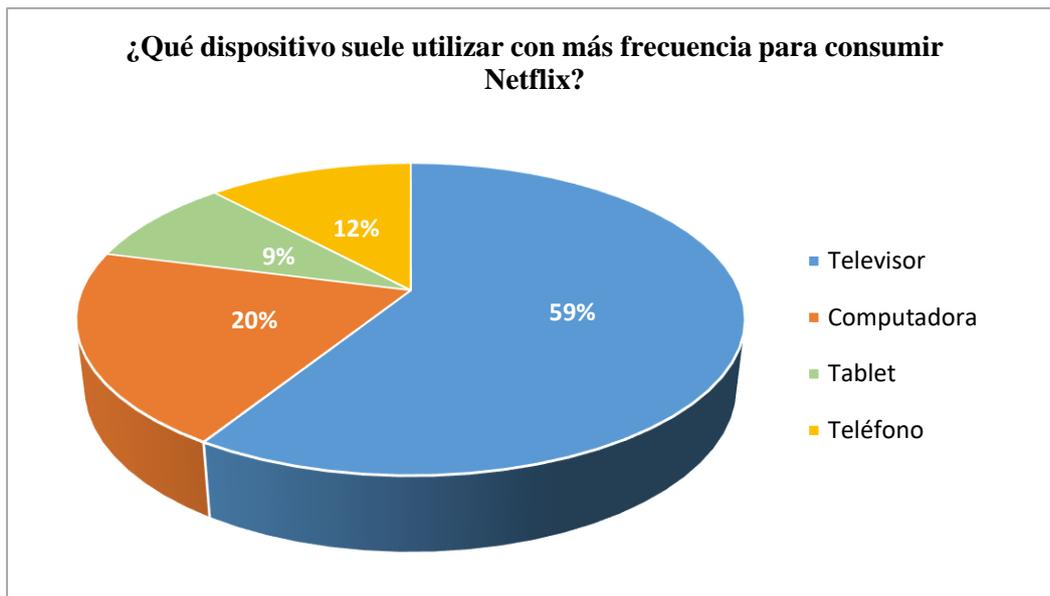
Figura 3. Días de consumo



Nota. El gráfico representa cuántos días a la semana los docentes consumen Netflix

Pregunta 4: ¿Qué dispositivo suele utilizar con más frecuencia para consumir Netflix?

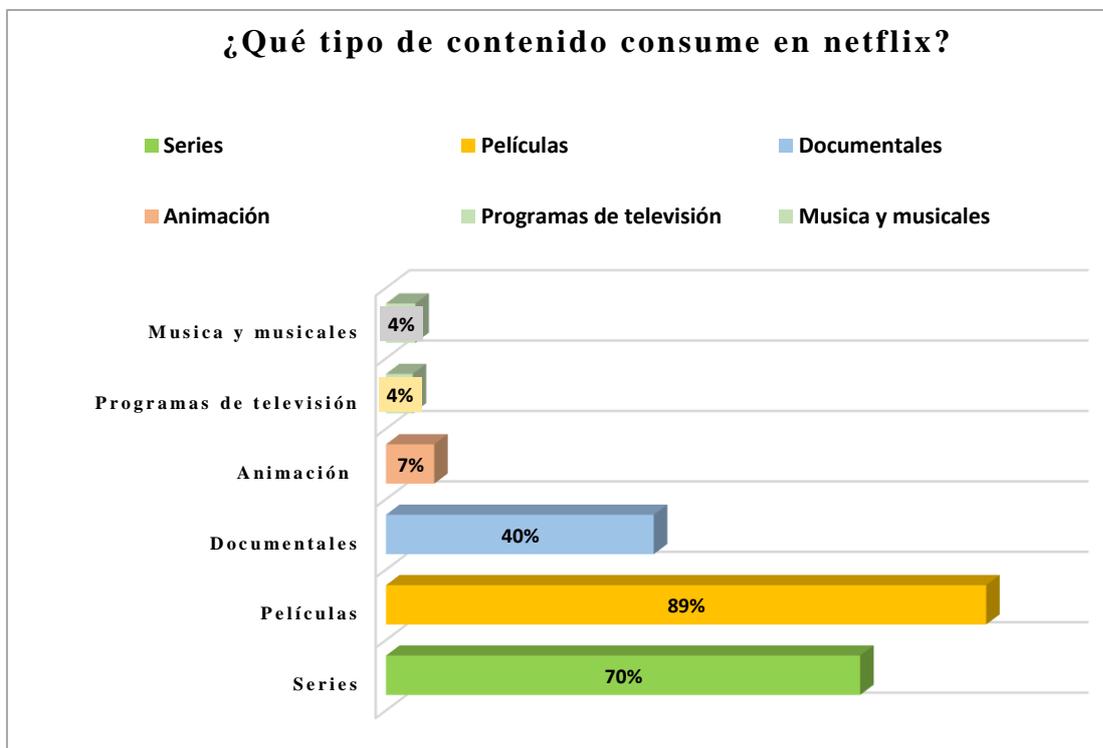
Figura 4. Dispositivos para el consumo



Nota. El gráfico representa cuáles son los dispositivos más usados por los docentes para acceder a la plataforma

Pregunta 5: ¿Qué tipo de contenido consume en Netflix?

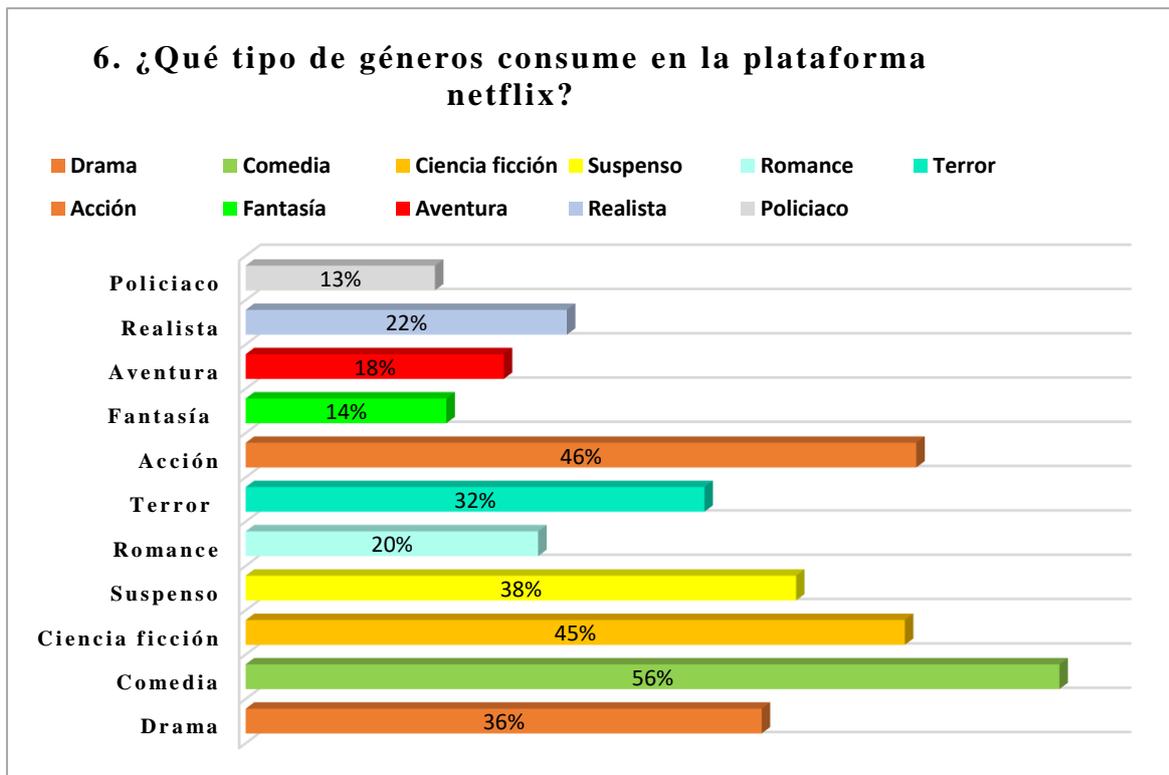
Figura 5. Tipos de contenido consumido



Nota. El gráfico representa cuáles son los tipos de contenido más consumidos entre los docentes encuestados

6. ¿Qué tipo de géneros consume en la plataforma Netflix?

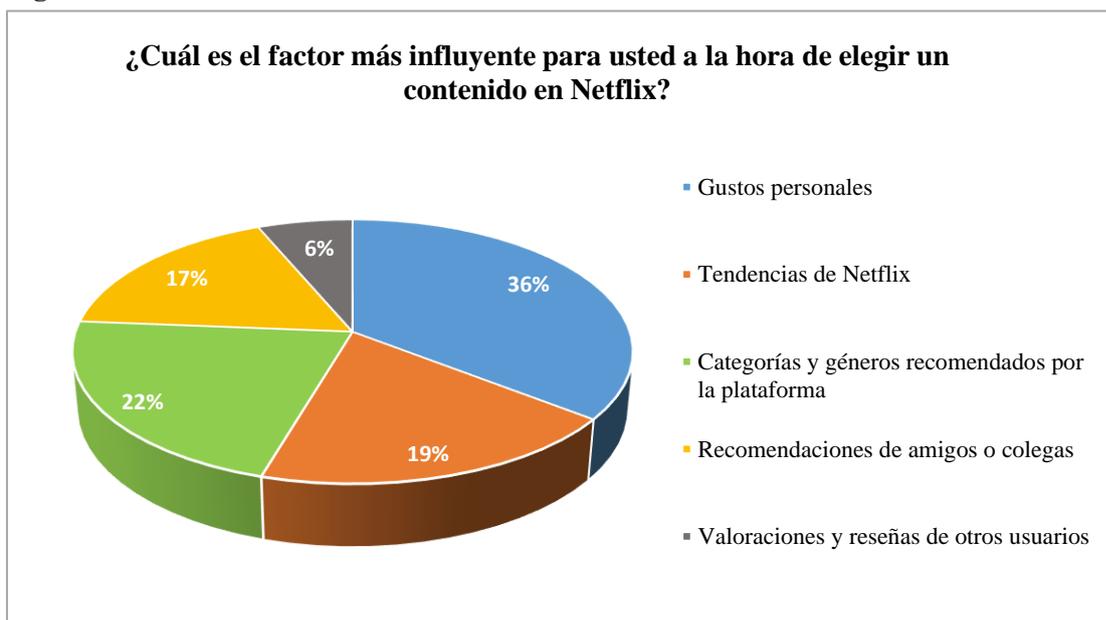
Figura 6. Géneros consumidos



Nota. El gráfico representa cuáles son los géneros más consumidos por los docentes

Pregunta 7: ¿Cuál es el factor más influyente para usted a la hora de elegir un contenido en Netflix?

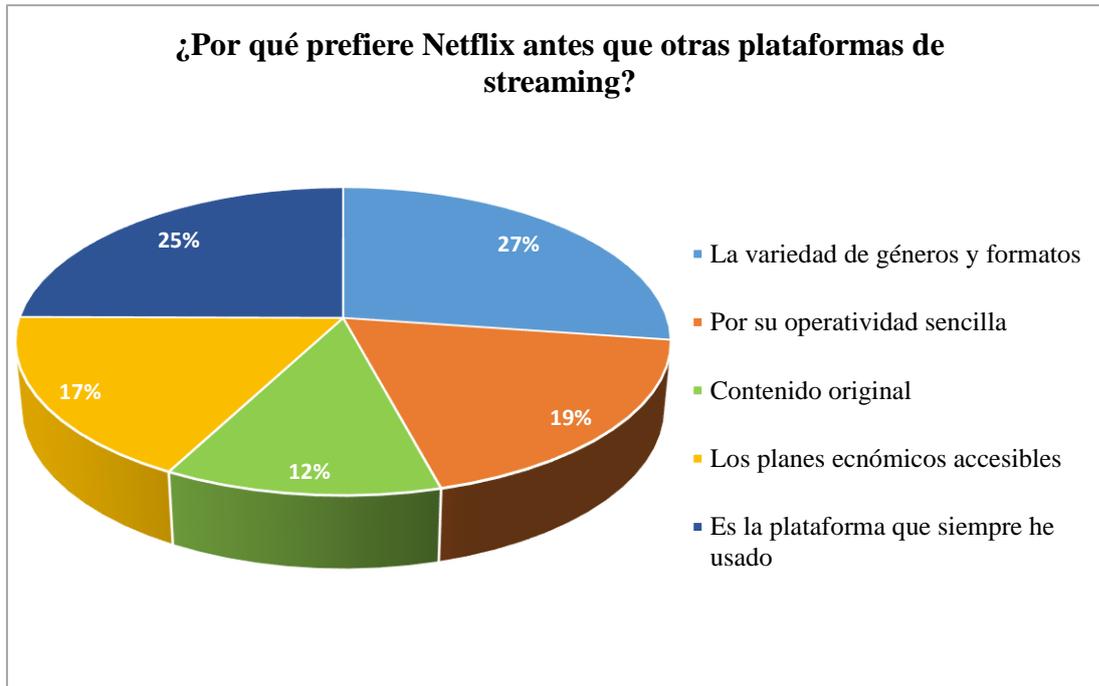
Figura 7. Factores de influencia



Nota. El gráfico representa cuáles son los factores que más influyen en los docentes al momento de elegir un contenido

Pregunta 8: ¿Por qué prefiere Netflix antes que otras plataformas de streaming?

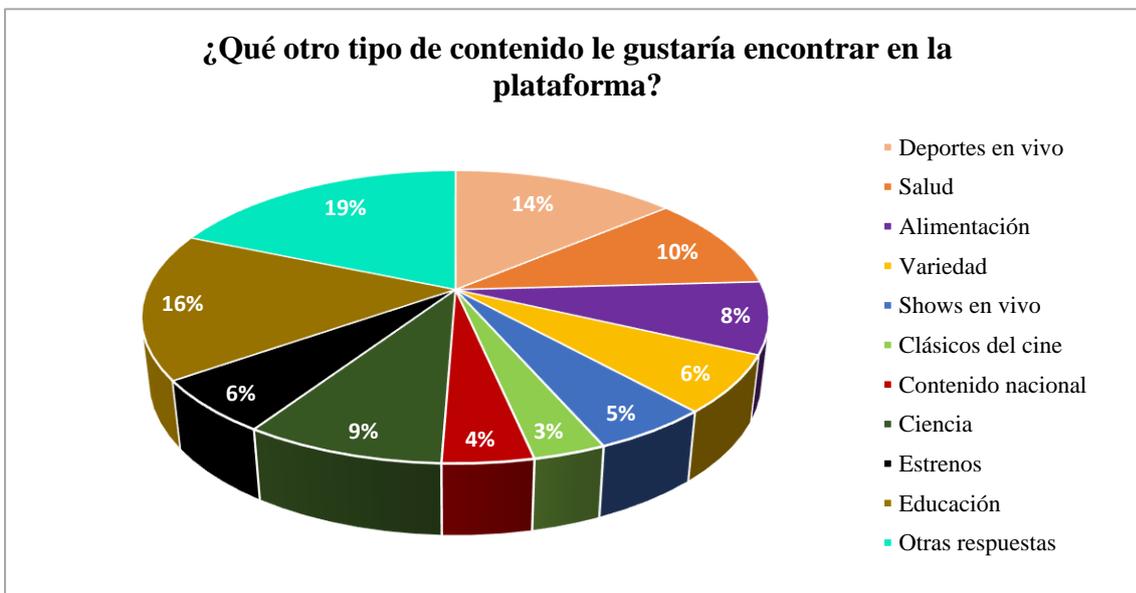
Figura 8. Factores de preferencia



Nota. El gráfico representa cuáles son los factores por los que los docentes prefieren consumir Netflix

Pregunta 9: ¿Qué otro tipo de contenido le gustaría encontrar en Netflix?

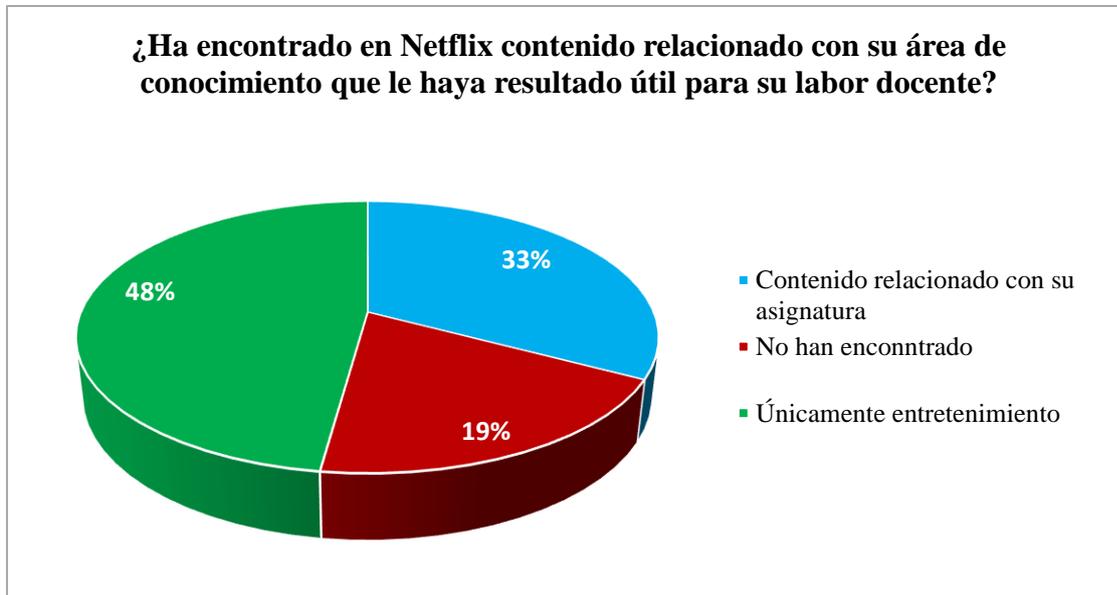
Figura 9. Contenidos que quisieran encontrar en Netflix



Nota. El gráfico representa cuáles son los contenidos que los docentes quisieran encontrar en la plataforma de Netflix

Pregunta 10: ¿Ha encontrado en Netflix contenido relacionado con su área de conocimiento que le haya resultado útil para su labor docente?

Figura 10. Contenidos útiles para su labor docente



Nota. El gráfico representa el porcentaje de docentes que han encontrado contenidos útiles en Netflix

CONCLUSIONES

La investigación permitió analizar exitosamente y de forma integral la tendencia de consumo y preferencia de los contenidos streaming en la plataforma Netflix por parte de los docentes de la UNL. Los hallazgos obtenidos revelaron una serie de patrones en cuanto al consumo de contenidos de la plataforma, así como una gran diferenciación entre las preferencias individuales, de igual forma se lograron identificar cuáles son aquellos factores que tienen más influencia en los docentes a la hora de escoger un contenido para visualizar.

La gran mayoría de los docentes encuestados (67%), sí consumen los contenidos que ofrece Netflix; no obstante, aunque exista una tasa de consumo considerablemente alta, el tiempo que le invierten diaria y semanalmente a esta actividad es bastante controlado y limitado, lo que significa que este grupo específico mantiene un balance regular entre el consumo de sus contenidos favoritos y otras responsabilidades, permitiéndoles disfrutar de un momento de ocio y entretenimiento sin comprometer su productividad; todo esto a través de la multipantalla, inclinándose por las pantallas grandes y aquellas que les brinden flexibilidad.

Las preferencias que tienen los docentes en cuanto a los tipos de contenido, géneros y formatos son variadas, resaltando el gusto por los formatos tradicionales, como las películas, las series y los documentales; así como los géneros que les permiten experimentar diferentes estímulos emocionales; además, los docentes también tiene muy en claro que otro tipo de contenidos les gustaría agregar al catálogo de Netflix, dando como resultado una combinación de contenidos relacionados con la educación, deportes, salud, estrenos, contenido nacional, entre otros.

Dentro de la muestra de estudio, existen diversos aspectos que influyen en sus elecciones de consumo, resaltando los factores de gustos y preferencias personales, así como las recomendaciones de amigos, colegas y hasta de la misma plataforma, demostrando que los docentes visualizan lo que desean, pero también se dejan guiar por fuentes y sugerencias externas. Asimismo, los docentes prefieren visualizar contenidos en Netflix mayoritariamente por ser la plataforma que han usado siempre, además de tener una alta gama de opciones para visualizar, reflejando que la familiaridad con la plataforma y la variedad de piezas audiovisuales, tienen un gran peso y son fundamentales a la hora de hacer sus elecciones.

La investigación revela que los docentes de la UNL consumen contenido en Netflix de manera equilibrada, con preferencias variadas hacia géneros y formatos tradicionales. Además, muestran interés en agregar contenido relacionado con la educación y otros temas al catálogo y, la elección de contenido se ve influenciada por gustos personales, tendencias actuales y recomendaciones tanto de la plataforma como de personas cercanas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Álvarez de la Gala, M. (2017). De la planificación en TV a la planificación audiovisual y social: desafíos para la industria ante un cambio de paradigma en la medición de la eficacia publicitaria. (*Tesis doctoral*). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.

Alvarez Vera, R. (2023). Filosofía para un mundo pospandémico. *Emergentes - Revista Científica*, 3(2), 43–55. <https://doi.org/10.60112/erc.v3i2.31>



- Caballero, A. (2014). *Metodología integral innovadora para planes y tesis*. México: Cengage Learning.
- Casas Anguita, Repullo Labrador, & Donado Campos. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Atención Primaria*, 527-538. doi:[https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/10.1016/S0212-6567(03)70728-8)
- Carter, I., & Anderson, E. (2022). La Regulación del mercado de Criptomonedas y las Implicaciones Legales y Fiscales. *Estudios Y Perspectivas Revista Científica Y Académica*, 2(2), 46–67. <https://doi.org/10.61384/r.c.a.v2i2.19>
- Feijoo Fernández, B., & García González, A. (2017). Análisis del consumo infantil de TV, videojuegos e internet: diferencias en función del sexo en la selección de contenidos audiovisuales. *Fonseca, Journal of Communication*, 95-108.
- Fernandez de Arroyabe, A., Lazkano Arrillaga, I., & Eguskiza Sesumaga, L. (2018). Nativos digitales: Consumo, creación y difusión de contenidos online. *Comunicar*. doi:<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=57&articulo=57-2018-06>
- Fernández Rojas, K. Y. (2022). Teaching English as A Foreign Language, Based on An Open Framework Model To Preschool Children. *Sapiencia Revista Científica Y Académica*, 2(2), 01–13. Recuperado a partir de <https://revistasapiencia.org/index.php/Sapiencia/article/view/12>
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación: Sexta Edición*. México D.F: McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill. doi:<https://doi.org/10.22201/fesc.20072236e.2019.10.18.6>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Lama Zubirán, P., Lama Zubirán, M., & Lama García, A. (2022). Los instrumentos de la investigación científica. Hacia una plataforma teórica que clarifique y gratifique. *Horizonte de la Ciencia*, 189-202. doi:<https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2020.18.403>



- Martín García, A., López Carmona, M., & Salvador, J. (2022). Plataformas de contenidos audiovisuales y el producto placement: el caso Netflix. *RMC*.
- Martínez, N. (2020). La investigación sobre comunicación en España (1985-2015). Contexto institucional, comunidad académica y producción científica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 383-414.
- Mendoza Navarro , F. B. (2022). La Tutoría Virtual: Un Soporte Efectivo para la Estrategia Aprendo en Casa Durante la Emergencia Educativa del Covid-19. *Revista Científica De Salud Y Desarrollo Humano*, 3(1), 60–70. <https://doi.org/10.61368/r.s.d.h.v3i1.44>
- Navarro Robles, M., & Vázquez Barrio, T. (2020). El consumo audiovisual en la generación Z. El predominio del video online sobre la televisión tradicional. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*.
- Netflix. (06 de Junio de 2023). *Historia de Netflix*. Obtenido de About netflix: <https://about.netflix.com/>
- Orús, A. (20 de Enero de 2023). *Statista*. Obtenido de Evolución del número de suscriptores de Netflix en el mundo del tercer trimestre de 2011 hasta el cuarto trimestre de 2022: <https://es.statista.com/estadisticas/598771/numero-de-suscriptores-netflix-en-streaming-en-todo-el-mundo/>
- Quintas Froufe, N., & González Neira, A. (2016). Consumo televisivo y su medición en España: Camino hacia las audiencias híbridas . *EPI*.
- Selltiz, C. (1980). *Métodos de investigación en las relaciones sociales*. Madrid: Rialp.
- Tamayo, M. (2008). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa. Obtenido de <https://n9.cl/nlrqb>
- Yang, Y.; Siau, K.L. A Qualitative Research on Marketing and Sales in the Artificial Intelligence Age. Available online: https://www.researchgate.net/profile/Keng-Siau-2/publication/325934359_A_Qualitative_Research_on_Marketing_and_Sales_in_the_Artificial_Intelligence_Age/links/5b9733644585153a532634e3/A-Qualitative-Research-on-Marketing-and-Sales-in-the-Artificial-Intelligence-Age.pdf

