



Universidad
del País Vasco Central Hermita
Unibertsitate

CONSUMO DE CONTENIDOS DE TELEVISIÓN

1. Informe

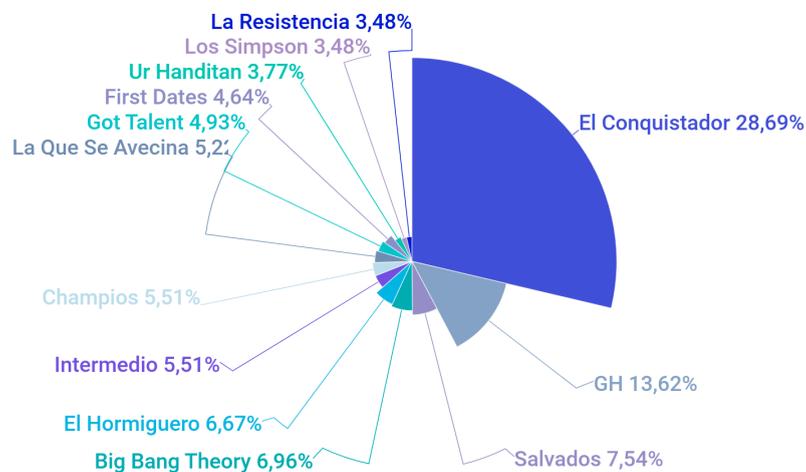
Marzo de 2019

CONSUMO DE CONTENIDOS DE TELEVISIÓN

La finalidad de la investigación es analizar qué tipo de consumo audiovisual predomina entre los estudiantes. Es por eso que les hemos preguntado sobre lo último que han visto en televisión.

1. Los últimos programas en ver

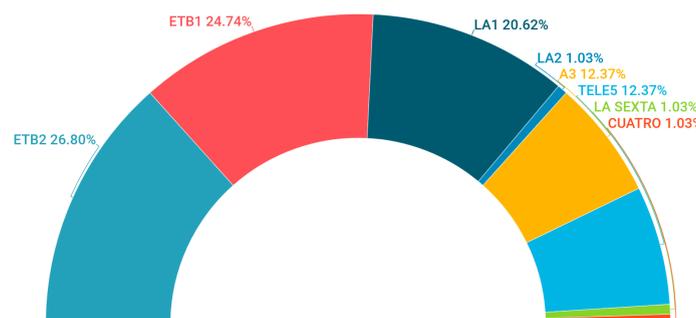
1. Imagen - Los últimos programas más vistos:



Fuente: Ikusiker

Entre los programas mencionados por los participantes el más común es El Conquis o El Conquistador del Fin del Mundo. El 28,69% de los encuestados ha señalado haberlo visto. Lo sigue Gran Hermano con el 13,62% de los resultados y después Salvados (7,54%). En total se han nombrado 133 contenidos, 70 de ellos se han mencionado una sola vez. El gráfico de arriba únicamente muestra los casos más repetidos.

2. Imagen - Elección de Informativos:

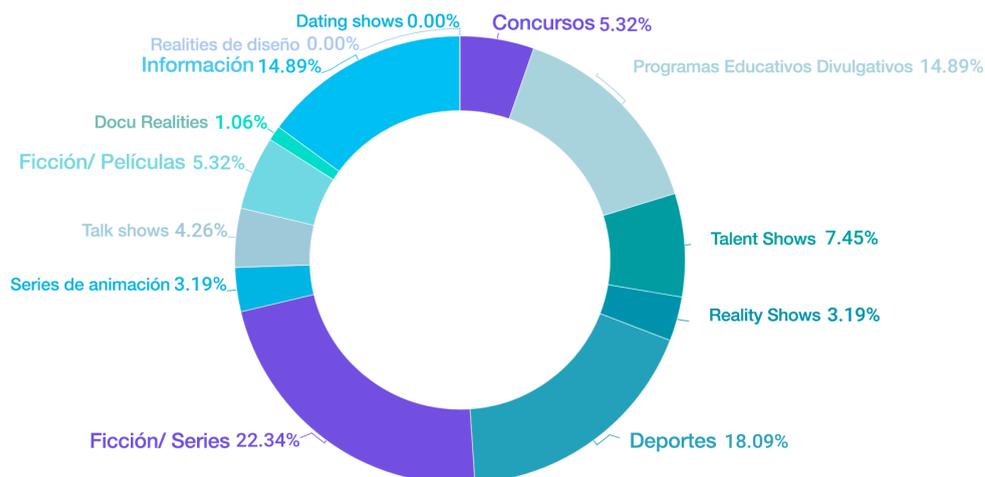


Fuente: Ikusiker

Entre aquellos que han visto las noticias el canal más elegido ha sido ETB2 (26,80% de las respuestas). En segunda posición está ETB1 con el 24,74% de los casos.

Es de subrayar que la gente tiende a confundir los conceptos “teleberri” y “telediario”. Se utilizan genéricamente cuando no debería de ser así. Estas palabras corresponden a cadenas concretas. En cualquier caso, en la encuesta se han utilizado para definir cualquiera de los informativos.

3. Imagen - Consumo por generos:

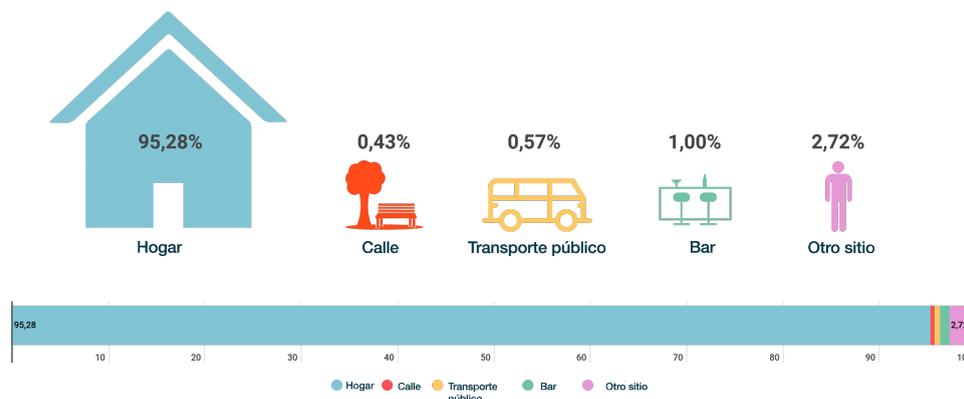


Fuente: Ikusiker

Los programas mencionados han sido clasificados por género. Entre los participantes el género más elegido ha sido el de Series/ Ficción, así lo ha hecho el 22,34%. La segunda opción que predomina es la del género Deporte (18,09%). En tercer puesto, están los Informativos y los Programas Educativos Divulgativos. Ambos han obtenido el 14,89% de los casos.

2. Sitios en los que se han visto los programas

4. Imagen - Espacios utilizados:



Fuente: Ikusiker

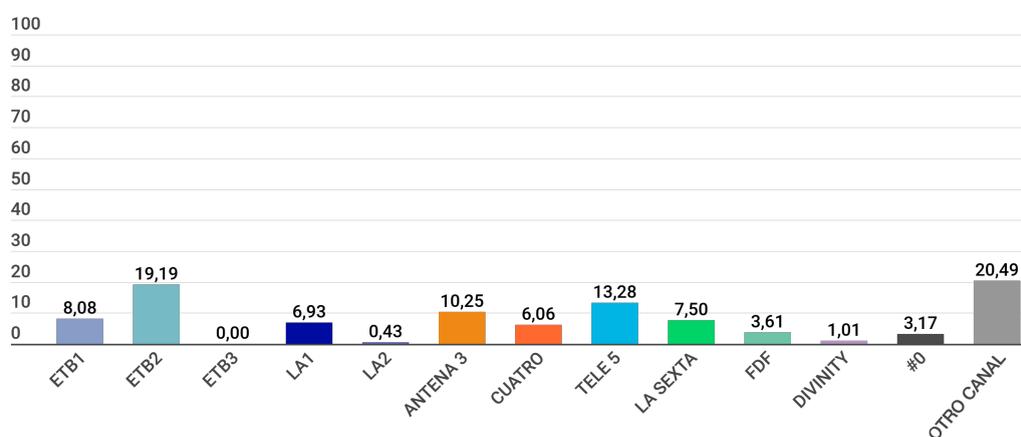
El espacio más señalado ha sido el hogar. El 95,28% ha escogido tal lugar para consumir programas audiovisuales. Los hay quienes han elegido la calle, el transporte público e incluso el bar, pero estos son una minoría.

El 2,72% ha utilizado otro espacio. Esos espacios son los siguientes:

- 1 - La residencia de estudiantes
- 2 - La casa de algún amigo
- 3 - Piso estudiantil

3. Canales de televisión escogidos

5. Imagen - Elección de canales de televisión:



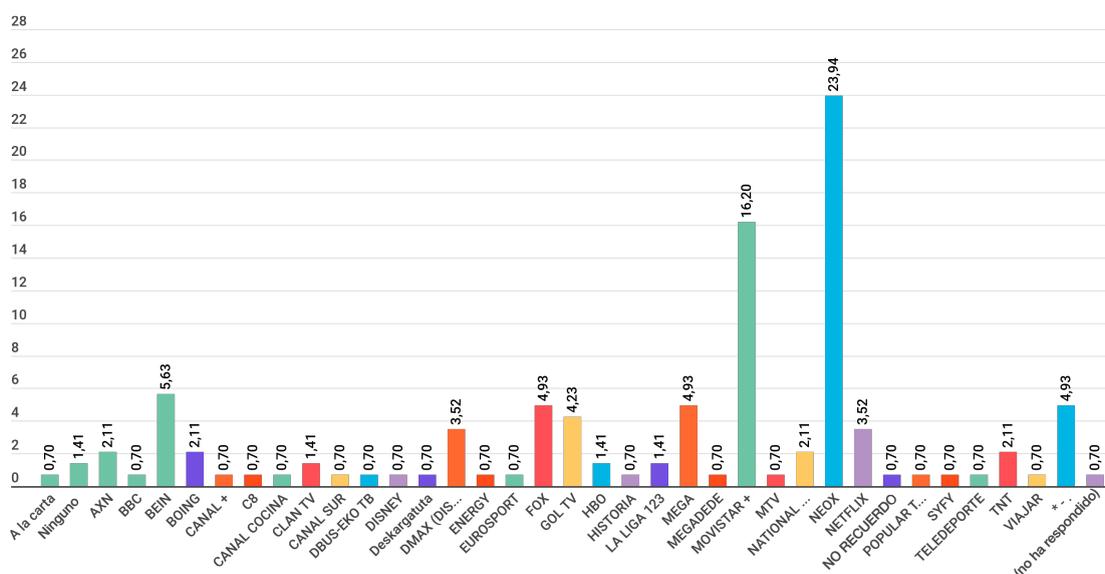
Fuente: Ikusiker

La siguiente pregunta de la encuesta tiene que ver con el canal que los participantes han escogido para su última elección audiovisual. En la pregunta se les ha dado una serie de opciones (canales diferentes) de las cuales solo tenían que elegir una única. También han tenido la alternativa de mencionar alguna otra cadena, esto a través de la opción "otro canal".

Según los datos, el canal con mayor audiencia panelista ha sido ETB2 (19,19%). Hay que tener en cuenta que el programa más visto es El Conquis. El siguiente es Tele5, con el 13,28% de la audiencia de los participantes. Probablemente este dato esté unido al programa Gran Hermano.

El 20,49% de los jóvenes ha elegido la opción de otro canal. Los ejemplos que han aportado son los que aparecen en el siguiente gráfico:

6. Imagen - Otros canales:

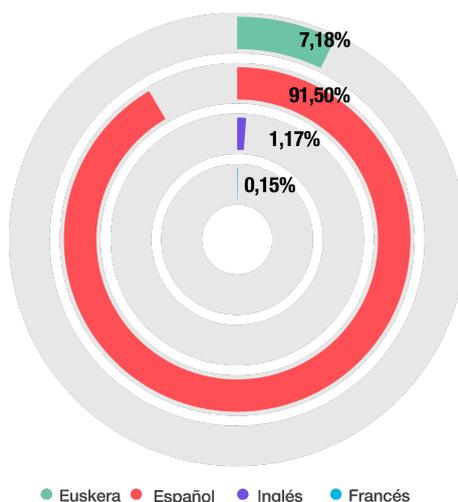


Fuente: Ikusiker

Las cadenas mayormente nombradas en la opción de otro canal han sido Neox, Movistar+ y Bein. El primero lo ha elegido el 23,94% de aquellos que han seleccionado esta opción (otro canal). El 16,20% se ha decantado por Neox y el 5,63% por Bein.

4. Idioma de los programas

7. Imagen - Idiomas de los programas:



● Euskera ● Español ● Inglés ● Francés

Fuente: Ikusiker

El idioma más utilizado ha sido el español. Solo el 7,18% de los participantes han elegido los productos en euskera. Un hecho a tener en cuenta es que la cantidad de productos audiovisuales en español es considerablemente mayor a la cantidad de los

que son euskera.

De los productos nombrados solo los siguientes son en euskera: Ur Handitan, Herri Txiki, Gaur Egun, Gure Kasa y ciclismo.

A la hora de ver la televisión el inglés y el francés no han tenido mucha fuerza.