



LAS REDES SOCIALES E INSTAGRAM

Informe N° 14
Enero de 2021

LAS REDES SOCIALES E INSTAGRAM

Para este estudio, se ha preguntado a los/las alumnos/as de la UPV/ EHU y la UPNA que conforman el Panel Ikusiker acerca de varios temas relacionados con el consumo de audiovisuales: sobre el último contenido que han visto y sobre su uso de las redes sociales, en concreto, Instagram. En este informe se recogen dichos datos.

1. Notas sobre la metodología

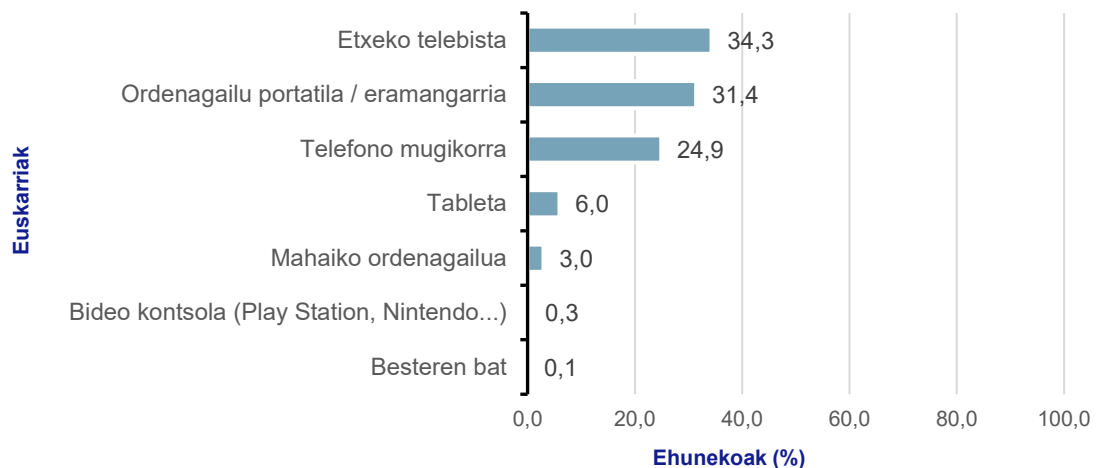
En el momento de la realización de este estudio, el Panel Ikusiker está compuesto por más de mil alumnos de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y de la Universidad Pública de Navarra (UPNA). Estos/as estudiantes responden regularmente y de forma permanente a formularios online sobre su consumo audiovisual. El Panel Ikusiker, el cual se creó en el curso 2018-2019, se enmarca dentro del proyecto de investigación Applika (US17/40) promovido por miembros del grupo de investigación NOR. En este proyecto, el grupo NOR trabaja conjuntamente con la EITB, con el objetivo de analizar el consumo audiovisual y el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que realizan los/las estudiantes que cursan diferentes estudios en tres campus diferentes. A partir del curso 2020-2021, además de los estudiantes de la UPV/EHU, se han sumado los/as alumnos/as de la Universidad Pública de Navarra. Actualmente, en el proyecto Applika+ (US202/21) trabajan la UPV/EHU, Tabakalera, EITB y el Observatorio Vasco de la Cultura de manera conjunta.

En este documento se resume la información obtenida de las encuestas que se realizaron durante el 25 y el 28 de enero de 2021. Los datos que se recogen corresponden al consumo de contenidos audiovisuales y el uso de las redes sociales, sobre todo, el de la red social Instagram. Para ello, se han tenido en cuenta 905 cuestionarios, todos aquellos que se han cumplimentado hasta el final y los que no se han repetido.

2. El último contenido que se ha visto

En cuanto al soporte utilizado para visionar el contenido, los que más se han repetido son la televisión del hogar (34,3%), el ordenador portátil (31,4%) y el teléfono móvil (24,9%).

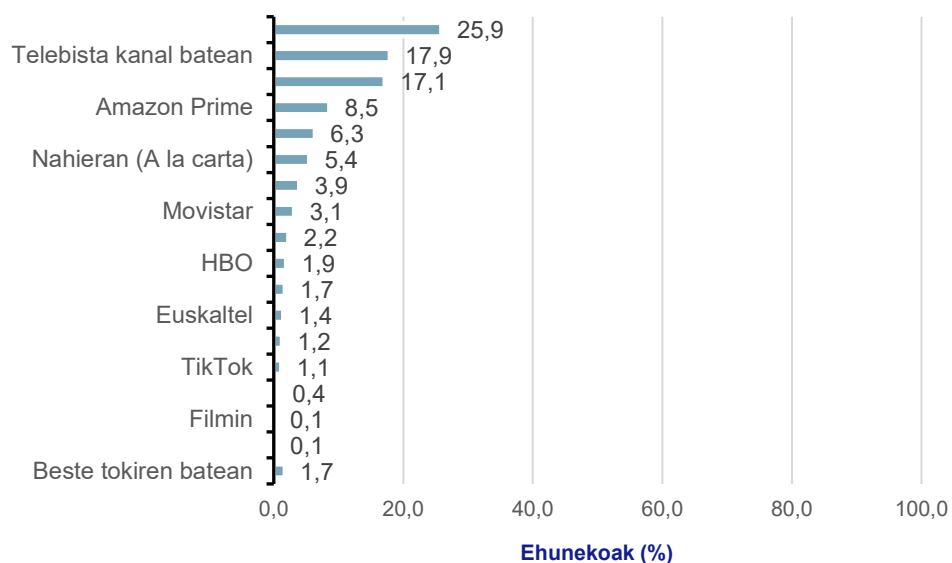
1. Imagen - ¿Qué soporte has utilizado para verlo?



Fuente: Ikusiker Applika +

En cuanto al proveedor, hay tres opciones que destacan entre los demás: Netflix (25,9%), los canales de televisión (17,9%) y Youtube (17,1%). Después, se sitúan Amazon Prime, con el 8,5% de los casos, y las páginas web de internet (6,3%) como los servicios a la carta –Nahieran- (5,4%).

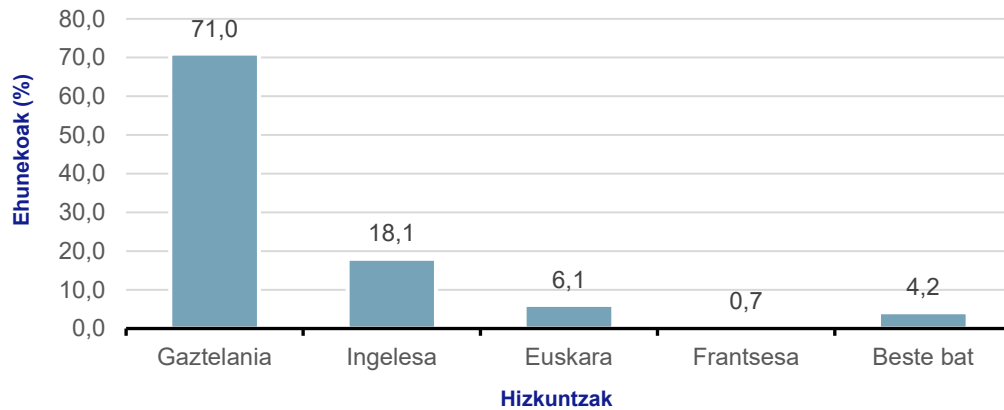
2. Imagen - ¿Dónde has visto el último vídeo o programa que has mencionado?



Fuente: Ikusiker Applika +

En cuanto al idioma, en el 71% de los casos, el audio de los contenidos vistos ha sido en castellano, seguido del inglés con un 18,1%. El tercer idioma que más se ha repetido ha sido el euskera: un 6,1%. Aquellos/as que han visto el contenido en otro idioma corresponden al 4,9%, un porcentaje muy parecido al de la audiencia que consume los audiovisuales en euskera.

3. Imagen - ¿En qué idioma está el audio del contenido que has consumido?

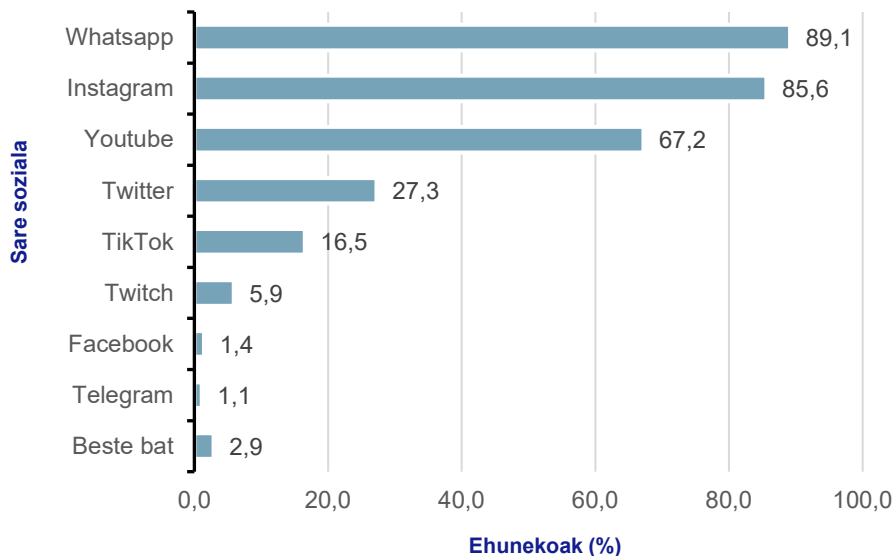


Fuente: Ikusiker Applika +

3. El uso de las redes sociales

Todos/as aquellos/as (99,7%) que han respondido el cuestionario hacen uso de las redes sociales. Teniendo esto en cuenta, se les ha preguntado por las tres redes sociales que más utilizan en su día a día.

4. Imagen – Las redes sociales que más se utilizan (respuesta múltiple)



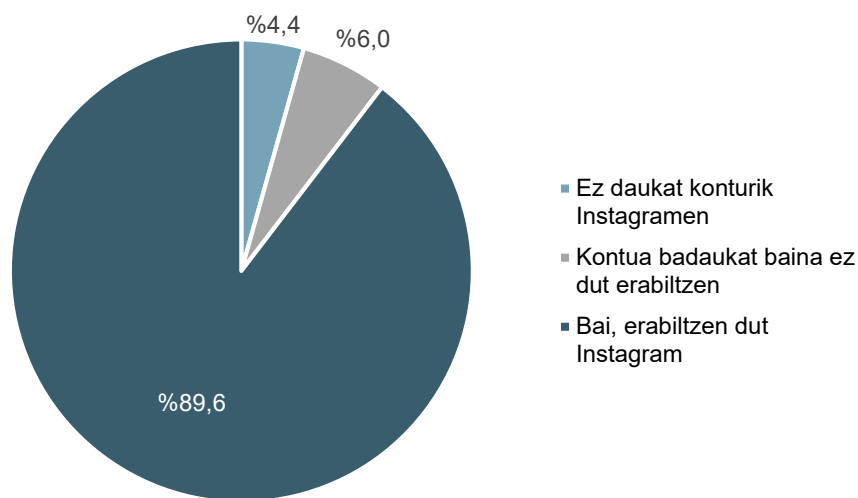
Fuente: Ikusiker Applika +

4. Instagram

4.1. Para qué y por qué se utilizan

A continuación se han formulado preguntas acerca del uso de una de las redes sociales que más se utilizan: el Instagram.

5. Imagen – En el caso de Instagram, señala, por favor, si utilizas esta red social:

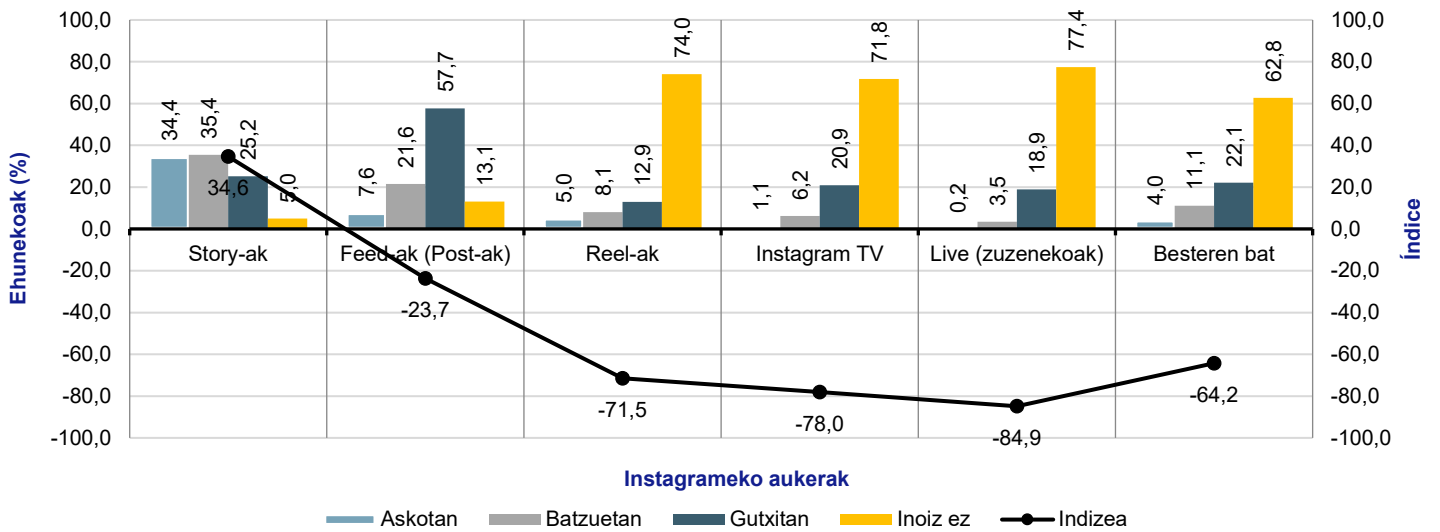


Fuente: Ikusiker Applika +

La edad influye mucho en el hecho de tener o no tener Instagram, ya que cuanto más joven se es, más se utiliza. Entre quienes han nacido en 1999 o con anterioridad, el 18,6% no tiene cuenta en esta red; el 8,3% de quienes han nacido en el 2000, tampoco la tienen; los/las nacidos/as en 2001, corresponden al 3,9% y son el 2,0% entre quienes han nacido en 2002 o más tarde.

A continuación se mencionan algunas de las posibilidades que ofrece esta aplicación y se pregunta en qué medida las utilizan los/las jóvenes. La opción más utilizada en Instagram son las stories: el 69,9% de los/las encuestados/as han respondido que las utilizan "a veces" o "muchas" veces. La opción de los feeds corresponden al 29,1%, los reels al 13,0%, Instagram TV al 7,3%, los lives al 3,7% y las otras opciones al 15,4%.

6. Imagen - ¿Cuál de estas opciones que ofrece Instagram utilizas?

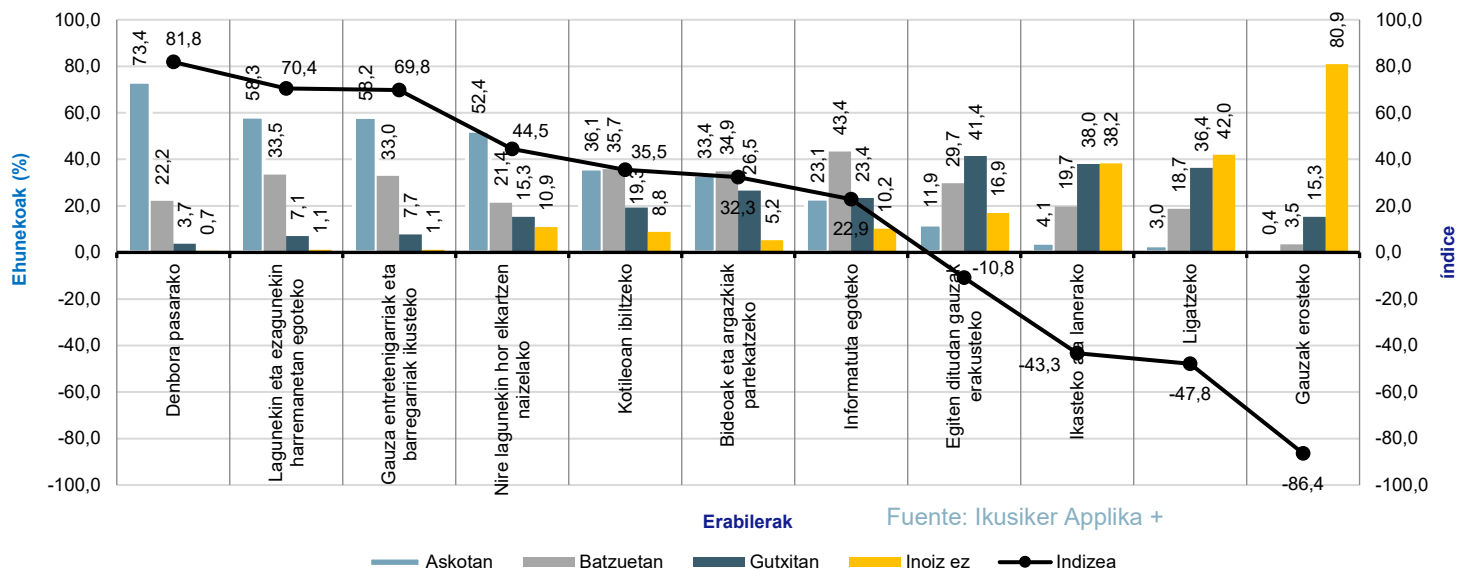


Fuente: Ikusiker Applika +

De forma similar, también se ha preguntado el objetivo con el que se utiliza Instagram. La opción que ha cobrado más fuerza ha sido el de "pasar el tiempo": el 73,4% lo utiliza "muchas veces" con este propósito. A continuación, se consideran los elementos relacionados con los/las amigos/as: en cuanto a "estar en contacto con amigos y conocidos", el 58,3% señala que lo utiliza "muchas veces" con ese fin, mientras que el 52,4% ha respondido que lo utiliza porque se encuentra en la red social con sus amigos/as. El 58,2% afirma utilizarlo para ver "cosas entretenidas y graciosas".

Un tercio de los encuestados/as lo utiliza para "cotillear" (36,1%); mientras que un 33,4% lo hace con el fin de "compartir vídeos y fotos". El 23,1% hace uso del Instagram para "estar informado", y el 11,9% para "mostrar" las cosas que hace.

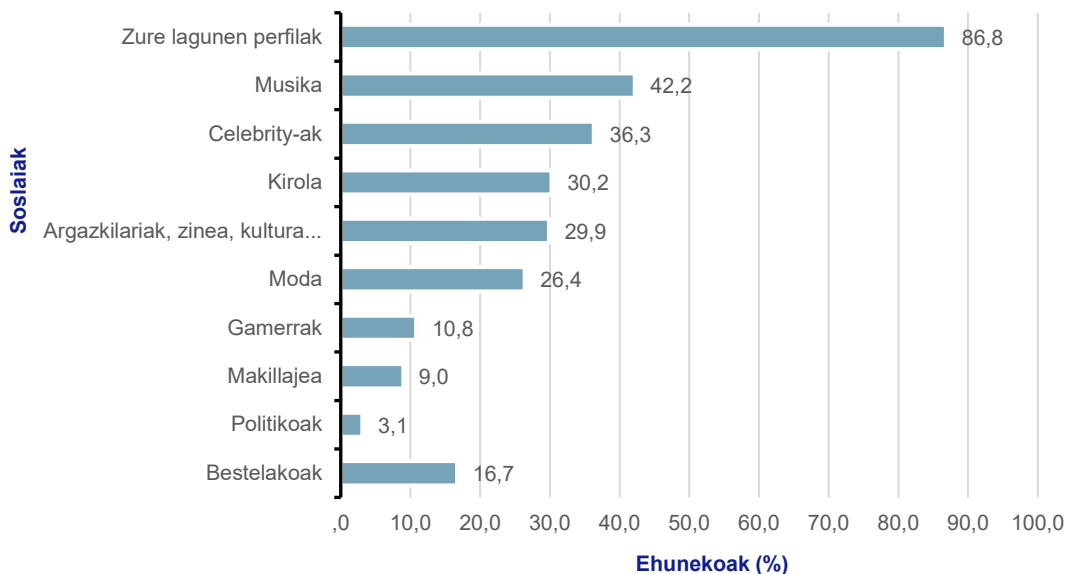
7. Imagen - ¿Para qué utilizas Instagram?



Fuente: Ikusiker Applika +

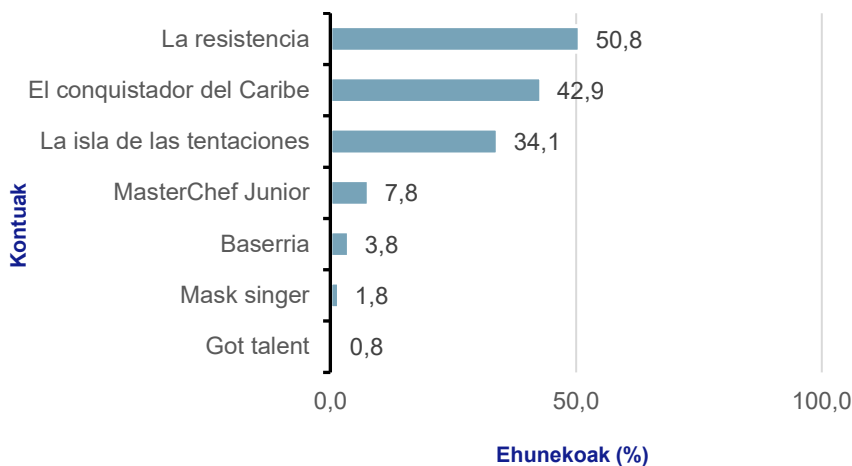
Entre los tipos de perfiles más seguidos en esta red social, se encuentran los perfiles de amigos/as, ya que el 86,8% de los encuestados ha afirmado que los sigue. Después de estos perfiles están los relacionados con la música (42,2%), los/las celebrities (36,3%), el deporte (30,2%) y los/las "fotógrafos/as, el cine y la cultura" (29,9%), junto con "la moda" (26,4%). Las respuestas más bajas corresponden con los perfiles de los "gamers" (10,8%) y " el maquillaje" (9,0%).

8. Imagen – Los perfiles a los que sigues (respuesta múltiple)



Por último, se les han formulado preguntas relacionadas con algunos programas televisivos para saber si los siguen o no en sus redes sociales. Entre los citados, casi la mitad de los encuestados (50,8%) afirma seguir a "La Resistencia", "El conquistador del Caribe" (42,9%) y "La isla de las tentaciones" (34,1%). A partir de ahí, el número de seguidores es mucho más bajo: el 7,8% sigue a Master Chef Junior y el 3,8% a Baserria.

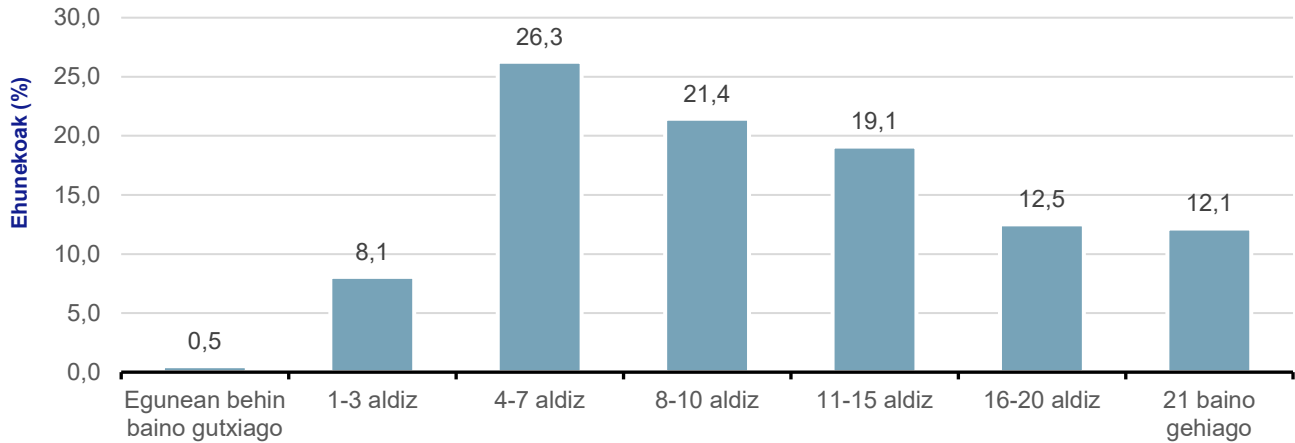
9. Imagen – Las cuentas que se siguen en Instagram



Fuente: Ikusiker Aplikazioa +

4.2. El tiempo que se le dedica a Instagram

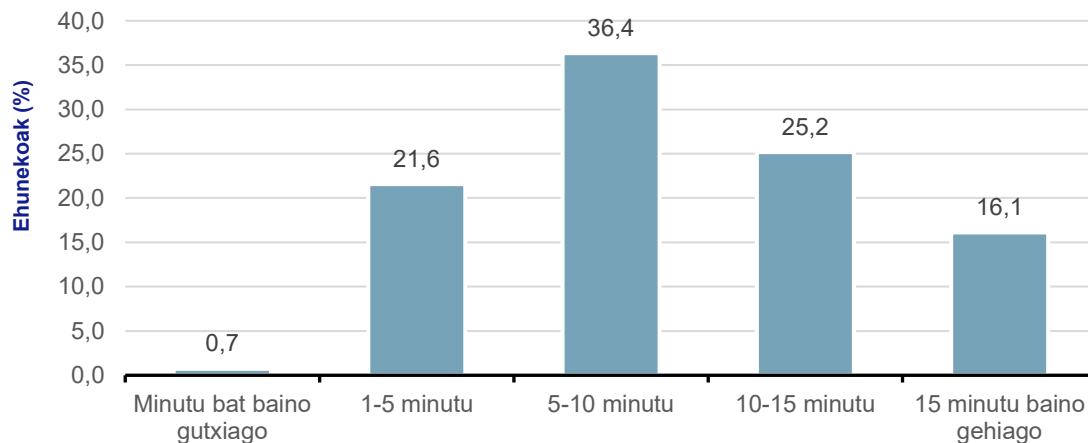
10. Imagen - ¿Cuántas veces al día te conectas a Instagram?



Fuente: Ikusiker Applika +

Cada vez que acceden a esta red social, el 41,3% pasa más de diez minutos en ella y el 36,5% entre 5 y 10. El 22,3 % suele estar cinco minutos o menos.

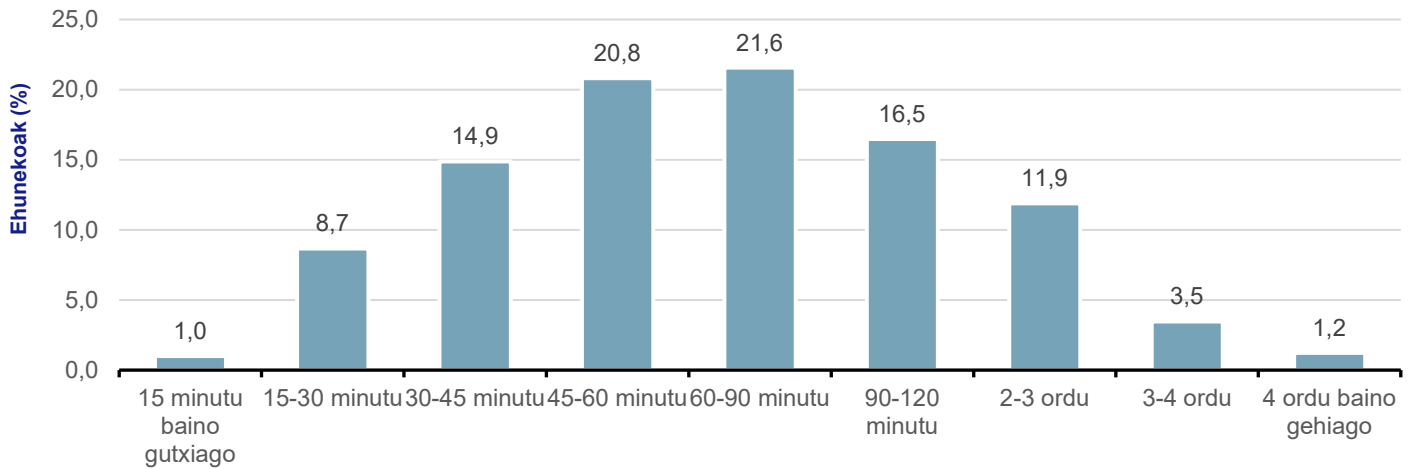
11. Imagen - ¿Cuánto tiempo sueles estar conectado cada vez que accedes a Instagram?



Fuentes: Ikusiker Applika +

Al pedir que valoren el tiempo que invierten en esta red social cada día, más de la mitad (54,6%) afirma que le dedica más de una hora y el 16,6% más de dos. En el otro extremo se sitúan aquellos/as que invierten menos de media hora al día al Instagram: el 9,7%.

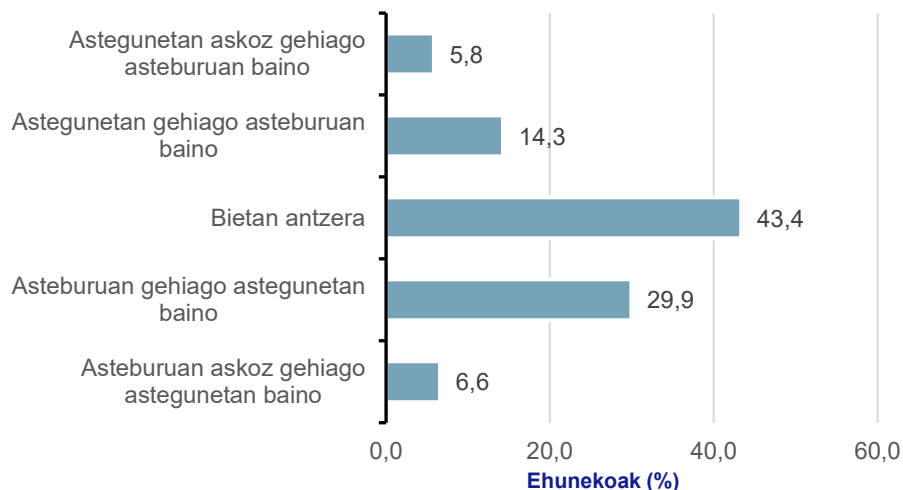
12. Imagen – Y, en total, ¿cuánto tiempo al día le dedicas?



Fuente: Ikusiker Applika +

A continuación, se ha preguntado a los/las encuestados si su uso de Instagram es mayor entre semana o los fines de semana. El 43,3% señala que pasa un tiempo similar en Instagram tanto los días laborables como los fines de semana, mientras que el 56,7% percibe alguna diferencia. El 36,5% afirma que dedica más tiempo a esta red social durante el fin de semana, de los cuales el 29,9% dice pasar "un poco más" de tiempo en Instagram y el 6,6% le dedica "mucho más" tiempo.

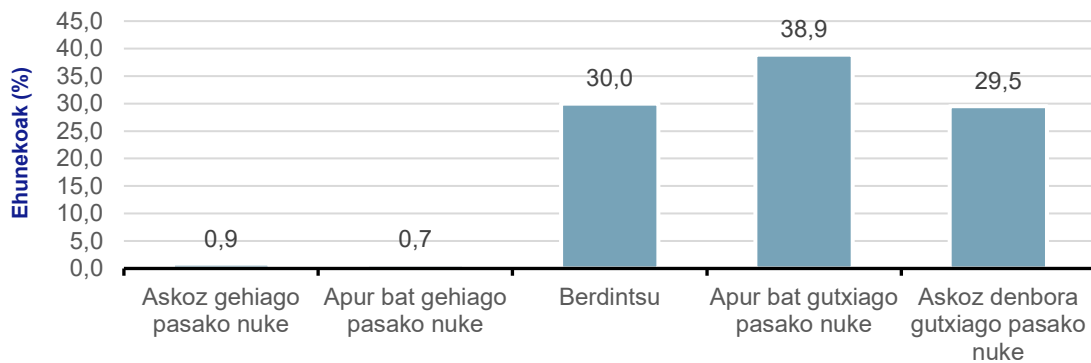
13. Imagen - ¿Cuándo utilizas más el Instagram: durante la semana o los fines semana?



Fuente: Ikusiker Applika +

A la hora de hacer una valoración del tiempo que pasan en Instagram, la mayoría (68,4%) afirma que le gustaría utilizar esta red social duante menos tiempo. Alrededor de un 30% dice estar conforme con su uso actual y casi nadie afirma que le gustaría utilizarla más (1,6%).

14. Imagen – Si fuese posible, ¿durante cuánto tiempo utilizarías Instagram?

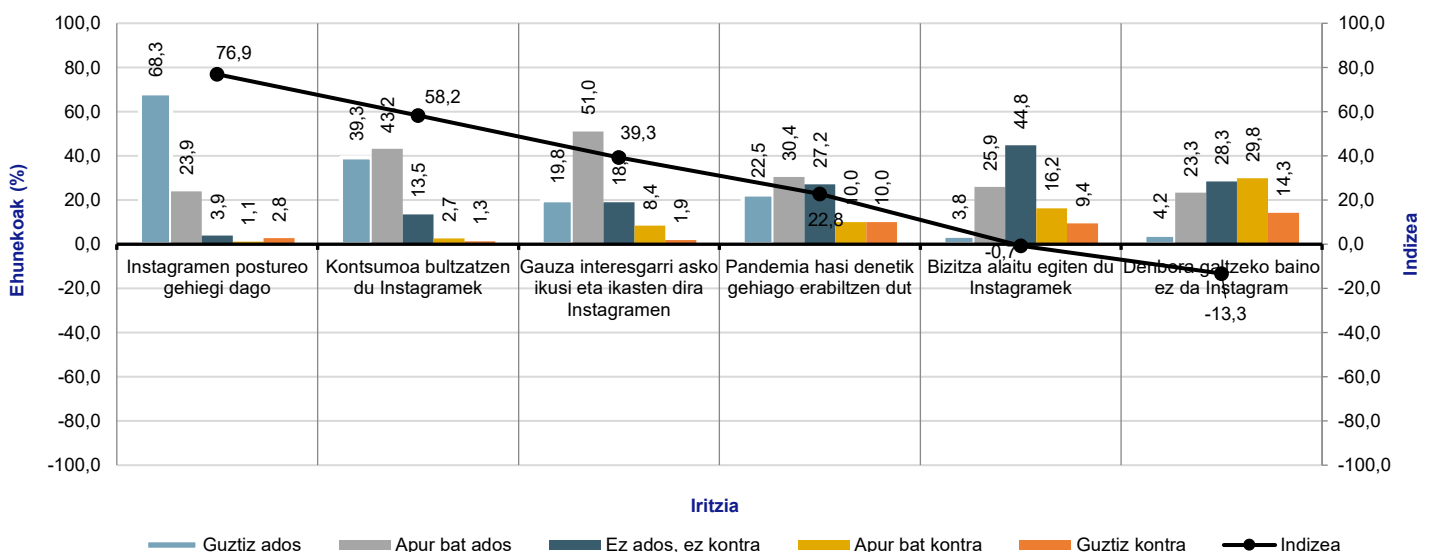


Fuente: Ikusiker Applika +

4.3. La opinión sobre Instagram

Para finalizar la encuesta, se han presentado unas afirmaciones sobre Instagram a los/las panelistas y se les ha pedido que se posicionen sobre ellas. Las dos afirmaciones más consensuadas son dos críticas a Instagram: "En Instagram hay demasiado postreo" (con un índice de 76,9) e "Instagram impulsa el consumo" (índice de 58,9). El 70,8% de los/las encuestados/as está algo o totalmente de acuerdo con que "se ven y se aprenden muchas cosas interesantes en Instagram". En relación con ello, las opiniones se ven muy divididas en otras dos afirmaciones: "Instagram alegra la vida" (29,7% de acuerdo y 25,6% en contra) e "Instagram es sólo para perder el tiempo" (27,6% de acuerdo y 44,1% en contra). Parece que hay pros y contras y que la valoración en torno a la red social es objeto de debate.

15. Imagen – La opinión sobre Instagram



Fuente: Ikusiker Applika +

En cualquier caso, el uso de Instagram parece haber aumentado desde el inicio de la pandemia: más de la mitad (52,9%) afirma que ahora pasa más tiempo en ella, aunque un 27,2% señala que lo usa de forma similar y un 19,9% que lo utiliza menos.

Cómo citar este informe:

Grupo de investigación NOR (2021). "Las redes sociales e Instagram". Informe num. 17 del Panel de universidad de Ikusiker. Enero de 2021. Proyecto de investigación Applika (US17/40). UPV/EHU. <http://www.ikusiker.eus>