



## **REDES SOCIALES: YOUTUBE**

---

**Informe N° 16**  
**Marzo de 2021**

## **REDES SOCIALES: YOUTUBE**

---

Durante este mes, se ha preguntado a los/las alumnos/as de la UPV/EHU y de la Universidad Pública de Navarra (UPNA) que componen el Panel Ikusiker acerca de varios temas: por un lado dónde, cuándo y cómo han visto el último contenido audiovisuales que hayan visto y por otro lado el uso y consumo que hacen de Youtube. En este informe se recogen dichos datos.

### **1. Notas sobre la metodología**

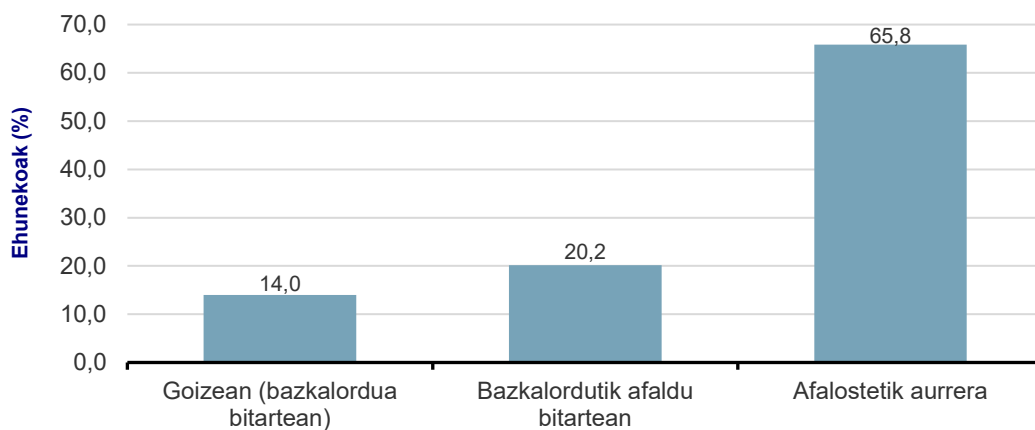
En el momento de la realización de este estudio, el Panel Ikusiker ha contado con más de mil alumnos/as de la UPV/EHU y de la Universidad Pública de Navarra (UPNA). Dichos estudiantes responden con frecuencia y de forma permanente a los cuestionarios online acerca de su consumo de contenidos audiovisuales y el uso que realizan de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación). El panel se creó en el curso académico 2018-2019 dentro del proyecto de investigación llamado Applika (US17/40), que impulsado por el grupo de investigación NOR de la UPV/EHU y la EITB, cuenta ya con universitarios/as de tres campus que cursan diferentes estudios.

En este informe se muestran las respuestas obtenidas de los cuestionarios realizados en los días comprendidos entre el 23 y el 26 de marzo de 2021. Los datos recogidos tratan del último contenido audiovisual que hayan visto antes de hacer el cuestionario y del uso que hacen de Youtube. Para ello, se han contabilizado un total de 854 cuestionarios, aquellos que los/las estudiantes han finalizado y no se han repetido.

## 2. Los últimos contenidos que han consumido

La mayoría de los/las encuestados/as (el 65,8%) ha consumido su último contenido audiovisual después de la hora de cenar. Quienes lo han hecho durante la mañana son el 14% y aquellos/as que lo han hecho entre la hora de comer y cenar, el 20,2%.

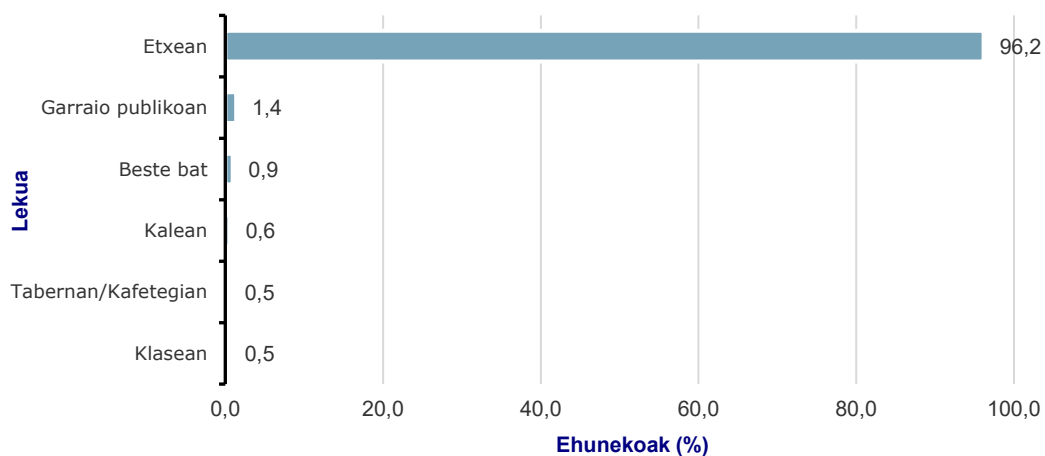
### 1. Imagen – ¿A qué hora consumiste el último vídeo o programa?



Fuente: Ikusiker Applika +

El 96,2% de ellos/as dice haber consumido dicho contenido en casa, mientras que quienes lo han hecho en otros sitios son una minoría.

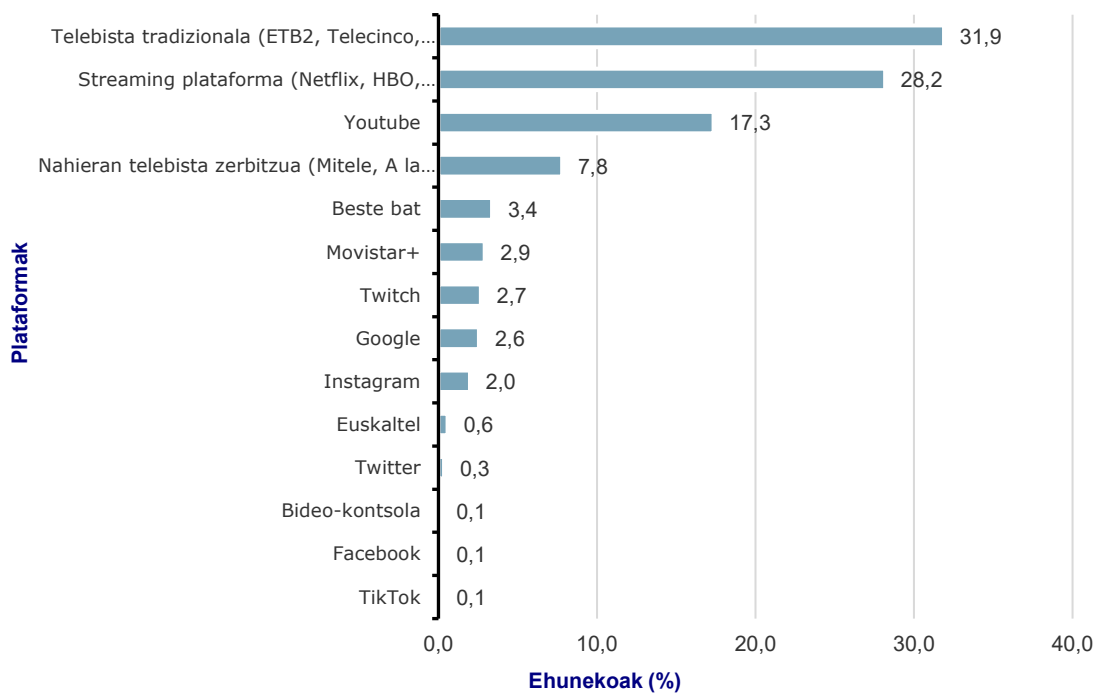
### 2. Imagen – ¿Dónde estabas cuando consumiste ese contenido?



Fuente: Ikusiker Applika +

Al preguntarles sobre el soporte o medio utilizado para el visionado, es la televisión tradicional la que ha cobrado más fuerza, ya que el 31,9% la ha elegido. Las plataformas streaming le siguen con el 28,2% de las respuestas, junto con Youtube, elegido por el 17,3%. Las demás opciones cuentan con un porcentaje de voto más bajo: los servicios bajo demanda, el 7,8%; Movistar +, el 2,9%; Twitch, el 2,7%; Google, el 2,6%; Instagram, el 2%.

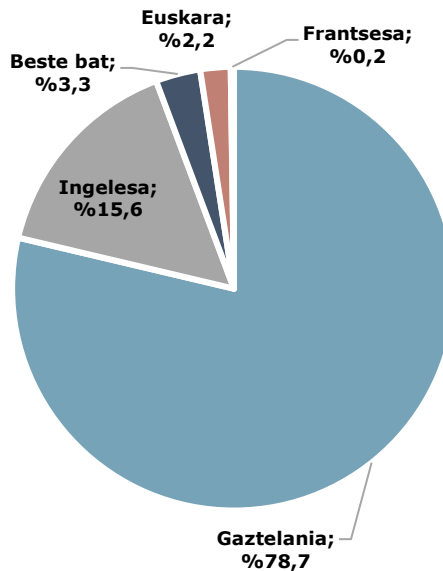
3. Imagen – ¿En qué plataforma consumiste el vídeo, programa, reel, story u otro tipo de contenido que has mencionado?



Fuente: Ikusiker Applika +

En cuanto al idioma de dicho contenido, casi ocho de cada diez (el 78,7%) dice haberlo consumido en castellano, mientras que el 15,6% lo ha hecho en inglés. Quienes han utilizado el euskera son solamente el 2,2%.

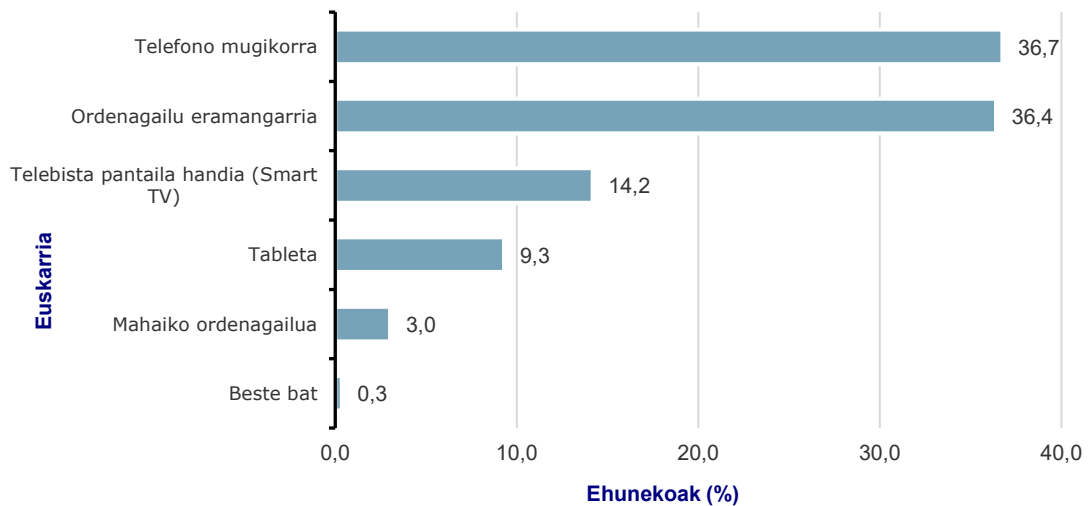
4. Imagen – ¿En qué idioma consumiste ese contenido?



Fuente: Ikusiker Applika +

En general, son dos los soportes que se utilizan para ver esos contenidos: el teléfono móvil (36,7%) y el ordenador portátil (36,4%). Les siguen la smart TV con un 14,2% y la tablet con un 9,3%.

5. Imagen – En general, ¿cuál es el soporte que más utilizas para ver vídeos o programas?

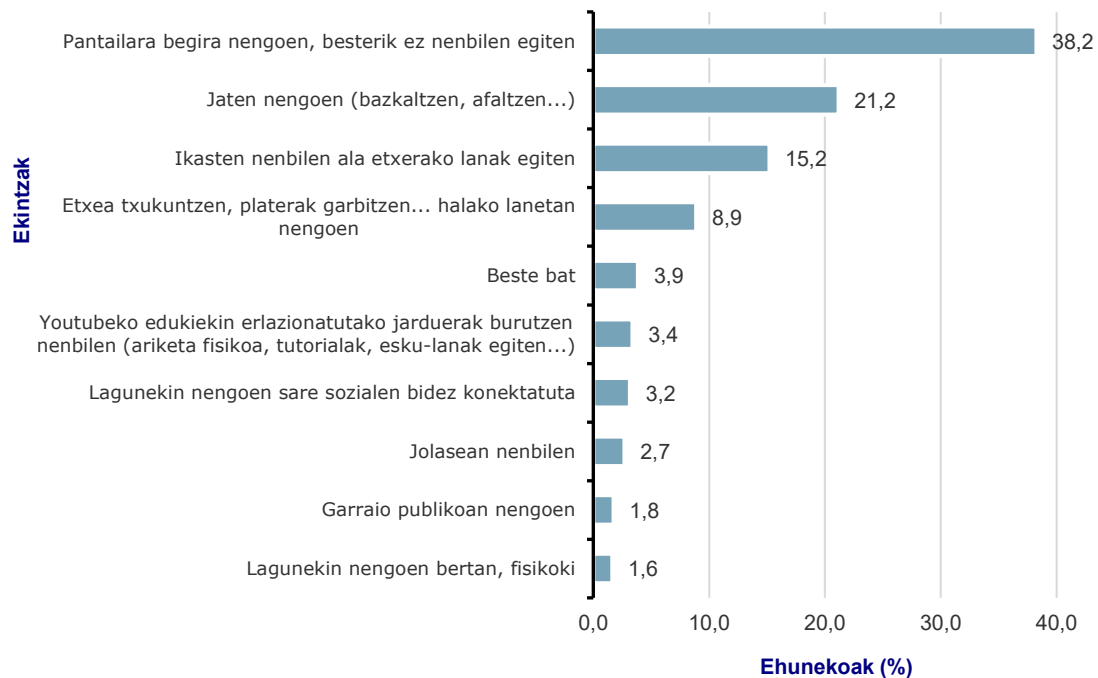


Fuente: Ikusiker Applika +

### 3. Youtube

De igual modo, también se han hecho varias preguntas relacionadas con el último contenido que los/las jóvenes han consumido en Youtube. Antes de empezar, se ha querido saber qué estaban haciendo los/las encuestados/as mientras utilizaban Youtube. La mayoría de ellos/as (el 38,2%) dice haber estado mirando a la pantalla, sin hacer nada más que estar conectados a esta red social. Sin embargo, casi seis de cada diez ha admitido haber estado realizando otra actividad mientras consumía los contenidos: el 21,2% afirma haber estado comiendo, el 15,2% estudiando o haciendo las tareas y el 8,9% haciendo las labores de casa.

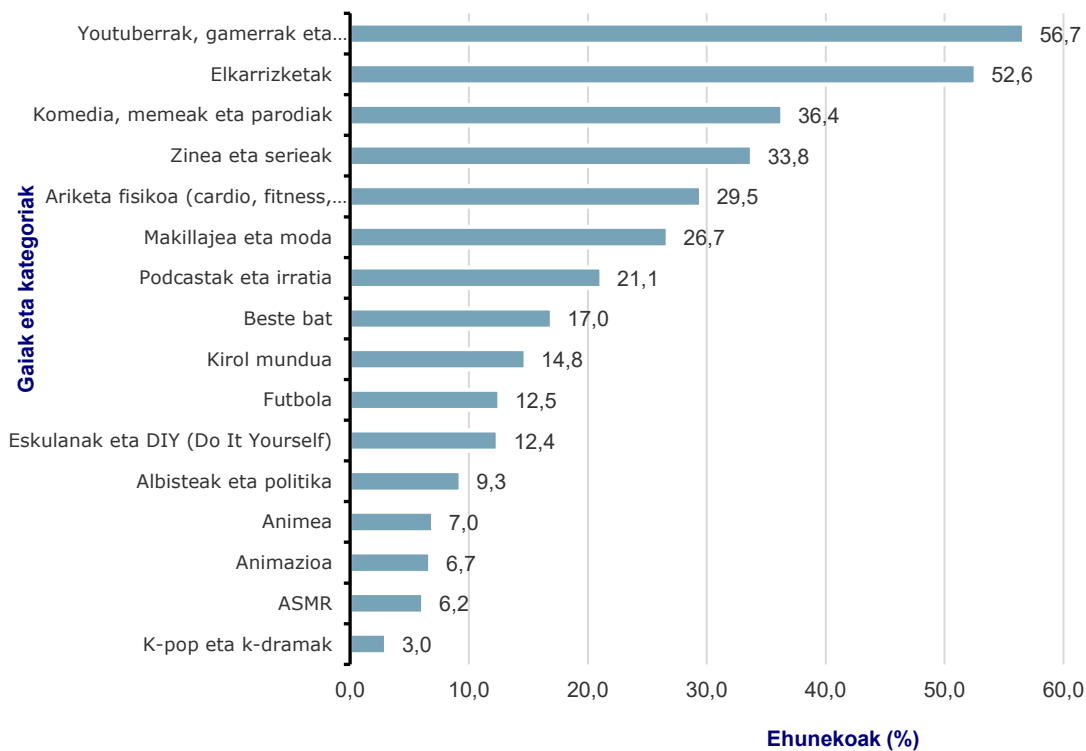
### 6. Imagen – ¿Qué estabas haciendo mientras estabas en Youtube?



Fuente: Ikusiker Applika +

Más de la mitad de los/las encuestados/as ha elegido los contenidos que suelen ser los más populares en Youtube como sus favoritos: “youtubers, gamers y vloggers” y “entrevistas”, con un 56,7% y un 52,6%, respectivamente. Les siguen las categorías “comedia, memes y parodias” (36,4%), “cine y series” (33,8%), “ejercicio físico” (29,5%), “maquillaje y moda” (21,1%) y “potcasts y radio” (21,1%). Las demás categorías planteadas no recogen más de un quinto de las respuestas.

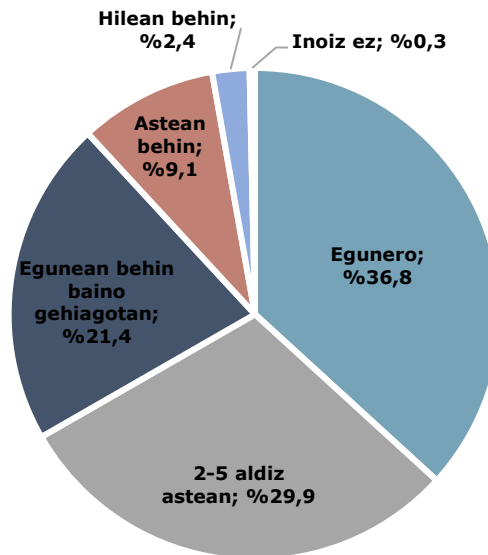
7. Imagen – ¿Cuáles son las categorías o temas que más te gustan en Youtube?



Fuente: Ikusiker Applika +

Casi nueve de cada diez de aquellos/as que han respondido a la pregunta sobre la frecuencia de uso utiliza Youtube más de una vez por semana. De igual modo, el 58,2% afirma que lo utiliza al menos una vez al día: el 36,8% todos los días y el 21,4% más de una vez.

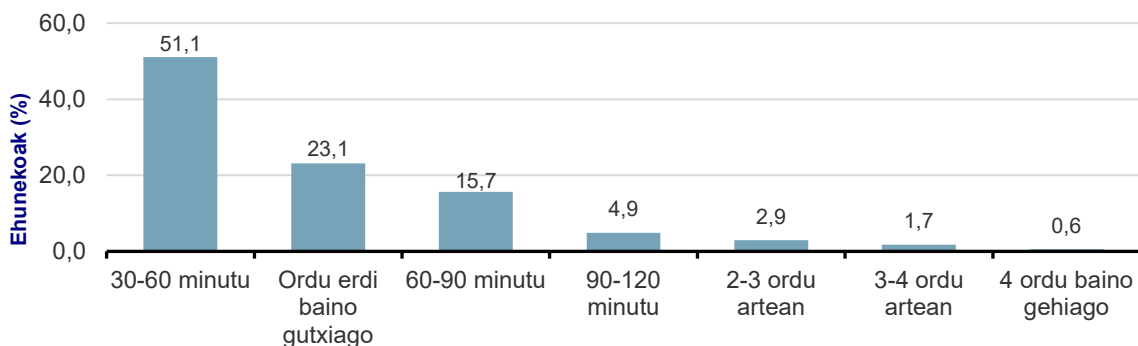
8. Imagen – ¿Con qué frecuencia utilizas Youtube?



Fuente: Ikusiker Applika +

En cuanto al tiempo al que le dedican, tres cuartos de los/las encuestados/as dice pasar una hora o menos en Youtube: el 51,1% entre 30 y 60 minutos y el 23,1% se sitúa en consumos de menos de media hora.

9. Imagen – En general, cuando te conectas ¿cuánto tiempo sueles pasar en Youtube?

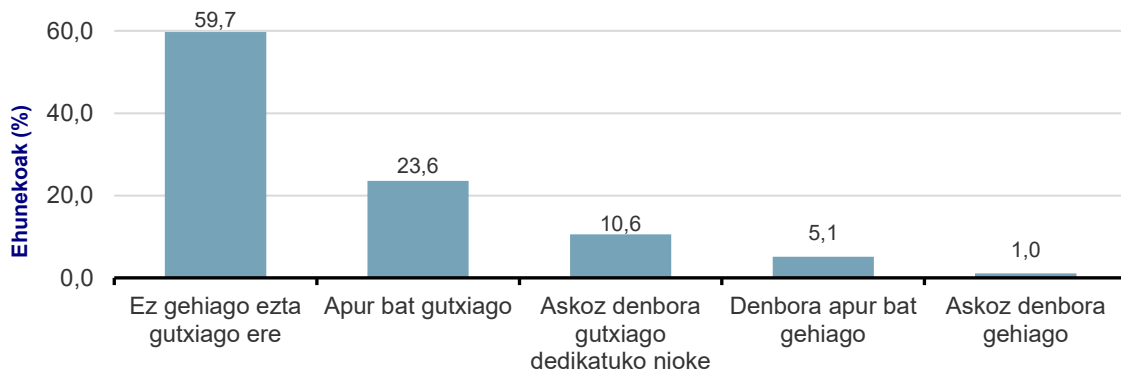


Fuente: Ikusiker Applika +



La mayoría de los/las jóvenes se sienten cómodos/as con el tiempo al que dedican a esta red social, ya que el 59,7% afirma que no pasaría ni más ni menos tiempo en Youtube. Sin embargo, un tercio dice que le dedicaría menos tiempo: el 23,6% “algo menos” y el 10,6% “mucho menos”.

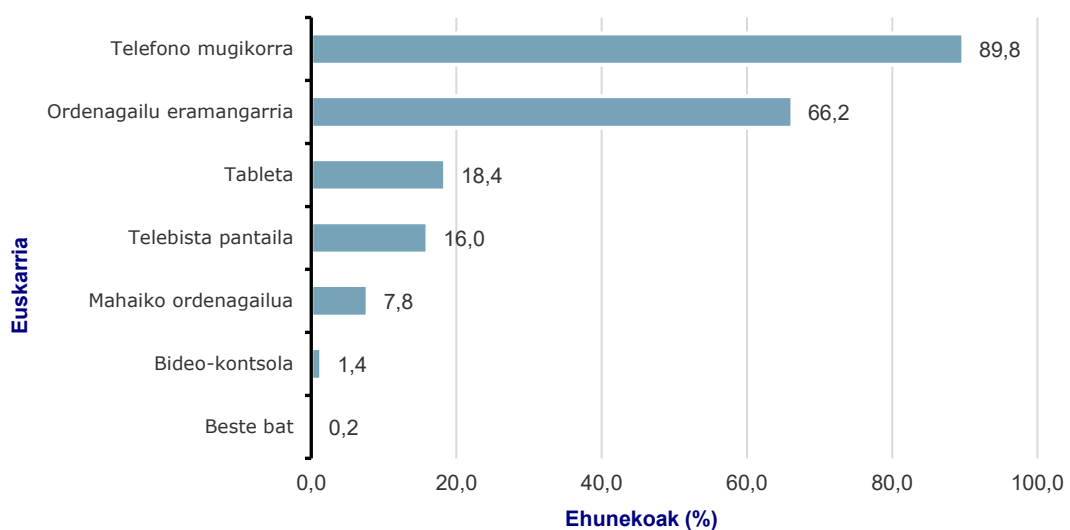
10. Imagen – Si tuviese la oportunidad, ¿dedicarías más o menos tiempo a Youtube?



Fuente: Ikusiker Applika +

En cuanto al soporte utilizado para acceder a Youtube, el 89,8% nombra el teléfono móvil y dos tercios (66,2%) el ordenador portátil. Los demás soportes no acumulan más del 20% de las respuestas: la tablet llega al 18,4%, la televisión al 16%, el ordenador de mesa al 7,8% y la videoconsola al 1,4%.

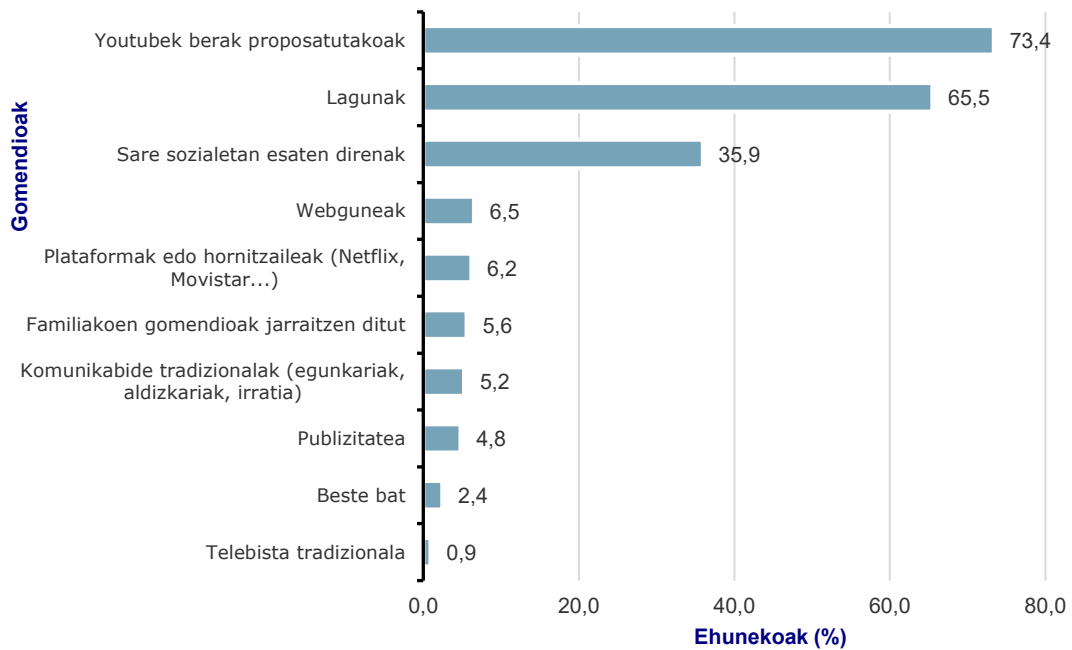
11. Imagen – ¿Qué soporte utilizas para acceder a Youtube? Respuesta múltiple



Fuente: Ikusiker Applika +

A la hora de elegir el contenido que consumen en Youtube, un 73,4% afirma que las recomendaciones las recibe por medio de la plataforma, un 65,5% recurre a los contenidos que sus amigos/as le aconsejan y el 35,9% menciona las redes sociales como medio para obtener dichas recomendaciones. Las demás vías que se mencionan (webs, plataformas o proveedores, familia, medios de comunicación tradicionales, publicidad y la televisión tradicional) no llegan a abarcar más del 7% de los votos.

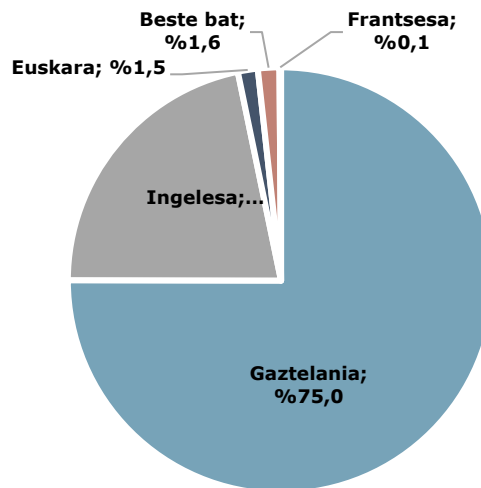
12. Imagen – A la hora de elegir qué contenidos ver en Youtube, ¿de dónde obtienes las recomendaciones? Respuesta múltiple



Fuente: Ikusiker Applika +

El idioma que más se utiliza en los vídeos, en el caso del 75% de los/las encuestados/as, es el castellano. Casi el 15% de los/las restantes menciona el inglés, mientras que sólo el 1,5% recurre al euskera, y un 1,7% al francés u a otro idioma.

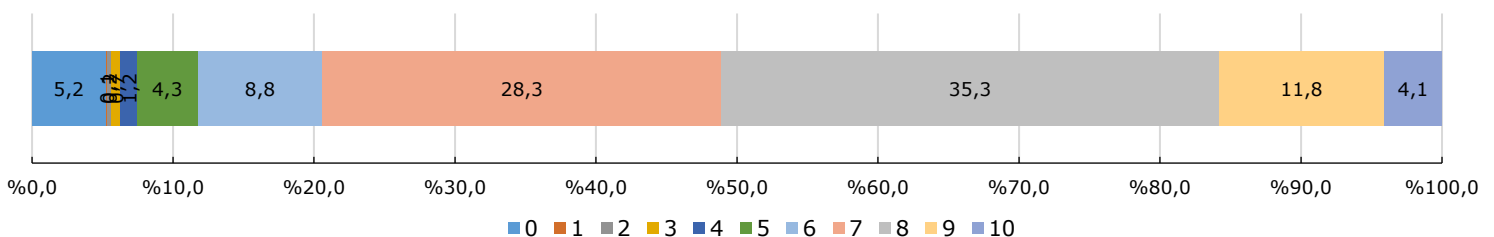
13. Imagen – ¿Cuál es el idioma de los vídeos que consumes en Youtube?



Fuente: Ikusiker Applika +

A la hora de valorar Youtube, los/las estudiantes lo hacen con una nota media de 7,1, en una escala de 0 a 10. Casi dos tercios le dan una puntuación de entre 7 y 8.

14. Imagen – Si tuvieses que hacer una valoración de Youtube, ¿qué puntuación le darías?



Fuente: Ikusiker Applika +

**Cómo citar este informe:**

Grupo de investigación NOR (2021). “Redes sociales: Youtube”. Informe num. 19 del Panel de universidad de Ikusiker. Marzo de 2021. Proyecto de investigación Applika (US17/40). UPV/EHU. <http://www.ikusiker.eus>

