



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

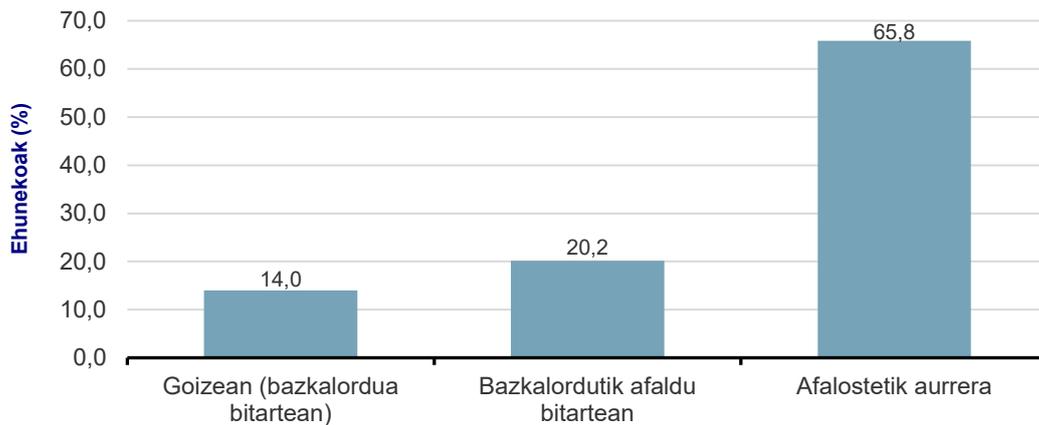
En el momento de la realización de este estudio, el Panel Ikusiker ha contado con más de mil alumnos/as de la UPV/EHU y de la Universidad Pública de Navarra (UPNA). Dichos estudiantes responden con frecuencia y de forma permanente a los cuestionarios online acerca de su consumo de contenidos audiovisuales 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%.

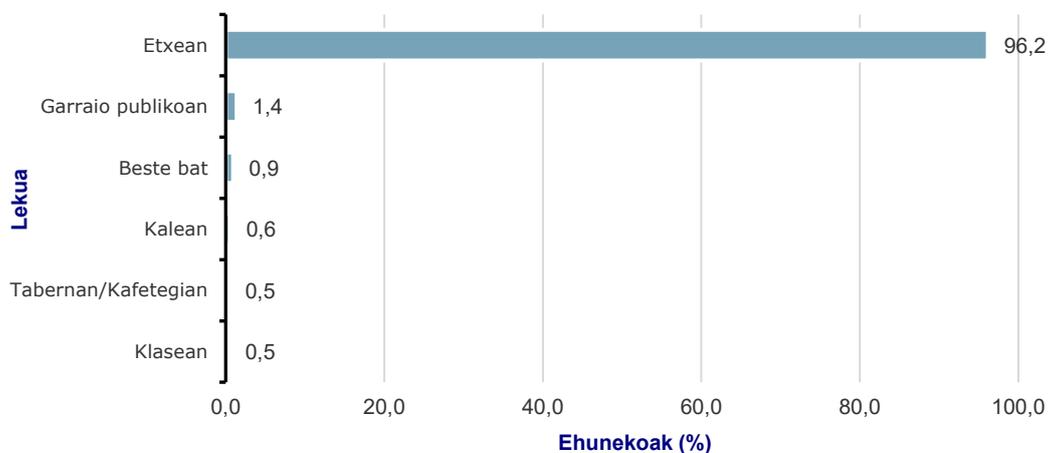
1. Imagen – ¿A qué hora consumiste el último vídeo o programa?



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.

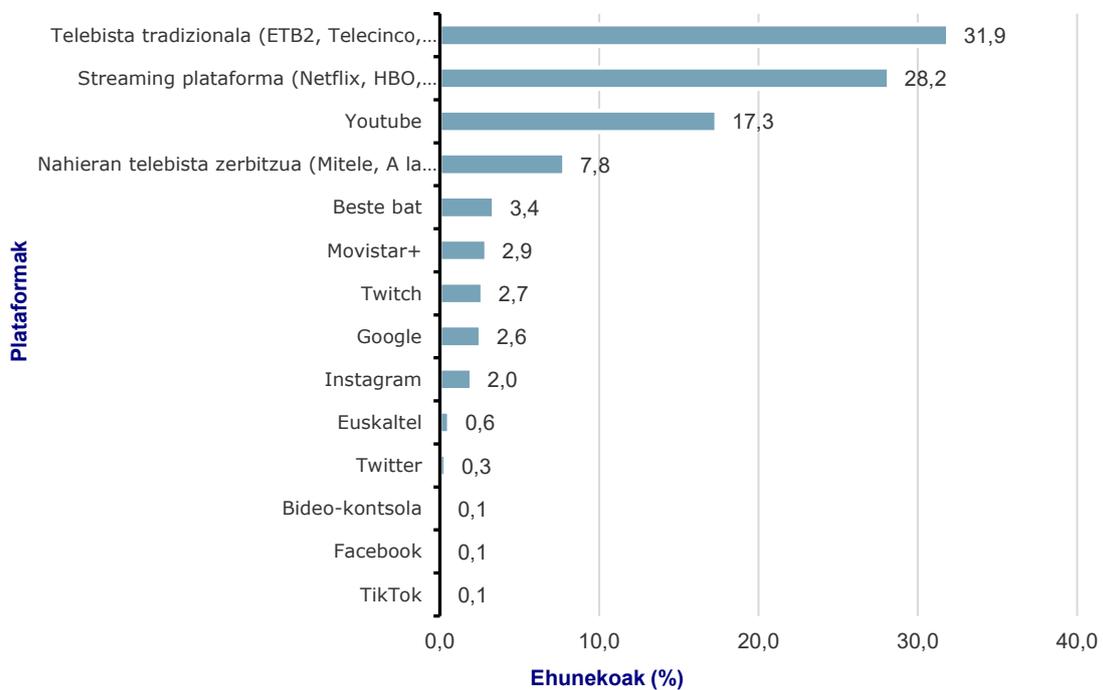
2. Imagen – ¿Dónde estabas cuando consumiste ese contenido?



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%.

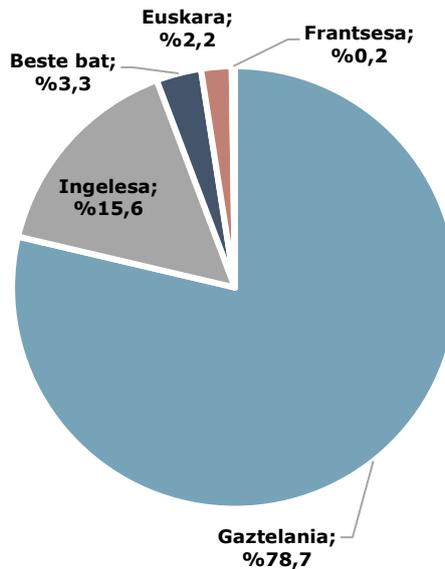
3. Imagen – ¿En qué plataforma consumiste el vídeo, programa, reel, story u otro tipo de contenido que has mencionado?



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%.

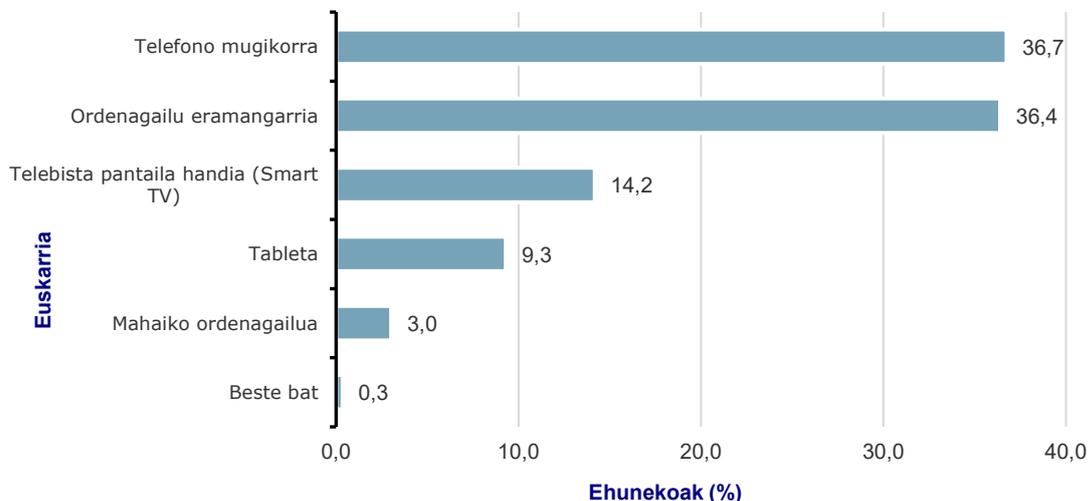
4. Imagen – ¿En qué idioma consumiste ese contenido?



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?

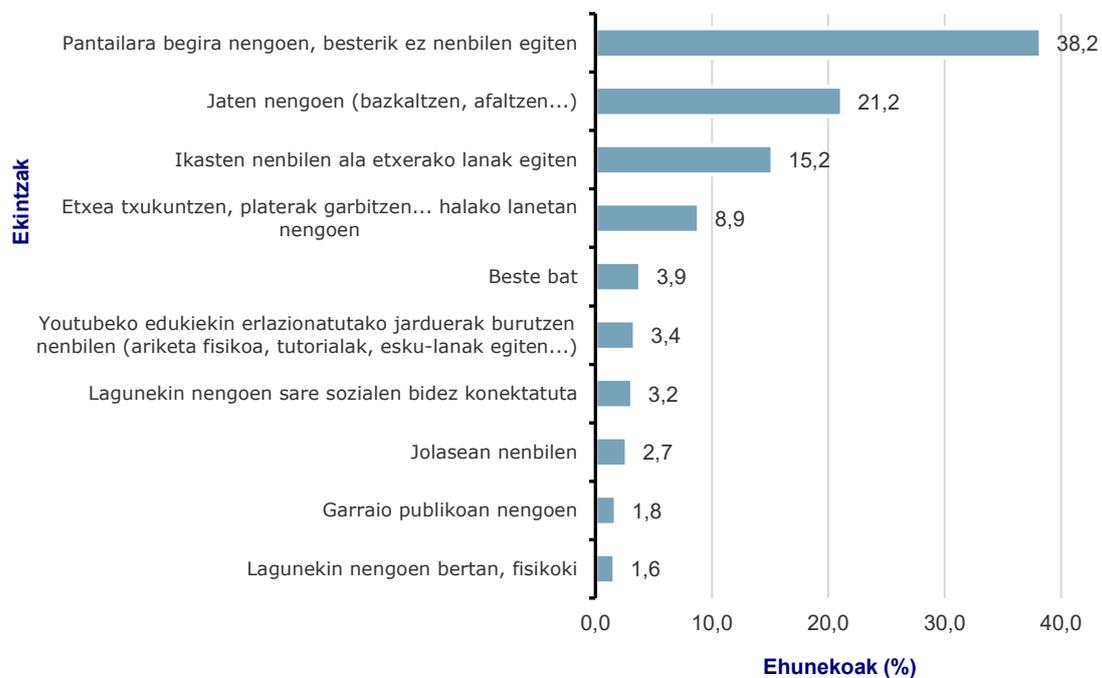


Fuente: Ikusiker Applika +

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.

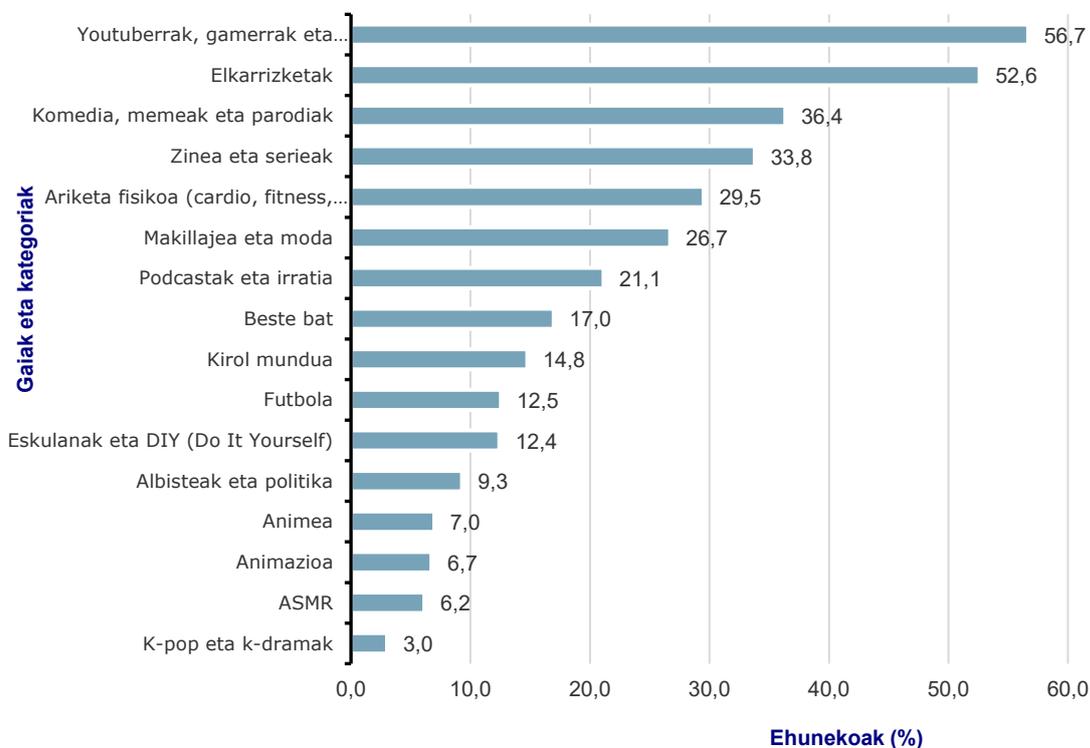
6. Imagen – ¿Qué estabas haciendo mientras estabas en Youtube?



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.

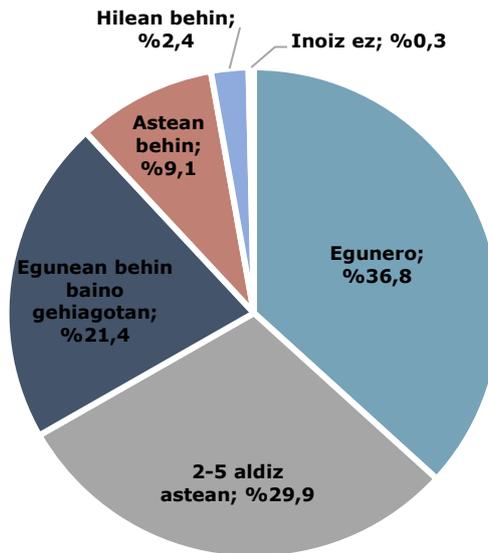
7. Imagen – ¿Cuáles son las categorías o temas que más te gustan en Youtube?



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.

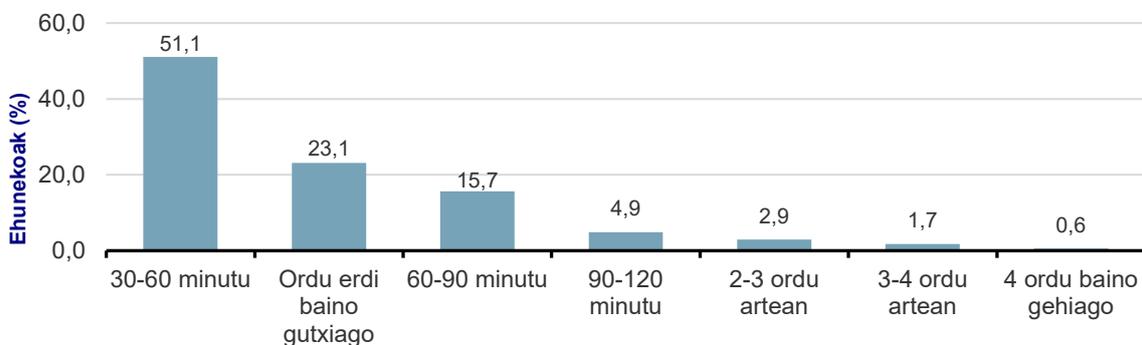
8. Imagen – ¿Con qué frecuencia utilizas Youtube?



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.

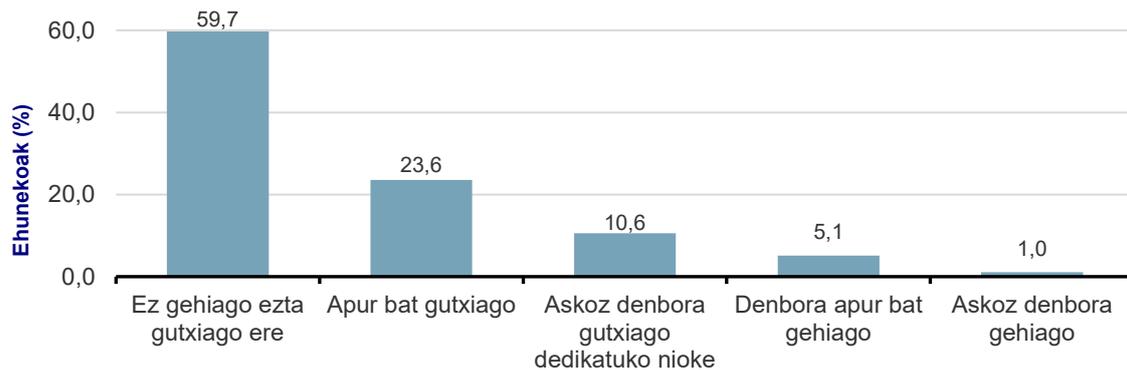
9. Imagen – En general, cuando te conectas ¿cuánto tiempo sueles pasar en Youtube?



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”.

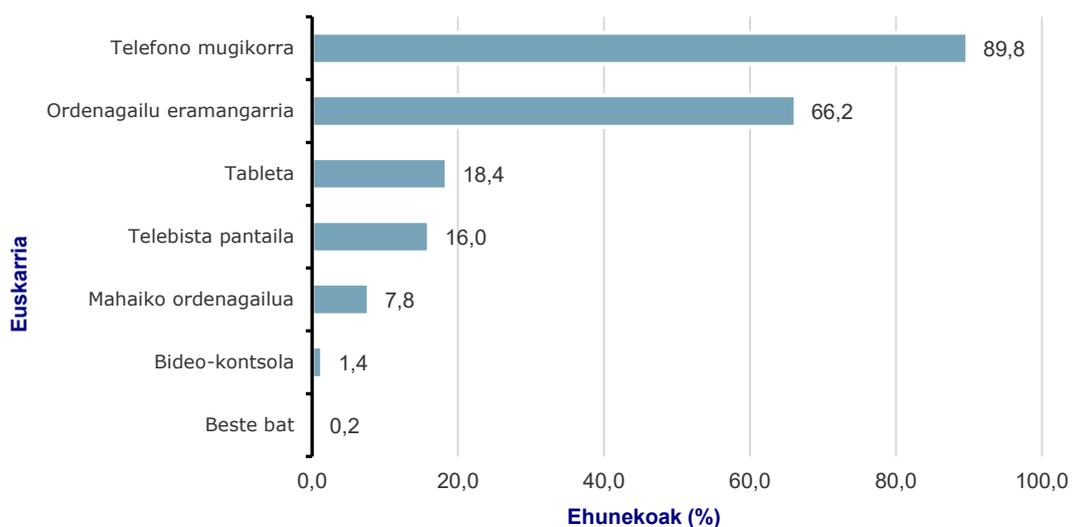
10. Imagen – Si tuviese la oportunidad, ¿dedicarías más o menos tiempo a Youtube?



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%.

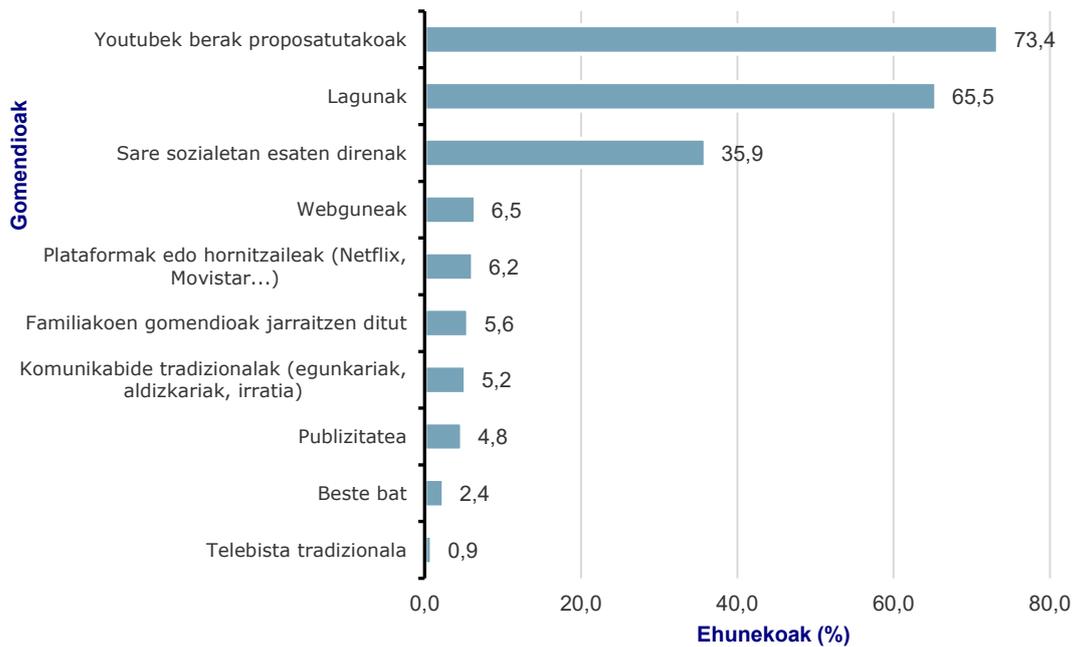
11. Imagen – ¿Qué soporte utilizas para acceder a Youtube? Respuesta múltiple



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.

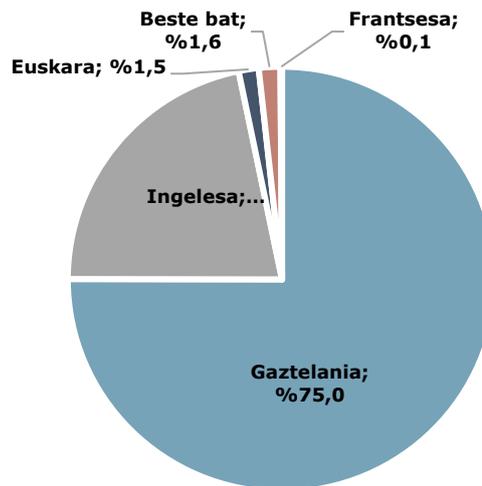
12. Imagen – A la hora de elegir qué contenidos ver en Youtube, ¿de dónde obtienes las recomendaciones? Respuesta múltiple



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.

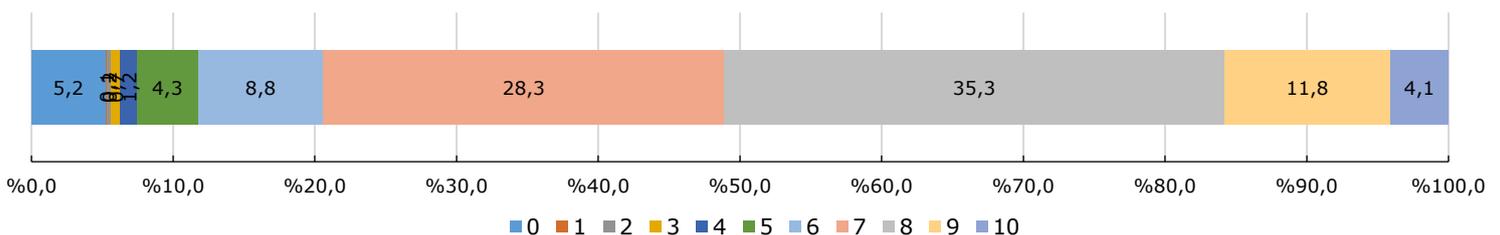
13. Imagen – ¿Cuál es el idioma de los vídeos que consumes en Youtube?



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>

