



Universidad
del País Vasco Central Hermita
Unibertsitate

CONSUMO AUDIOVISUAL EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES

2. Informe

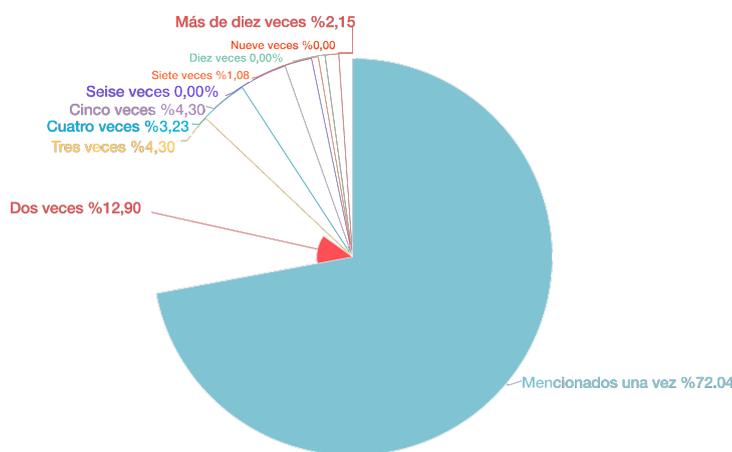
Abril del 2019

CONSUMO AUDIOVISUAL EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES

1. Últimos productos vistos en Internet y las redes sociales

Los encuestados han mencionado 298 productos diferentes. En el caso del consumo televisivo el número ha sido de 133 (informe anterior). Este dato muestra que en la red la variedad de consumo es mayor.

1. Imagen - Menciones de productos:

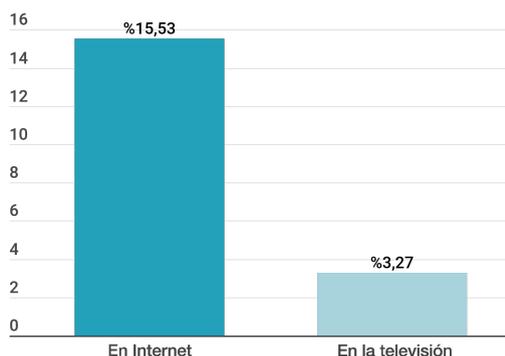


Fuente: Ikusiker

Al ser la red un espacio de amplia oferta, un gran porcentaje de los productos (72,04%) no se nombran más de una vez.

La Resistencia ha sido el producto más repetido entre los estudiantes, con la suma del 15,53% de las respuestas. Se podría decir que este es un caso especial. Al investigar el consumo en televisión este programa ha obtenido únicamente el 3,27% de las respuestas. Esto aclara que hay mayor tendencia en Internet y las redes sociales hacia este producto.

2. Imagen - Consumo de La Resistencia en Internet y en la televisión:

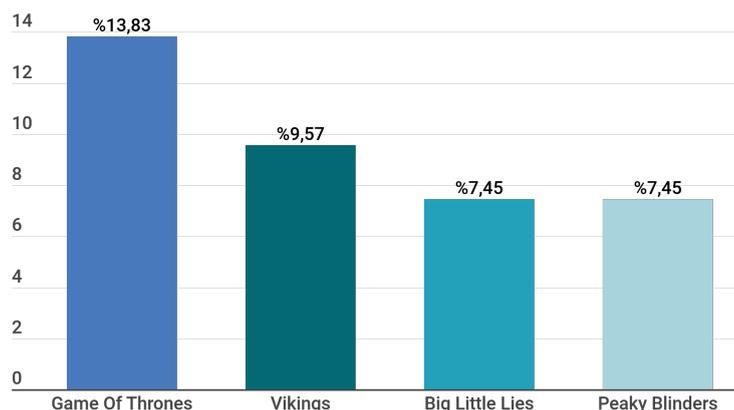


Fuente: Ikusiker

Es de subrayar que algunos de los productos son definidos por su género. Es decir, al preguntarles por lo último que han visto en Internet y en las redes sociales por ejemplo, los encuestados responden que "videos" y "música".

El género más importante en la nube es la Ficción. El 31,54% de los productos nombrados son series y el 6,08% películas.

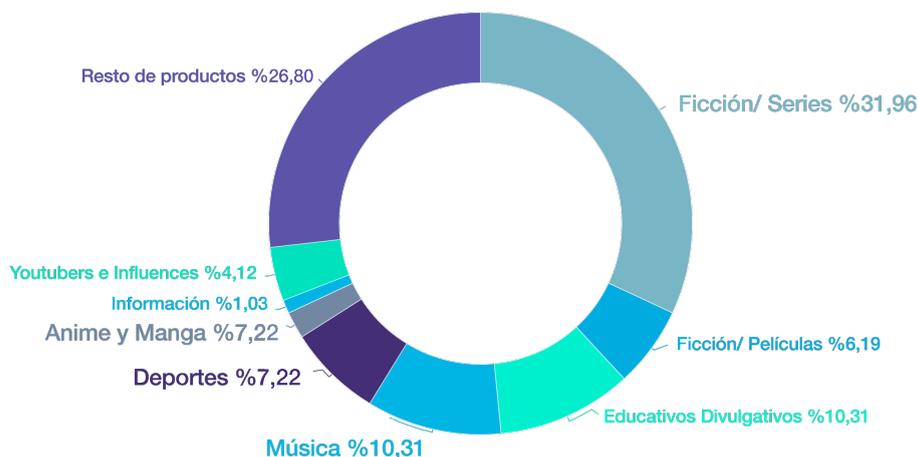
3. Imagen - Productos que predoniman en el genero ficción:



Fuente: Ikusiker

Entre las películas solo se repite una, Budapest. Todas las demás son diferentes.

4. Imagen - Productos que predoniman en el genero ficción:



Fuente: Ikusiker

El 10,40% de los participantes ha elegido el género educativo divulgativo. El 10,07% el de música y el 2,68% el anime o manga.

Entre los géneros hemos añadido la alternativa de "resto de los productos" (26,80% de los contenidos), donde se agrupan aquellos productos que son difíciles de clasificar. Una de las razones es que a la hora de escribir el título de lo visto algunos de los participantes han escrito la plataforma en vez del contenido. Esta es una de las razones

razones para que la clasificación resulte difícil.

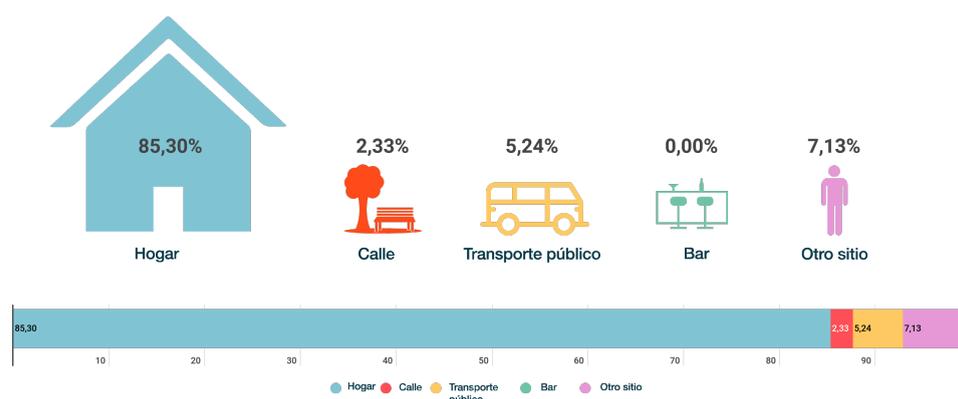
Los productos consumidos en euskera han sido el 4,03%. Estos son casi todos los mismos productos nombrados en la encuesta del consumo televisivo: Ur Handitan, Herri Txiki, Gure Kasa, remo, ciclismo y Brinkola. Ur Handitan ha obtenido el 0,87% de la audiencia de los participantes. El resto solo ha sido señalado una vez.

Los productos repetidos bien en televisión bien en la red son estos:

- 1 - El Conquis
- 2 - GH
- 3 - Champions
- 4 - Ur Handitan
- 5 - La Resistencia

2. Sitios en los que se han visto los productos

5. Imagen - Espacios utilizados para ver los productos:



Fuente: Ikusiker

La mayoría de los panelistas (85,30%) ha elegido el hogar para su consumo audiovisual. El transporte público ha sido otra de las opciones, el 5,24% lo ha elegido. Por otro lado, algunos de los participantes han escogido la calle como lugar para consumir algún producto audiovisual, estos son el 2,33% de los participantes.

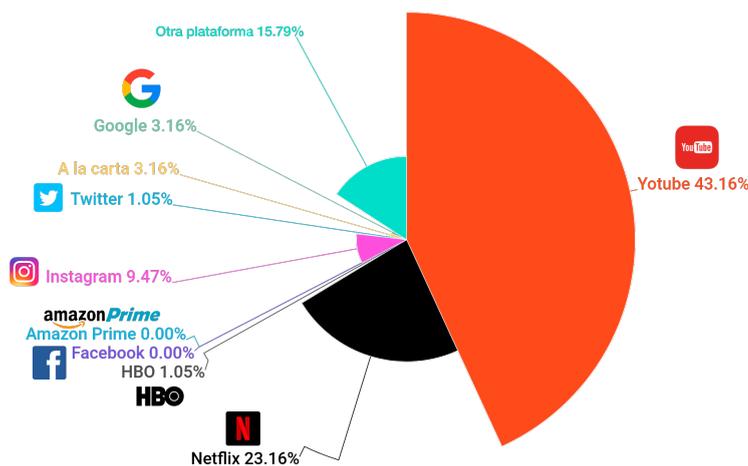
El 7,13% en cambio, ha elegido la opción de otro sitio. Esos sitios son los siguientes:

- 1 - La academia
- 2 - La casa de un amigo
- 3 - Clase
- 4 - Gazteleku
- 5 - Biblioteca
- 6 - Local
- 7 - Residencia estudiantil
- 8 - Universidad

Que los estudiantes hayan escogido estos espacios muestra que el consumo audiovisual entre los jóvenes está unido a la distracción.

3. Plataformas utilizadas

6. Imagen - Plataformas elegidas:

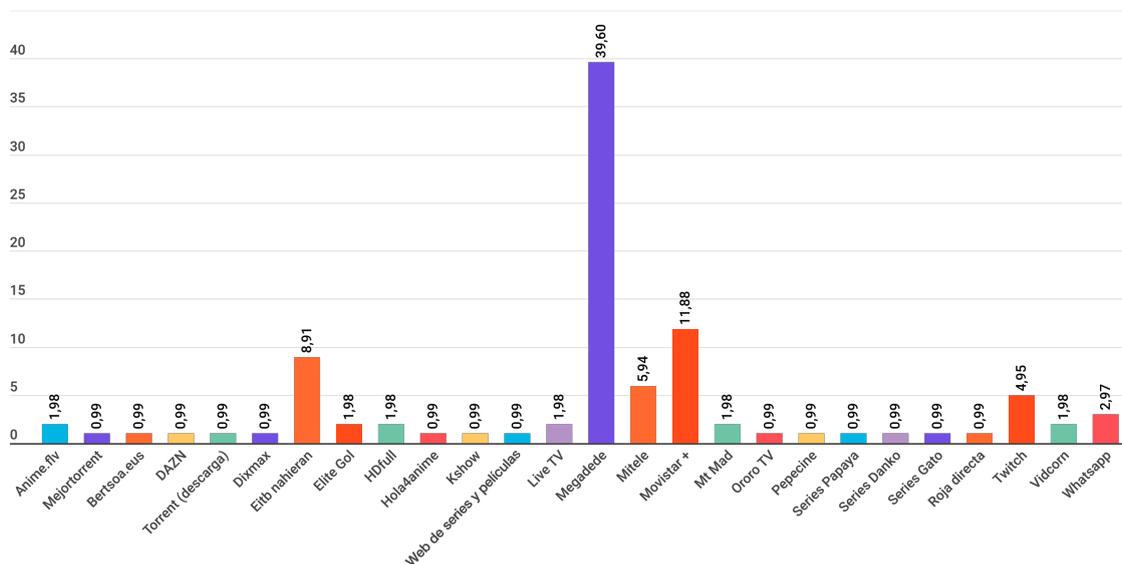


Fuente: Ikusiker

Los datos muestran que la plataforma más elegida es Youtube. El 43,16% de los participantes han elegido este espacio. La siguiente opción más mencionada es Netflix, el 23,16% dice haberla utilizado. El 9,47% en cambio opta por Instagram, la red social que cada vez tiene mayor importancia. Los datos de Facebook por el contrario señalan su decadencia.

Según el gráfico el 15,79% de los encuestados ha elegido otras plataformas.

7. Imagen - Plataformas elegidas:



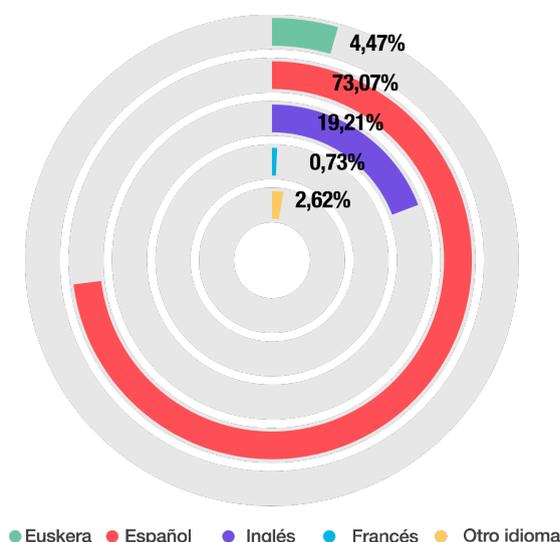
Fuente: Ikusiker

Entre estas otras plataformas destaca Megadede. El 39,60% de los que han elegido la opción de otra plataforma eligen esta página. La ficción es el género que prevalece en esta. Es un espacio pirata, sin necesidad de pagar. Las siguientes plataformas más elegidas son Movistar+, elegido por el 11,88% y Eitb Nahieran, escogido por el 8,91%.

La mayoría de los espacios nombrados son sitios piratas. MejorTorrent, Torrent, Megadede, Pepecine, Series Papaya, Series Danko o Series Gato son ejemplos de ello.

4. Idioma elegido

8. Imagen - Idiomas Utilizados:



Fuente: Ikusiker

El idioma con mayor fuerza es el español, el 73,07% ha elegido los productos en este lenguaje. La siguiente elección con mayor fuerza es el inglés, el 19,21% de los panelistas así lo señala. El euskera en cambio solo ha obtenido el apoyo del 4,37%.

Es de subrayar el hecho de que se utilice más el inglés que el euskera. También es verdad que en las plataformas nombradas apenas hay productos en este idioma. En general la oferta de productos no es muy amplia.

Netflix, HBO o Amazon Prime son plataformas que cada vez se utilizan más. La gente opta por ver los productos que estos espacios ofrecen. Además, la tendencia de ver los contenidos en los idiomas originales está creciendo, esta puede ser la razón del porcentaje que ha obtenido el inglés.

Por otro lado, algunos de los participantes dicen haber escogido otros idiomas (2,62%). El 0,29% ha consumido en italiano, el 0,44% en coreano, el 0,73% en japonés,

el 0,15% en gaélico y el 0,15% en catalán. Además el 0,29% ha visto productos mudos, sin sonido.

Aquellos que han optado por el coreano o japonés, han consumido el género manga o anime.