

ikusiker



**Bigarren hezkuntzako eta
unibertsitateko ikasleen
ikus-entzunezkoen kontsumoa
eta IKTen erabilera**

IKUSIKER PANELA 2020-2021

2021eko uztaila



FITXA TEKNIKOA

Ikusiker Panelak Euskal Autonomia Erkidegoko eta Nafarroako gazteek daukaten ikus-entzunezkoen kontsumoa eta Informazio eta Komunikazio Teknologien (IKT), erabilera aztertzea du helburu.

Bi komunitate autonomo hauetako bigarren hezkuntzako (BH) eta unibertsitateko ikasleek osatzen dute panela. Lehenean 11-18 urte bitartekoak daude eta, bigarren multzoan, unibertsitatekoak, 18-23 urte bitartekoak.

Ikerketan parte hartu duten gazteen kopurua, batez beste, 2.523koa da (2.924 erantzun gehieneko inkestan eta 1.722 baxuenean). Batez beste, bigarren hezkuntzako 1.651 eta unibertsitateko 872 ikasleek erantzun dituzte luzatu zaizkien galde-sortak.

Euskal Herriko Unibertsitateko (UPV/EHU) eta Nafarroako Unibertsitate Publikoko (NUP) ikasleei whatsappez bidali zaizkie galde-sortak, Aztiker ikerketa-zentroaren laguntzarekin. Bigarren hezkuntzako 7 zentroei dagokionez (Mungiagoko Larramendi ikastola, Santo Tomas Lizeoa eta Tafallako Garcés de los Fayos ikastola eta Iruñeko Biurdana BHI, Eibarko BHI, Gasteizko Mendebaldea BHI eta Bilboko Solokoetxe BHI) haien IKT baliabideak erabiliz eta ikastetxeetako arduradunekin elkarlanean burutu da.

2020ko abendua eta 2021eko ekaina bitartean egindako landa-lanean, ikasleak lau aldiz galdekatuak izan dira.

Galde-sortak www.encuestafacil.com plataforman diseinatu dira.

Applika+ (US20/21) ikerketa-proietuaren barruan kokatzen da Ikusiker Panela izeneko lan-lerroa eta bertan elkartzen dira UPV/EHUko, Tabakalerako, EITBko eta Kulturaren Euskal Behatokitako lan-taldeak.

Ikusiker Panelari buruzko informazio gehiago www.ikusiker.eus webgunean aurkitu daiteke.

SARRERA

Gazteek egiten duten ikus-entzunezko produktuen kontsumoa eta IKTen erabilera zenbatekoa eta nolakoa den jakin guran abiatu zen Ikusiker Panela 2018-2019 ikasturtean. Harez gero, ugari izan dira landu diren gaiak eta oparoa bildu den informazioa. Abiapuntuan bezala orain, ageri-agerikoa da gazteek ikus-entzunezko produktuen kontsumo altua daukatela eta horretarako IKTak oso sarri darabiltela.

Komunikazio-praktika hauen gaineko informazioa eskaintzen da txosten honetan, bigarren hezkuntzako eta unibersitateko ikasleek erantzun dituzten galde-sortetatik lortutako emaitzen bidez. Datuak ikasketa-mailaka antolatuta aurkitu daitezke eta horrek aukera ematen du alderaketak egiteko. Izan ere, hainbat kontsumo portaeratan desberdintasunak daude bigarren hezkuntzako/institutuko (11-18 urte) ala unibertsitateko (18-23 urte) ikasleen artean.

Txostenaren hasierako zatian panela osatzen duten gazteen izaera sozio-demografikoa eta eskura dauzkaten IKTen gaineko informazioa kokatzen da. Hortik aurrera hiru gai jorratzen dira: ikusitako azken ikus-entzunezkoei buruzkoa, hainbat sare sozialen erabileran zentratzen den atala eta, amaitzeko, fikziozko serieen gainekoa.

Ikus-entzunezkoen kontsumoa nabarmena denez bigarren hezkuntzako eta unibertsitateko gazteen artean, horretan fokalizatu ditugu galderak eta jakin ahal izan dugu zeintzuk diren ohikoenak zaizkien plataformak eta aparailuak eta, noiz eta non ikusten dituzten produktu horiek.

Bigarren multzoan, hiru sare sozial zenbateraino erabiltzen dituzten, non, noiz eta horien zergatietan sakondu dugu. Eta eskura dituztenetatik Instagram, Youtube eta Twitch aukeratu ditugu, neurri handi batean erabilienak zaizkielako eta, aldi berean, ikus-entzunezko izaera oso indartsua delako sare sozial horietan.

Amaitzeko, serieei buruzko informazioa bildu dugu eta Ikusiker Panela osatzen duten 2.500 ikasle baino gehiagok ezagunenak dituzten serieak zeintzuk diren eta hauen kontsumoaren inguru-marietan miatu dugu.

Txosten honen azken orrietan, modu laburrean, euskaraz eta gaztelaniaz, daturik esanguratsuenak aipatuko ditugu.

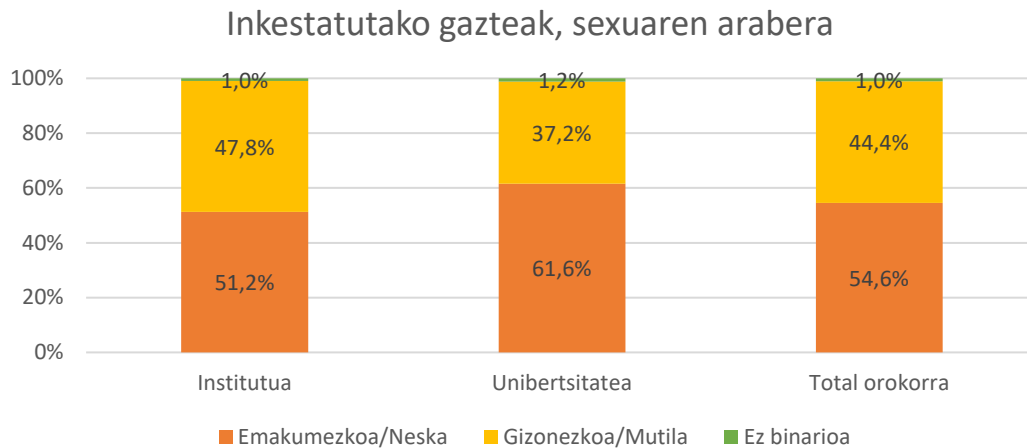
AURKIBIDEA

EMAITZAK.....	9
1. Panelkideen datu soziodemografikoak	9
2. Ikusitako azken edukia	10
2.1. Ikusitako azken edukia Internet eta sare sozialetan	13
2.2. Ikusitako azken edukia telebistan	15
3. Sare sozialak	18
3.1. Instagram.....	19
3.2. Youtube	22
3.3. Twitch.....	27
4. Serieak.....	30
LABURREAN.....	37
EN RESUMEN.....	39

EMAITZAK

1. PANELKIDEEN DATU SOZIODEMOGRAFIKOAK

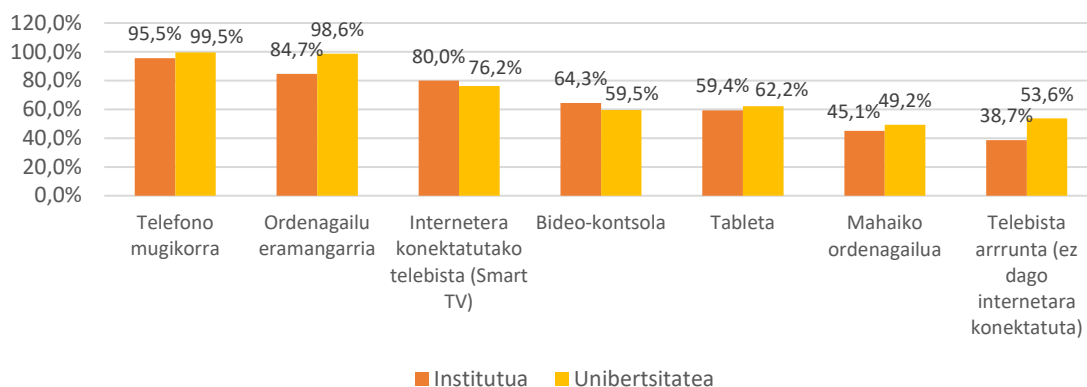
Ikusiker Panela osatzen duten ikasleen hainbat osagarri soziodemografiko aztertzen dira ondoko lerrootan. Lehen grafikoan, genero desberdinek daukaten pisua zehazten da.



Iturria: Ikusiker panela, 2020.

Panelean dauden ikasleetatik erdia pasatxo emakumeak dira (% 54,6). Kopuru hori apur bat baxuagoa da institutuko edo bigarren hezkuntzako (BH) ikasleen artean eta hamar puntu altuagoa unibertsitarioen artean (% 51,2 eta %61,6, hurrenez hurren). Haien burua genero ez binarioan kokatzen dutenen kopurua % 1eko da; unibertsitatean zertxobait gehiago.

Etxean nahi duten momentuan erabiltzeko moduan dauzkaten aparailuak



Iturria: Ikusiker panela, 2020.

Hurrengo ataletan gazteen kontsumoei buruz hitz egingo dugunez, oraingo honetan, gazteek bere egunerokoan eskura dituzten aparailuei erreparatuko diegu. Horretarako, etxean erabilgarri dituzten tresnak zerrendatzeko eskatu diegu. Aipatu dituzten aparailuetatik bost, ikasleen etxeen erdietan baino gehiagotan aurkitu daitezke: telefono mugikorra, ordenagailu eramangarria, internetera konektatutako telebista, bideo-kontsola eta tableta. Gainera hurrenkera horretan, telefono mugikorra da aparailu komunena bai unibertsitateko eta baita

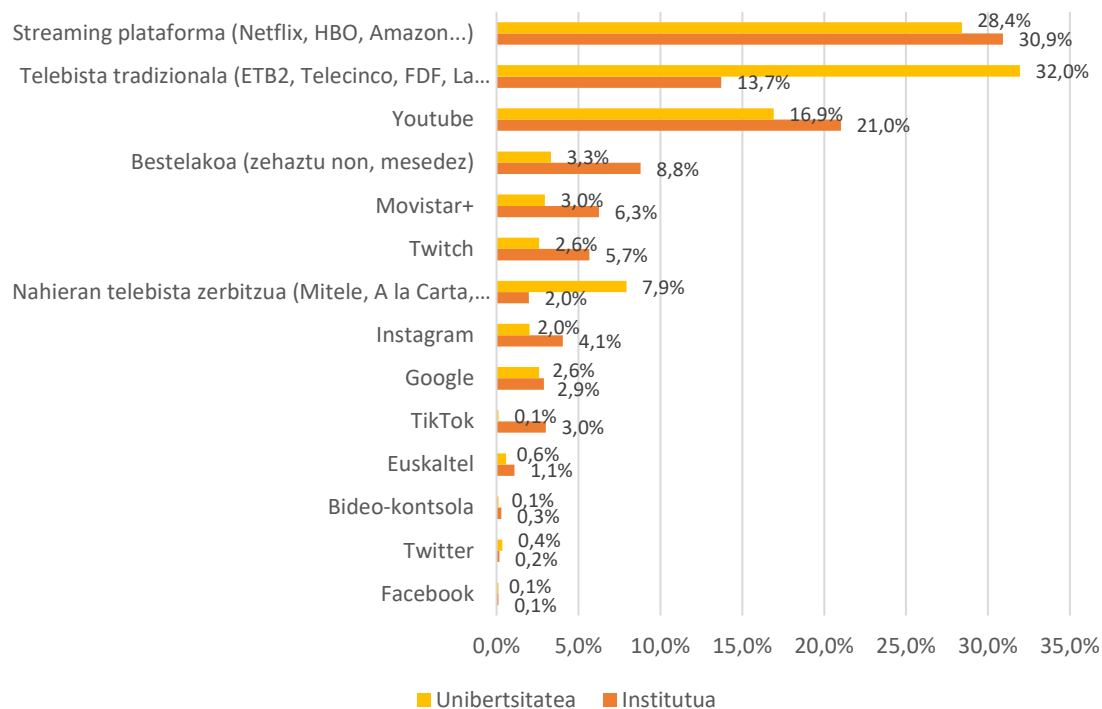
bigarren hezkuntzako ikasleen artean ere, ordenagailu eramangarria bigarren postuan dago. Kontuan hartzekoa da bi kasu horietan, unibertsitateko ikasleen etxeetan, ehuneko handiagoak lortzen dituela (% 99,5 eta % 98,6) nerabeen artean baino (%95,5 eta % 84,7). Smart TVa eta bideo-kontsola, ordea, gazteagoen etxeetan ohikoagoa da.

Bigarren mailan agertzen dira mahaiko ordenagailua eta sarera konekzioarik gabeko telebista, erantzunen erdira ere ez dira heltzen kopuru horiek.

2. IKUSITAKO AZKEN EDUKIA

Gazteek IKTen bitartez ikus-entzunezko edukiak nola eta zein baliabiderekon kontsumitzen dituzten antzemateko, galdera orokorrak egin orde, ikusi duten azken edukiaren ingurukoak luzatu zaizkie. Modu honetara, gogoan daukaten azken ikus-entzunezkoari buruzko informazioa eskatuz, beraien egunerokoan eduki mota horrek duen lekua baina baita aparailu eta kontsumo portaera arruntak zeintzuk diren jakin ahal izan dugu.

Ikus-entzunezkoa zein plataformatan ikusi duen



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

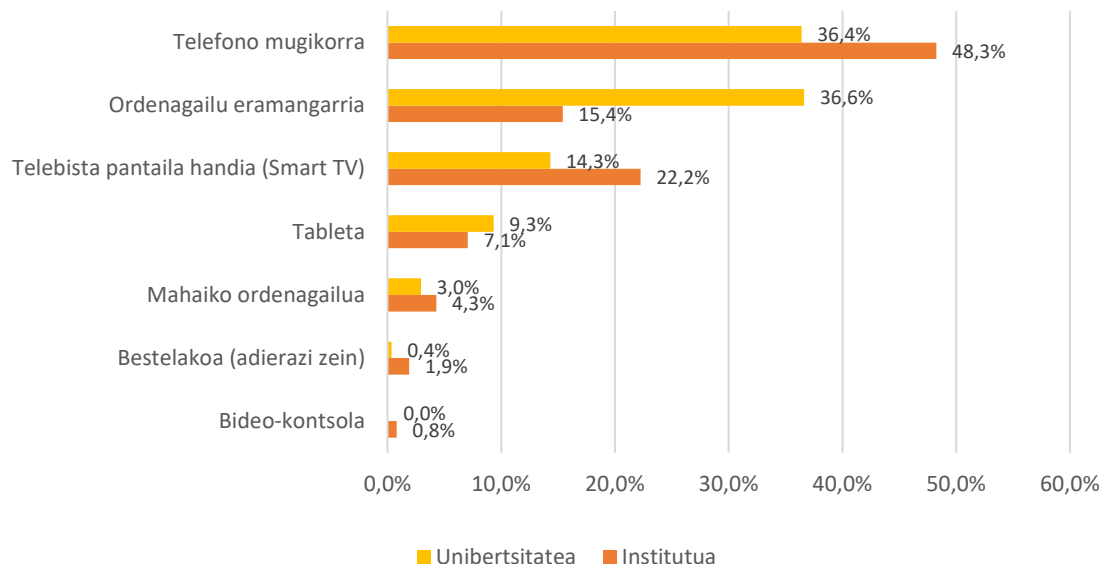
Lehenik eta behin, azken ikus-entzunezko hori zein plataformatan ikusi duen galdetuta, hiru dira nagusi bigarren hezkuntzako zein unibertsitateko ikasleen artean: *streaming* plataformak, telebista tradizionala eta Youtube. Hiru horien kontsumoan, baina, joera ezberdinak daude unibertsitateko zein BHko ikasleen artean. Bigarren hezkuntzako ikasleen kasuan telebista tradizionalak toki txikia dauka (% 13,7) eta aldiz unibertsitateko ikasleen % 32ak aukera hori egin du. Bigarren hezkuntzako ikasle gehiagok hobetsi dituzte *streaming* plataformak (% 30,9) edo Youtube (% 21), telebista tradizionalaren kaltean (% 13,7). Unibertsitateko ikasleek oster, joera

handiagoa dute telebista tradizionala ikusteko (% 32), baita telebista kanal berberak nahieran zerbitzuen bitartez bada ere (% 7,9), betiere bigarren hezkuntzakoekin alderatuta (% 2). Bigarren hezkuntzako ikasleen artean, ordea, azken bideoa *streaming* plataformetan zein ikus-entzunezko plataformetan ikustea ohikoagoa da. *Streaming* plataforma orokorrez gain, bigarren hezkuntzako ikasleen bikoitzak ikusi zuen Movistar+ plataforman (% 6,3) unibertsitateko ikasleekin alderatuta (% 3), eta sare sozialei dagokionez ere, Youtubez gain, Twitch-en, Instagramen edo TikTok-en aukera askoz ohikoagoa da bigarren hezkuntzako gazteen artean. Gainera, oso adierazgarria da, BHko gazteen % 8,8ak bestelako aukera aipatu izana, horien artean, bestelako horiek zehazteko eskatu zaienean, gehienek AnimeFLV plataforma aipatu dute, aurreko kategoriekin bateragarriak diren beste edukiez gain (Amazon Prime, EITB, MiTele, DZN, Movistar, e.a.).

Oro har, unibertsitateko ikasleek telebista tradizionala kontsumitzen duten bitartean (bai telebista aparailuaren bitartez zein nahieran zerbitzuak erabiliz), bigarren hezkuntzako ikasleek *streaming* plataformak eta sare sozialez baliatzeko joera dute. Desberdintasun honen atzean, hipotesi modura, hiru azalpen posible mahaigaineratu daitezke. Batetik, adin ezberdinen arteko diferentzia islatzea. Bestetik, bizitza estiloen berri ematea, alegia gurasoen etxetik kanpo bizi diren gazteen artean telebista kontsumo gehiago egotea, ikasle etxeetako espazio komunaren eta aparailuen jabe egiten direnean. Eta, azkenik, ikus-entzunezko programa edo edukia ulertzeko modu bereziak egotea.

Edozelan ere, erantzun gehien-gehienak telebista, *streaming* plataforma edo ikus-entzunezko sare sozialetan bildu dira.

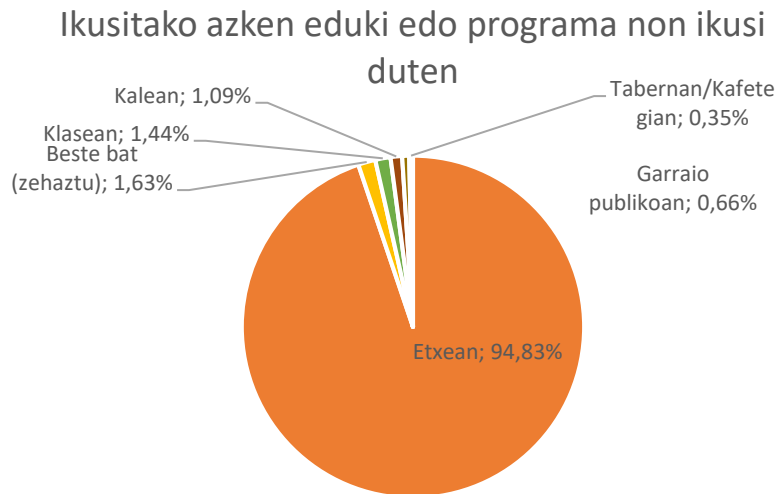
Bideoak edo programak ikusteko gehien erabiltzen duen aparailua



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

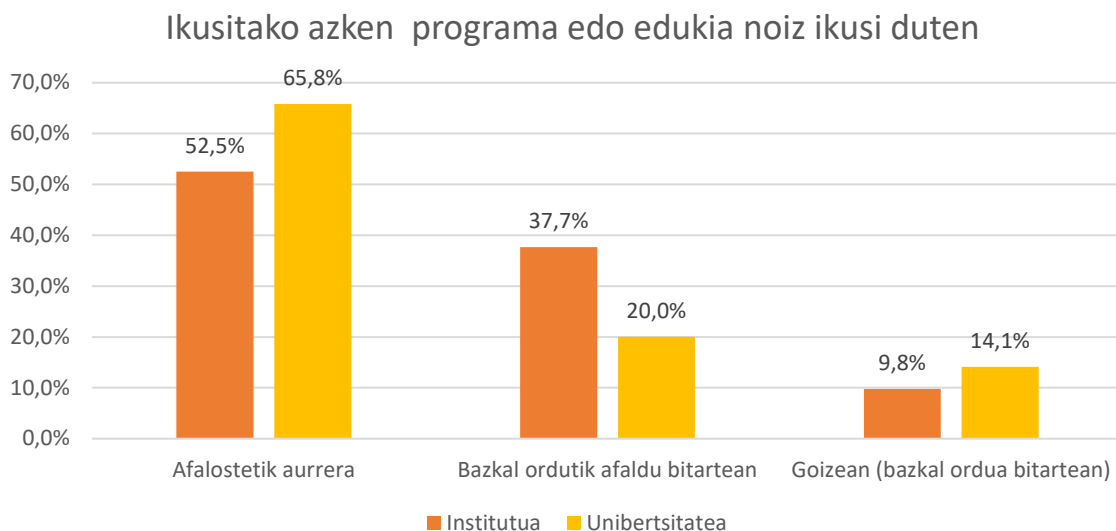
Ikusitako azkeneko edukiaz harago, orokorrean gehien erabiltzen dituzten aparailuak telefono mugikorra, ordenagailu eramangarria eta telebista pantaila handia dira, hurrenkera honetan. Aparailu hauek duten pisua desberdina da, ikasketen arabera. Esan daiteke, bigarren hezkuntzako ikasleek pantaila handi eta finkoak –telebista– zein txiki eta eramangarrienak –

telefono mugikorra—erabiltzeko joera handiagoa dutela. Alegia, ikus-entzunezko kontsumo familiar eta indibidualizatuaren arteko banaketa polarizatuagoa. Unibertsitateko ikasleek ordea, aparailu *ertainak* erabiltzeko ohitura gehiago dutela esan daiteke, lanerako zein aisialdirako baliagarriak diren tableta eta, bereziki, ordenagailu eramangarria. Honek ere ikasketetarako tresnen eta aisialdikoaren arteko muga lausoa erakusten du.



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Azken edukiari buruzko galderetara itzulita, bigarren hezkuntzako gazteen artean, ia-ia guztiek (% 94,8) azken programa edo eduki hori etxean ikusi dutela aipatzen dute. Honek argi uzten du nerabeen kontsumo eremu nagusia eta ia bakarra etxea dela.



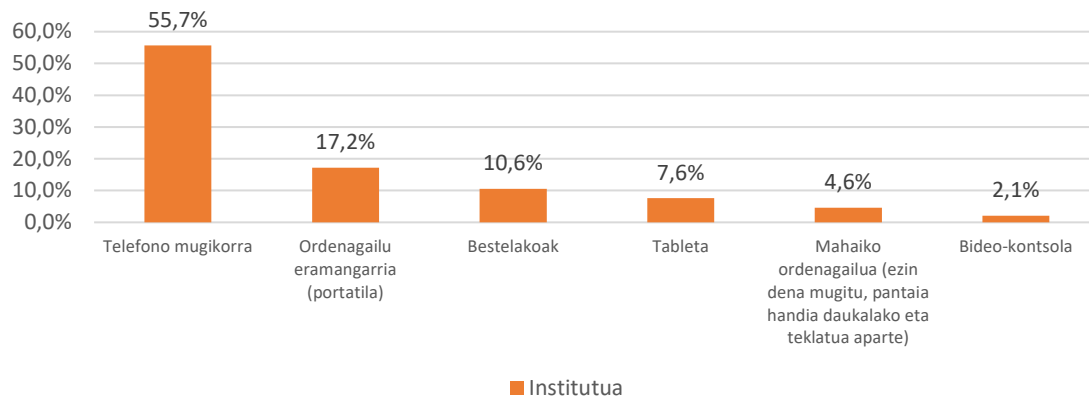
Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Eduki hori noiz ikusi duten galdetzean, gehienek gaua nabarmentzen dute. Hala ere, joera hori ageriagoa da unibertsitateko ikasleen kasuan. Horretaz gain, noski, erantzunak bat datoz unibertsitateko eta BHko ikasleek klase orduetatik kanpo dituzten ordu libreekin.

2.1. Ikusitako azken edukia Internet eta sare sozialetan

Gazteek bere egunerokoan ikusi duten azken edukiari buruz modu orokorrean galdetu ondoren, Internet edo sare sozialetako edukietan zentratzea izango da hurrengo pausua, ikasleek sareaz egiten duten erabilera eta kontsumoa ezagutzeko.

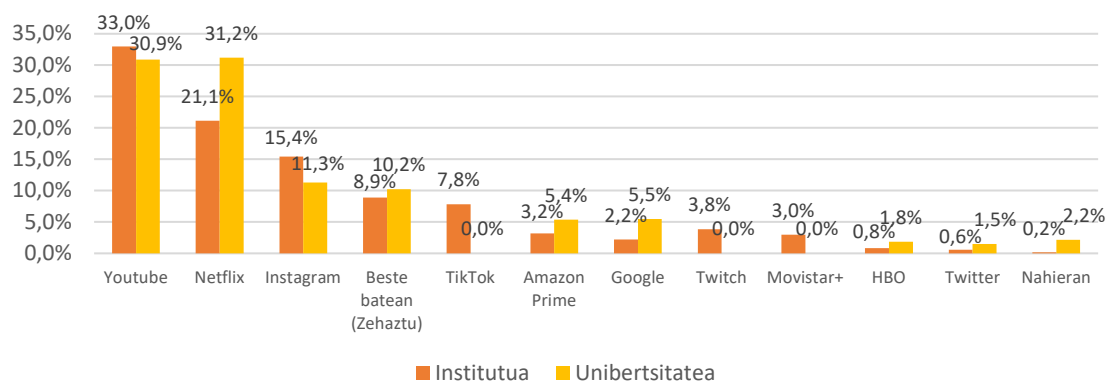
Internet edo sare sozialetan ikusitako azken edukia aparailua zein aparailutan ikusi duten



Iturria: Ikusiker panela, 2020.

Azken edukia zein aparailutan ikusi duten galdetzean, bigarren hezkuntzako gazteen erdiak baino gehiagok (% 55,7) telefono mugikorra adierazi dute, aparailu hau alde handiz erabilienean bihurtuz eta bigarren postuan jarri duten ordenagailu eramangarria (% 17,2) oso atzean utziz.

Internet edo sare sozialetan ikusitako azken edukia zein plataformatan ikusi duten

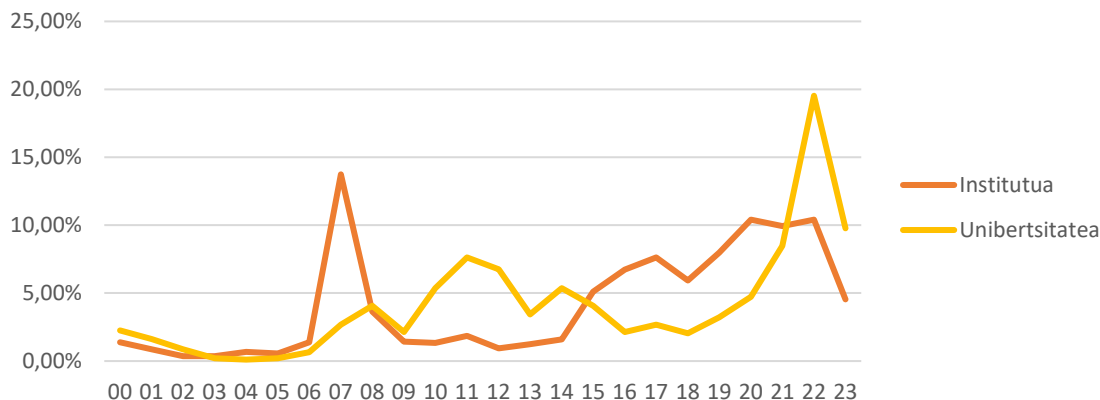


Iturria: Ikusiker panela, 2020.

Internet eta sare sozialetako azken eduki hau ikusteko plataforma edo mediorik aipatuena Youtube (% 32,7) izan da gaztegoen artean. Galdera orokorrean erabilerenak streaming plataformak direla ikusi bada ere, kasu honetan plataforma horiek bakarka jartzean, Youtubek hartu du protagonismoa, Netflix (% 20,9) eta Instagramen (% 11,3) aurretik. Unibertsitateko ikasleekin konparatuta Netflix gutxiago eta Instagram gehiago kontsumitzen dute, gaztegoek eduki azkarragoak eta laburragoak ikustea lehenesten baitute.

Hala ere, begirada honek ikus-entzunezko edukiak ikusteko erabiltzen diren hiru plataforma nagusiak identifikatzeko modua eman digu, eta horrekin batera bai 11-18 urte bitartekoan panelean eta bai unibertsitarioen azterlan berriak planteatzeko aukera ere. Horretan datza Instagram, Youtube eta Twitch-i buruz egindako galdetegiaren zergatia eta baita serieen gaineko inkestak egitea ere.

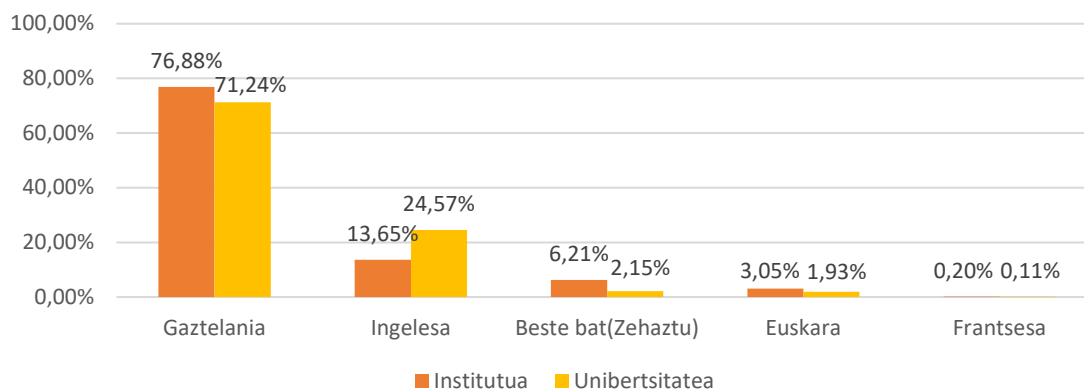
Interneten edo sare sozialetan ikusitako azken edukia noiz ikusi dute



Iturria: Ikusiker panela, 2020.

Datuek adierazten dute ordutegiari dagokionez portaera berezitua daukatela adin batekoek zein bestekoek. Hala nola, bigarren hezkuntzako ikasleen artean kontsumo goreneko ordu-tarteak goizeko 7ak inguruan eta gaueko 20ak eta 22ak bitartekoak dira. Aldiz, unibertsitateko ikasleen artean goizeko kontsumoa nabaria izanik ere, ohikoena gauekoa da. Kasu honetan ere, izan daiteke ikasleen klase orduak eta bizi baldintzek kontsumoaren ordutegiak zuzenean baldintzatzea.

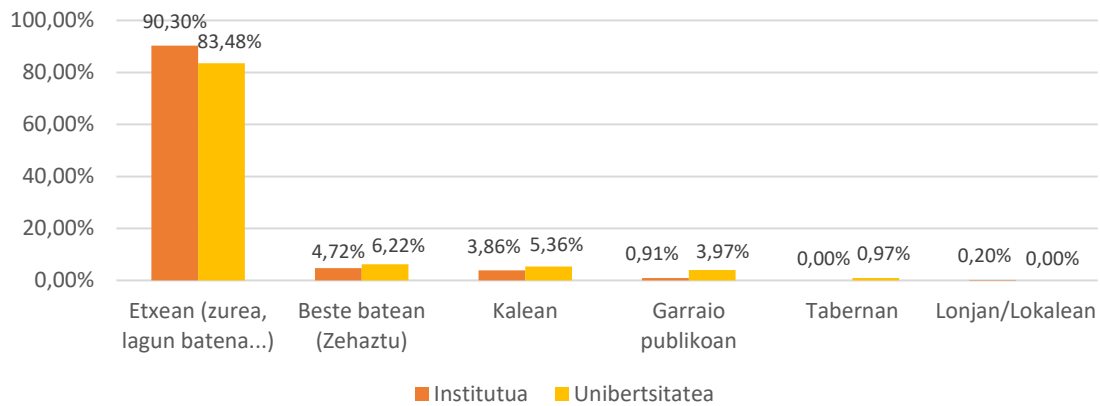
Internet edo sare sozialetan ikusitako azken edukiaren hizkuntza



Iturria: Ikusiker panela, 2020.

Hizkuntza aztertzean, gaztelaniaren indarra nabarmentzekoa da. Gazte gehienek gaztelaniazko edukiak hobesten dituzte, bigarren hizkuntza ingelesa izanik, batez ere unibertsitateko ikasleen artean. Euskararen presentzia oso baxua da.

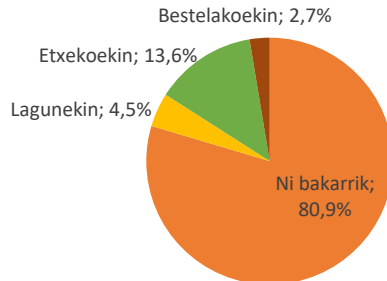
Internet edo sare sozialetan ikusitako azken edukia zein lekutan ikusi duten



Iturria: Ikusiker panela, 2020.

Ikasleek azken edukia ikustean non zeuden galdetuta, bai bigarren hezkuntzako eta baita unibertsitateko ikasle gehienek ere, etxea aipatu dute (bigarren hezkuntzako ikasleen % 90,3ak eta unibertsitateko % 83,5ak). Etxetik kanpoko datuak oso apalak dira.

Internet edo sare sozialetan ikusitako azken eduki hori bakarrik ala beste pertsonekin ikusi duten



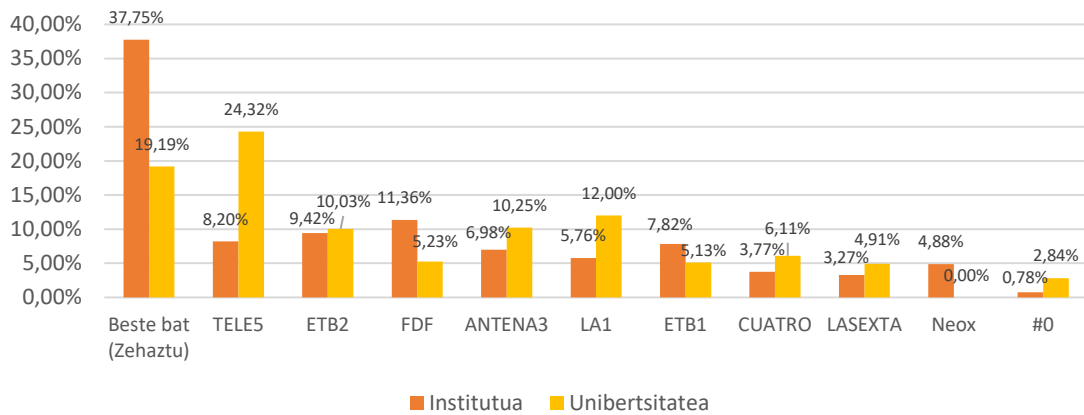
Iturria: Ikusiker panela, 2020.

Bigarren hezkuntzako zentroetako ikasleei, non ikusi duten galdetzeaz gain, konpainian ala bakarrik ikusi duten zehazteko eskatu zaie, eta datuek argi adierazi dute zein den ohitura ikasleen artean: % 80,9ak bakarrik ikusi du edukia, % 13,6ak etxekoekin eta % 4,5ak lagunekin.

2.2. Ikusitako azken edukia telebistan

Sare sozialetako kontsumoa aztertu den era berean, telebistan egiten dena ere ezagutu nahi izan dugu. Horretarako ikusitako azken edukiari buruz hainbat galdera luzatu dizkiegu panelkideei.

Telebistan ikusitako azken programa zein katetan ikusi duten



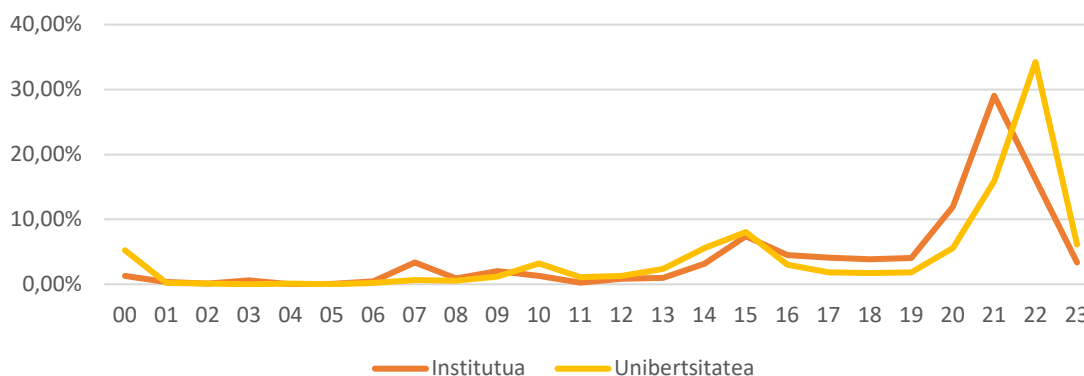
Iturria: Ikusiker panela, 2020.

Telebistako azken kontsumoa egiteko aukeratutako plataformen datuek ere informazio deigarria eskaintzen dute. Grafikoan bistaritzen den bezala, gaztearen artean kanal konbentzionalek baino indar handiagoa du bestelako aukerak (% 36,4). Datu hauek adierazten dute gaur egungo gazteek telebista aparailua ez dutela telebista konbentzionalarekin bakarrik erlazionatzen, internet kontsumitzeko beste aparailu bat bezala ulertzen dutela, telebistan ikusitako azken edukia ehuneko nabarmen batek kanal konbentzionalak ez diren beste medio batean ikusi duela esan nahi baitu. Bestelako horien artean *streaming* plataformak gailentzen dira (Netflix, Amazon Prime...).

Unibertsitateko ikasleen artean ere, % 18,9ak gauza bera egiten du, bigarren hezkuntzako zentroetako joerarekin baino indar gutxiagorekin. Unibertsitatekoek Telecinco dute kanal aukeratuena, bigarren hezkuntzako kasuan kanal batzuen atzetik gelditu bada ere.

Kontuan hartzekoa da baita ere, estatu mailako kanalekin batera, ETB 2 eta ETB1 bezalako kanalek bere lekua dutela: BHko ikasleen artean % 16,6 eta unibertsitate panelean % 14,9. Datu horietan gehiago sakonduta, nabarmentzen da ETB 1ek nerabeen artean leku gehiago duela unibertsitatekoen artean baino, kanal honetako edukiak nagusiagoentzat baino gazteagoentzat gustukoagoak direla pentsaraziz.

Telebistan ikusitako azken programa noiz ikusi duten

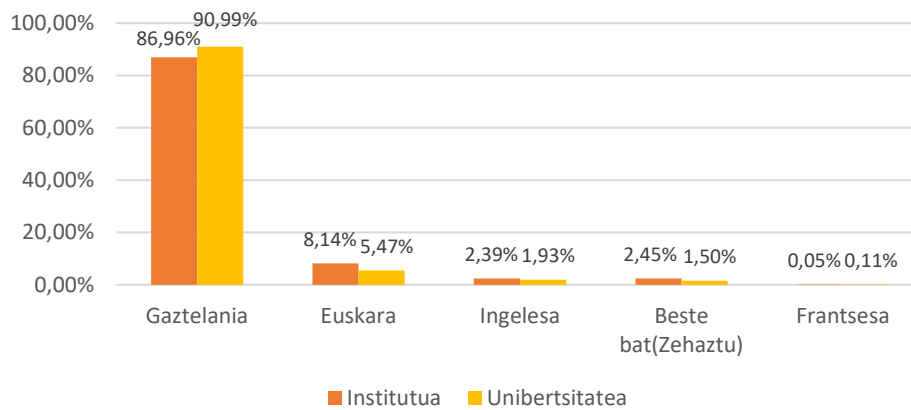


Iturria: Ikusiker panela, 2020.

Orduari dagokionean, antzeko joera ikusten da ikasle guztien artean: kontsumo oso baxua goizean zehar, arratsaldeko 15etan igotzen da apur bat eta gauean markatzen du mailarik altuena.

Hala ere, aldaera batzuk ere agertzen dira. Bigarren hezkuntzako ikasleek goizeko 7etan egiten duten ikustaldia, nabarmena ez bada ere, unibertsitateko gazteen artean ez da ematen. Eta beste alde batetik, gaueko kontsumoaren maila gorena nerabeen artean 21etan izaten dela, helduagoetan 22etan den bitartean.

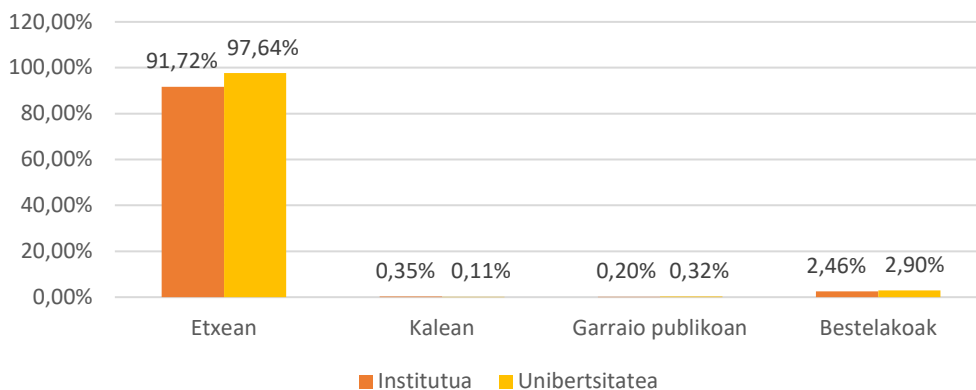
Telebistan ikusitako azken programaren hizkuntza



Iturria: Ikusiker panela, 2020.

Internet eta sare sozialetan bezala, gaztelaniaz ikusi diren edukiak nabarmen nagusitzen direla esanda, aipatzekoa da kasu honetan euskara dela bigarren hizkuntza, eta gazteagoen artean indar gehiago duela, ziurrenik ETB 1en egiten den kontsumoarekin lotuta.

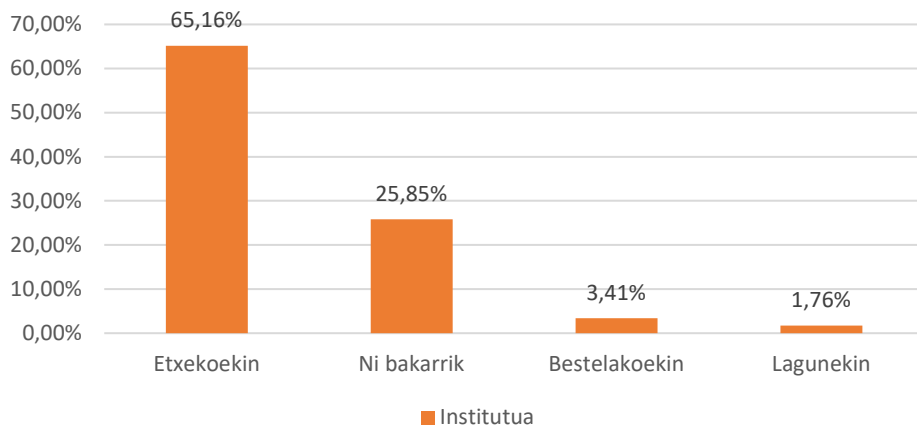
Telebistak ikusitako azken programa hori zein lekutan ikusi duten



Iturria: Ikusiker panela, 2020.

Telebista ikusteko orduan ere, internet eta sare sozialetako edukiekin gertatzen den moduan, baina are indar handiagoarekin, ia denek etxea aukeratzen dute, bestelako tokietan portzentajeak oso baxuak izanik.

Telebistan ikusitako azken edukia norekin ikusi duten



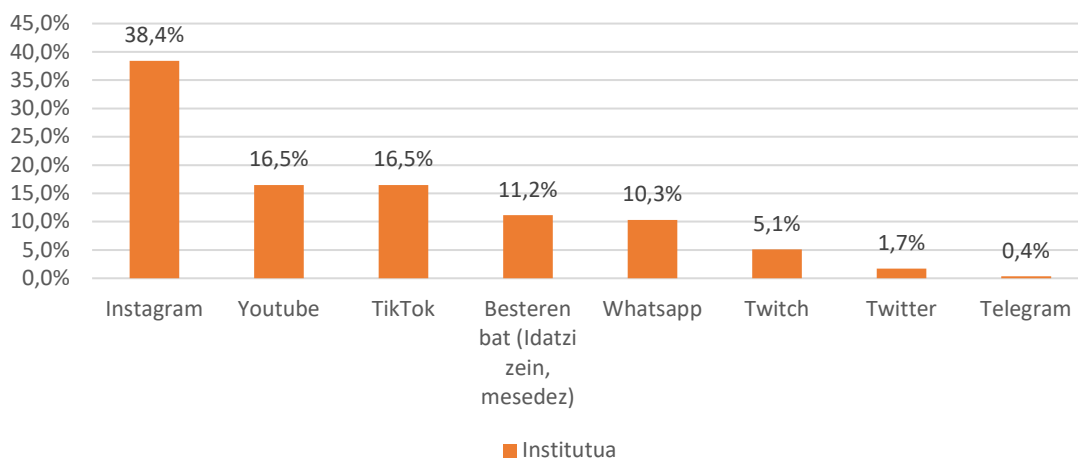
Iturria: Ikusiker panela, 2020.

Norekin ikusi duten galdetuta, ordea, datuek ez dute internet eta sare sozialetan egindako kontsumoarekin zerikusirik. Kasu honetan, gehiengoak etzekoekin ikusi duela adierazi du % 65,2arekin, bakarrik ikusi dutenak laurden bat (% 25,9) izan direlarik. Beraz, aldea dago interneteko eta telebistako edukiak ikusteko moduetan.

3. SARE SOZIALAK

Zalantzarik ez dago sare sozialek sekulako pisua daukatela gazteen egunerokoan eta horrek eragina du haien aisialdian, komunikatzeko portaeretan ala informatzeko erabiltzen dituzten moduetan. Eta noski, baita ikus-entzunezkoen kontsumorako ere. Ondoko grafikoan ikusten da zeintzuk diren BHko ikasleen artean sarerik preziatuenak.

Gehien erabiltzen dituzten sare sozialak

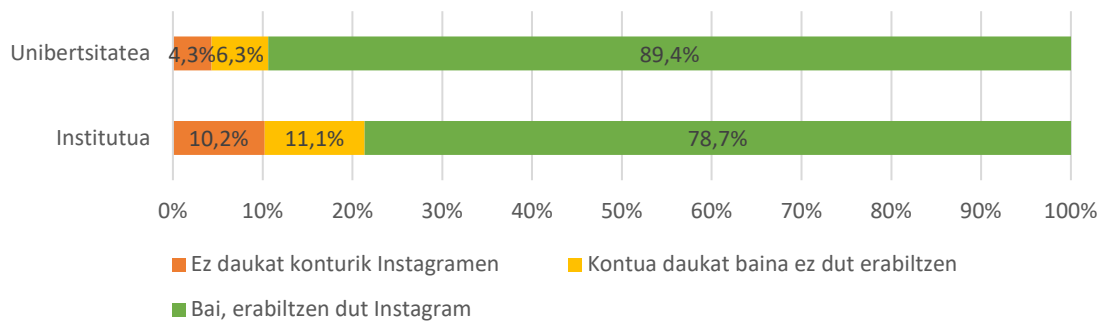


Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Datuek erakusten dutenaren arabera, azkenengo edukia ikusteko sare sozial erabiliena izan ez bada ere, ohikoena dutenen artean lehenengo postuan dago Instagram, honela erantzun baitu % 38,4ak. Atzetik Youtube eta TikToc aipatzen dira, bakoitza % 16,5ak hautatuta. Whatsapp % 10,3k adierazi dute gehien erabiltzen duen sare sozial bezala, jendearekin kontaktuan egoteko eta txateatzeko tresna ezagunena izanik ere. Edozelan ere, kontuan hartu behar da ere gazte askok txateatzeko ere gehiago erabiltzen dutela Instagram Whatsapp baino.

3.1. Instagram

Instagramen erabilera

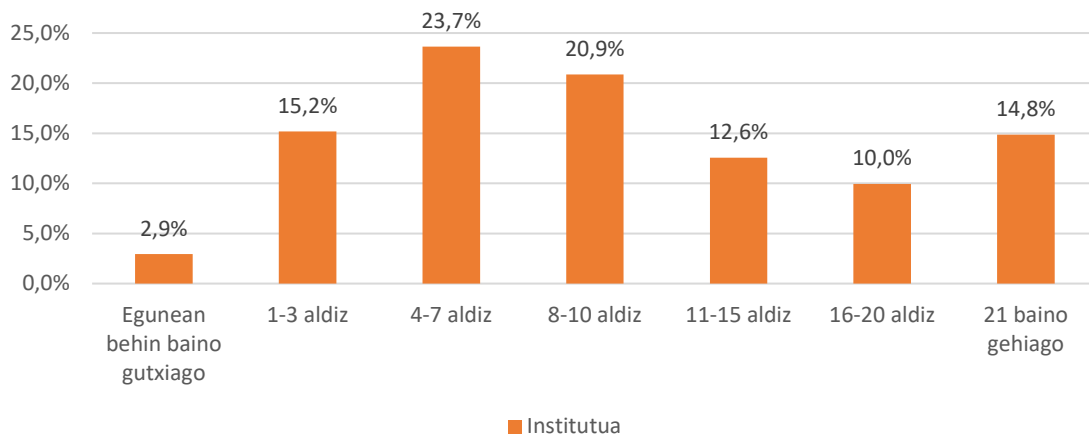


Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Ikasleen artean Instagram da sare sozialik egunerokoena, izan ere, BHko ikasleen artean, 10etik 9k kontua daukate eta horietatik 8k oso sarri erabiltzen du Instagram. Unibertsitateko ikasleentzat are eta altuagoa da proportzioa: 10etik 9k kontua du.

Ondorengo hiru grafikoetan, Instagramen kudeaketaz jardungo gara, egunean zehar nola erabiltzen duten bistaratuz. Instagramen erabilera zenbat denboraz eta zein maiztasunaz egiten duten jakiteko, hiru galdera zuzendu zaizkie panelkideei: zenbat aldiz konektatzen diren egunean, bakoitzean zenbat denbora pasatzen duten sare sozialean eta, orotara egunean igarotako kopurua zein den.

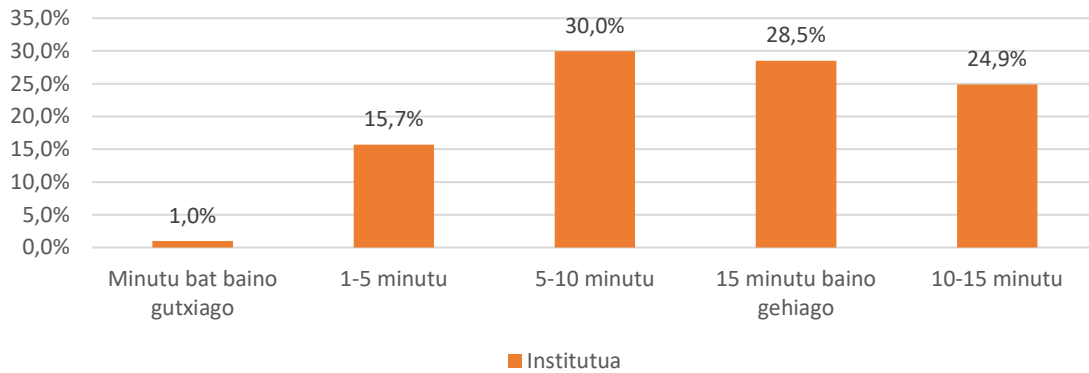
Instagramera, egunean zenbat aldiz konektatzen den



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Goiko datuek erakusten duten bezala, bigarren hezkuntzako gazteen ia % 45a Instagramera egunean 4-10 aldiz konektatzen da eta % 37,4ak 10 alditik gora sartzen dela aitortu du. Bestetik, % 12,6a 11-15 bitartean, % 10a 16-20 eta % 14,8a 21 aldiz baino gehiagotan. Beste muturrean, 3tan baino gutxiagotan sartzen direnak % 18,1etik ez da pasatzen.

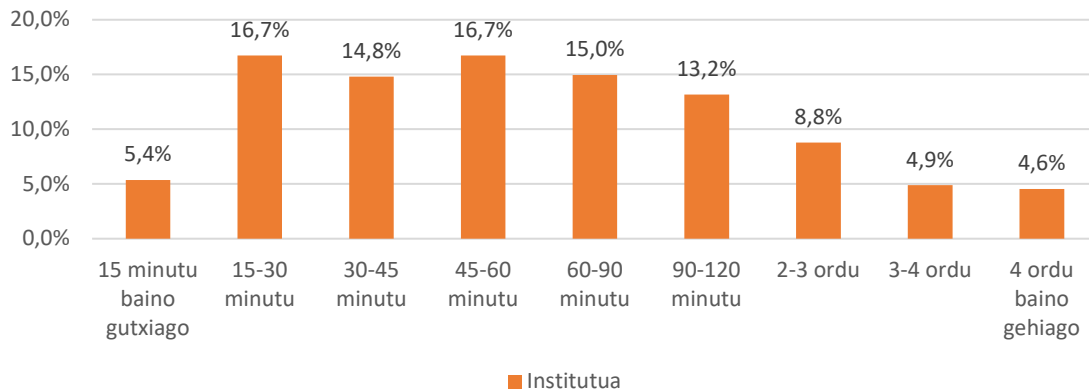
Instagramera konektatzen denean, zenbat denbora egon ohi den



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Instagramera konektatzen diren aldi horietako bakoitzean, % 83,4ak 5 minutu baino gehiago pasatzen du aplikazioan, hoietatik % 28,5ak 15 minutu baino gehiago. % 16,7ak besterik ez du erabiltzen 5 minutu baino gutxiago. Datuek erakusten dute bigarren hezkuntzakoek denbora tarte laburrak baino luzeak gogokoago dituztela sare sozialean edukiak ikusteko eta edukiak sortzeko.

Guztira, egunean Instagramen egiten duten denbora



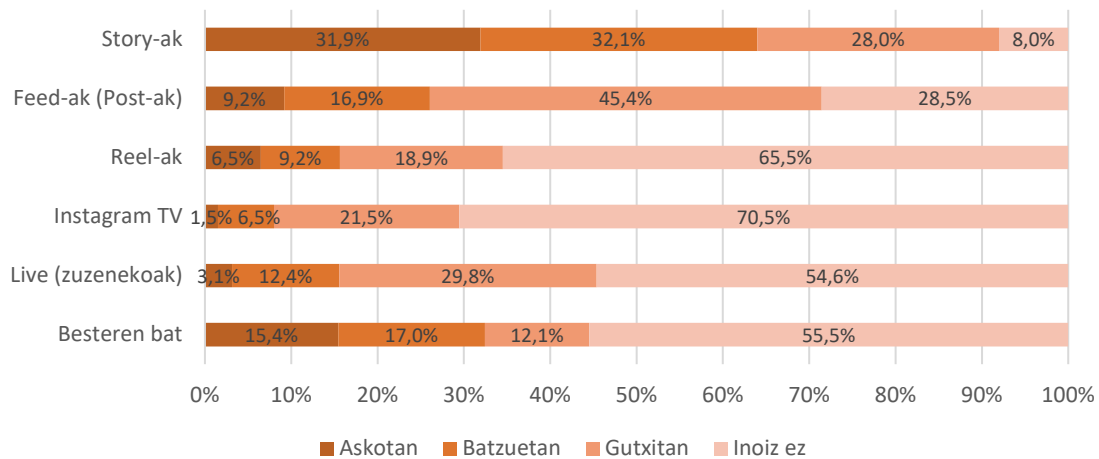
Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Egunean zehar guztira Instagramen pasatzen duten denbora adierazteko eskatuta, emaitzak oso anitzak dira, kasu honetan ere eta denbora tarte bat bera ere ez da nabarmentzen. Grafikotik azpimarratu daitekeen datua da inkestatuen erdia pasatxok (% 53,6) ordu bate baino gutxiago igarotzen duela konektatuta, gainontzekoak hortik gora eta inkestatuen % 4,6k lau orduko langa gainditzen duela.

Datu hauek guztiek erakusten dute Instagram oso hedatua dagoela eta anitza dela kontsumo moduetan.

Instagram erabiltzeko modua ere ezagutu nahi izan dugu, jakiteko honek dituen baliabideak eta zer maiztasunaz jotzen duten hauetara. Hartara, segidan datorren grafikoan ikusten den bezala, ikasleen aukera erabiliena *story*-ak dira, % 92ak hala aitortuta. Hamarretik 3k askotan jotzen dute *story*etara. *Feed*ak aldiz, 10etik 7k erabiltzen dituztela esan arren, horietatik batek baino ez oso maiz.

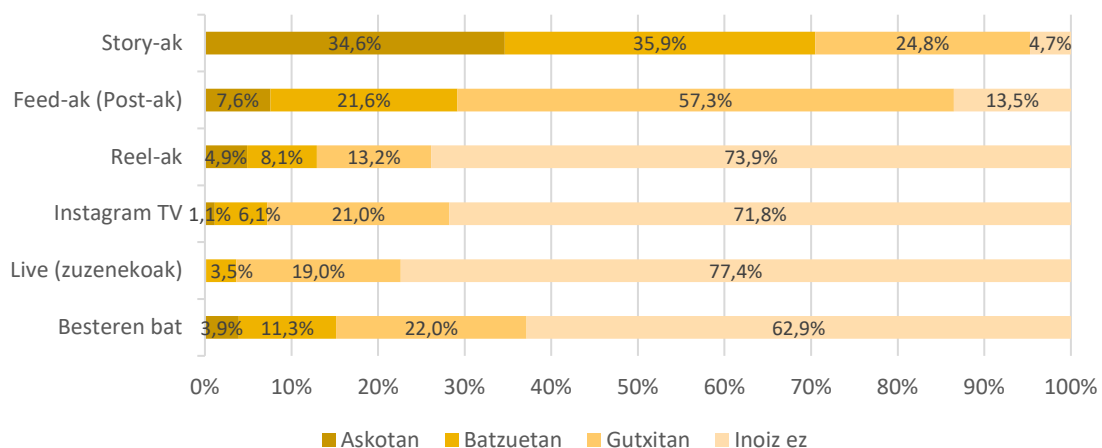
Instagrameko aukeren erabilera (11-18 adin tartea)



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Erabiltzaileek *story*etarako daukaten joerak mezu hauen iragankortasunarekin izan dezake lotura. Izan ere, *story*ek iraungitze data daukate, eta eduki hori ez bada tarte horretan ikusten desagertu egiten da. Jakina den bezala, *feed*eko edukiak hor finkatzen dira, modu iraunkorrean. Hauen ikuserraztasunak zerikusia izan dezake ere, jendeak jarraitzen dituen profilek publikatutako *story* guztiak aplikazioa zabaltzearekin batera bistaratzearekin. Ezaugarri horrek ere asko balditzatzen du horietariko bakoitzaren erabilera. Grafikoan ageri den bezala, *live*-en, *reel*-en eta Instagram TV-aren erabilera maila oso apala da.

Instagrameko aukeren erabilera (18-23 adin tartea)



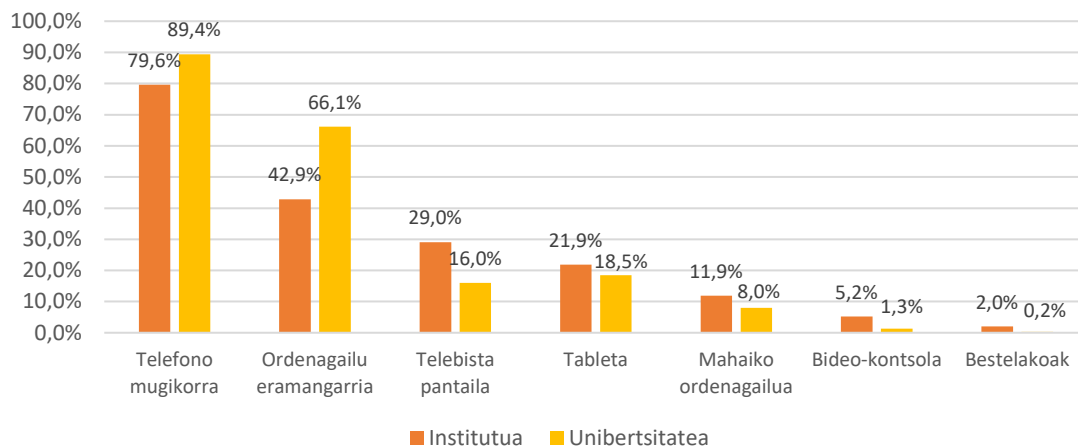
Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Sare sozial honen erabilera ez da desberdintasun aipagarririk gertatzean definituta ditugun bi adin tartetean.

3.2. Youtube

Sare sozialen erabilera orokorrari kasu eginez, Instagramekin eta TikTokekin batera Youtube da ospetsuena gure panelkideen artean, eta horretaz gain, Interneten ikusi duten azken ikus-entzunezkoa bere bidez jaso dute. Ez dira gutxi beraz, sare sozial honetan sakontzeko arrazoiak.

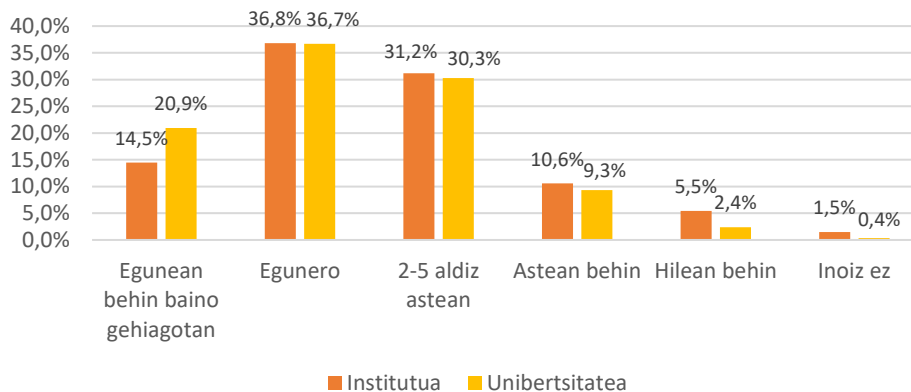
Youtube ikusteko erabilitako gailuak



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Datuek erakusten dute Youtubek duen aliatu teknologikorik ohikoena telefono mugikorra dela, bai bigarren hezkuntzako ikasleen eta baita unibertsitatekoen artean ere. Hala ere, aipatzekoa da unibertsitatekoentzat altuagoa dela kopurua gazteagoentzat baino. Gauza berbera gertatzen da ordenagailu eramangarriekin. Eta beste alde batetik begiratuta, 11-18 urte bitarteko DBH eta Batxilergoek telebista, tableta, mahaiko ordenagailu eramangarria zein bideo-kontsola erabiltzeko ohitura handiagoa dute unibertsitateko ikasleek baino. Orokorrean, Youtube erabiltzeko orduan, aparailu desberdinetara jotzeko joera hedatuago dago bigarren hezkuntzako gazteen artean nagusiagoenean baino.

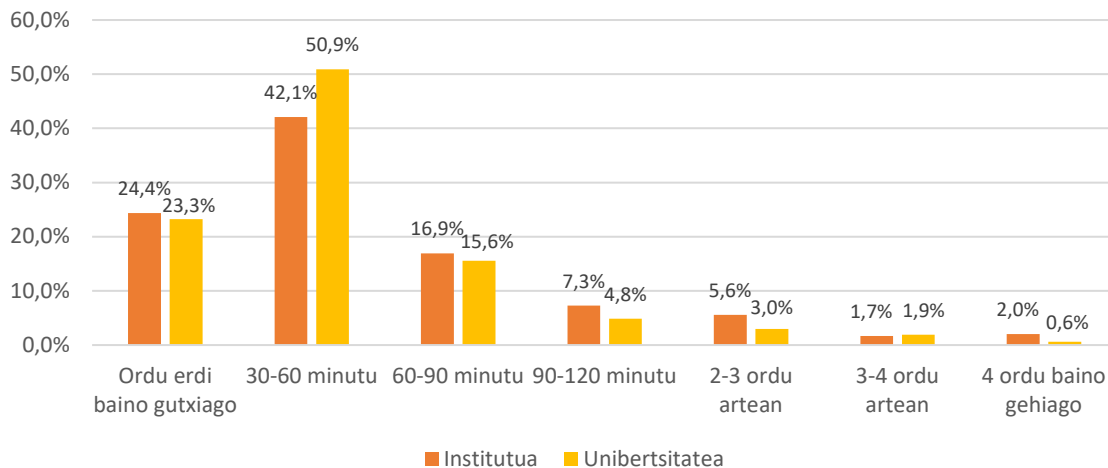
Youtube zenbatero erabiltzen duten



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Youtuben kontsumo patroia aztertzerakoan, eta maiztasunari dagokionez, unibertsitateko ikasleek bigarren hezkuntzakoek baino zertxobait gehiago erabiltzen dutela esan daiteke, bereziki egunean behin baino gehiagotan erabiltzen dutenak gehiago direlako unibertsitateko ikasleen artean (% 20,9) BHko ikasleen artean baino. Oro har, gazteen erdia pasatxok egunero erabiltzen du Youtube (% 53,4) eta ia gazte guztiak murgiltzen dira aplikazio honetan astean behin edo gehiagotan (% 94,5).

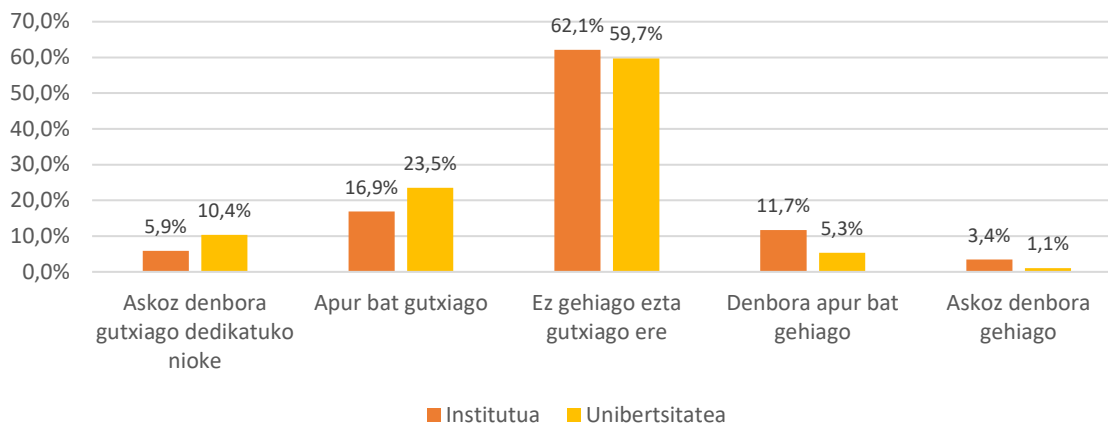
Youtube ikusten dutenean, zenbat denbora egoten diren



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Youtuben pasatzen duten denboraren gaineko galderei antzerako erantzunak eman dizkiete panelkideek. Gazteen ia erdiak ordu erdi eta 60 minutu bitartean igarotzen du bertan (% 45) eta bi herenek (% 69) ordu bete baino gutxiago. Ohikoagoa da beraz, denbora tarte luzeak baino laburrak egitea ikus-entzunezko sare honetara konektatuta.

Aukera izango balute, denbora gehiago ala gutxiago pasatuko luketen



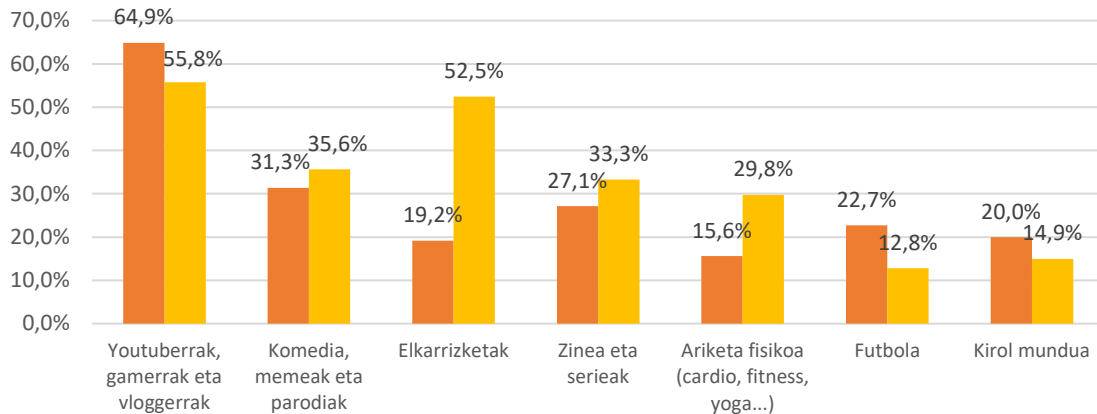
Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Youtuben aritzen diren denboraren pertzepzioari dagokionez ere, alde txikia dago gazteen artean. Gehienek desioa eta praktika maila berean daudela esaten dute (% 61,3). Hala ere, denbora gutxiago dedikatuko lioketen gazteen proportzioa (% 26,5) denbora gehiago

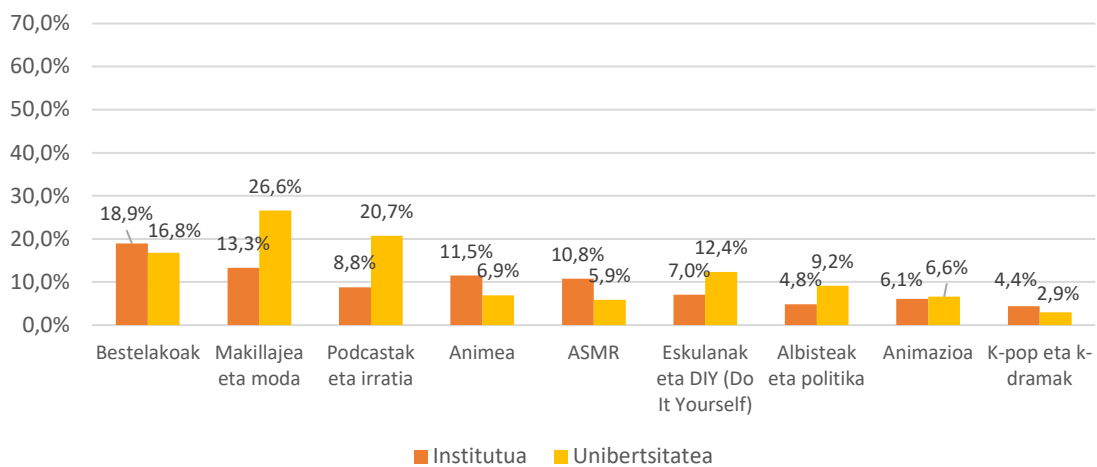
dedikatuko lioketenen bikoitza da (% 12,2). Joera hau bereziki ematen da, aurreko galderan denbora tarte zabalagoa konektatuta dauden unibertsitateko ikasleen artean.

BHkoen eta unibertsitatekoen gustuak ere aztertu dira, Youtubera sartzerakoan ikusten dituzten kategorien artean nolako joerak dauden ezagutzeko.

Gustukoen dituzten gai edo kategoriak



Iturria: Ikusiker panela, 2021.



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Aipagarria da plataformaren beraren bitartez sortu zen komunitatearen kategoria dela arrakastatsuen alde handiz (% 61,9), izan ere, *youtuber* deitzen ditugunek sortutako edukiak dira gustukoena, batez ere bigarren hezkuntzako zentroetako gazteen artean (% 64,9), zaku berean sartuz *gamer* eta *vlogger* bezala ezagutzen direnak ere. Bigarren kategoriarik gustukoena oso atzean gelditzen da ehunekoetan, baina hala ere orokorrean ia heren batek (% 32,8) adierazten du memeak, parodiak eta antzekoak gustuko dituela.

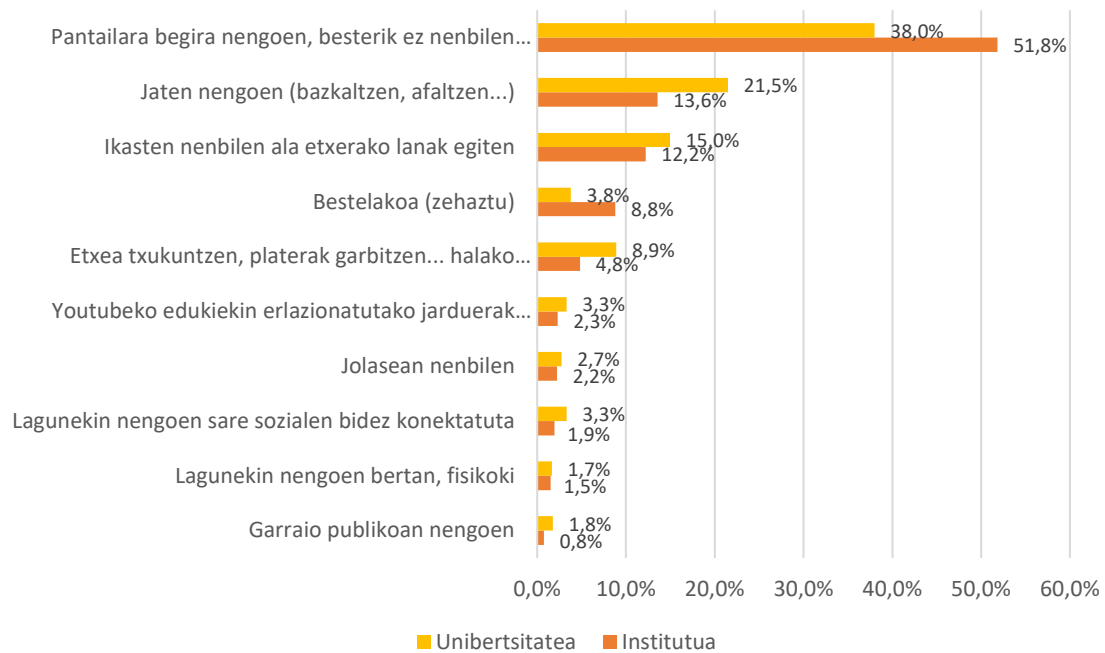
Elkarrizketen kategoriarekin oso datu desberdinak jaso dira unibertsitatean eta DBH eta Batxilergoko zentroetan. Izan ere, unibertsitateko ikasleen erdiari baino gehiagori (% 52,5) gustatzen zaizkien bitartean, nerabeen % 19,2ak besterik ez du azpimarratzen genero hau. Maila txikiagoan baina joera berbera gertatzen da beste tipologia tematiko askorekin ere. Unibertsitateko ikasleen artean arrakasta gehiago dute zineak eta serieei buruzko edukiek,

ariketa fisikoaren gainekoek, makillajeak eta modak, podkasteak eta irratiak, eskulanak eta albisteak eta informazioa bezalako kategoriek. Alderantzikoa gertatzen da kirola, futbola, *animea* eta ASMR bezalako kategoriekin, gazteagoek gustukoago baitituzte.

Inkesten emaitzek erakusten dute adinaren eta gustuen artean badagoela erlaziorik eta urteetan aurrera egin ahala zaletasunak aldatu egiten direla.

Youtuberen inguruko aztergaien artean, plataforma hau martxan daukaten bitartean gazteek ze beste ekintza burutzen dituzten zehaztea izan da.

Youtube azkenengoz ikusi zuen bitartean, zertan ari zen

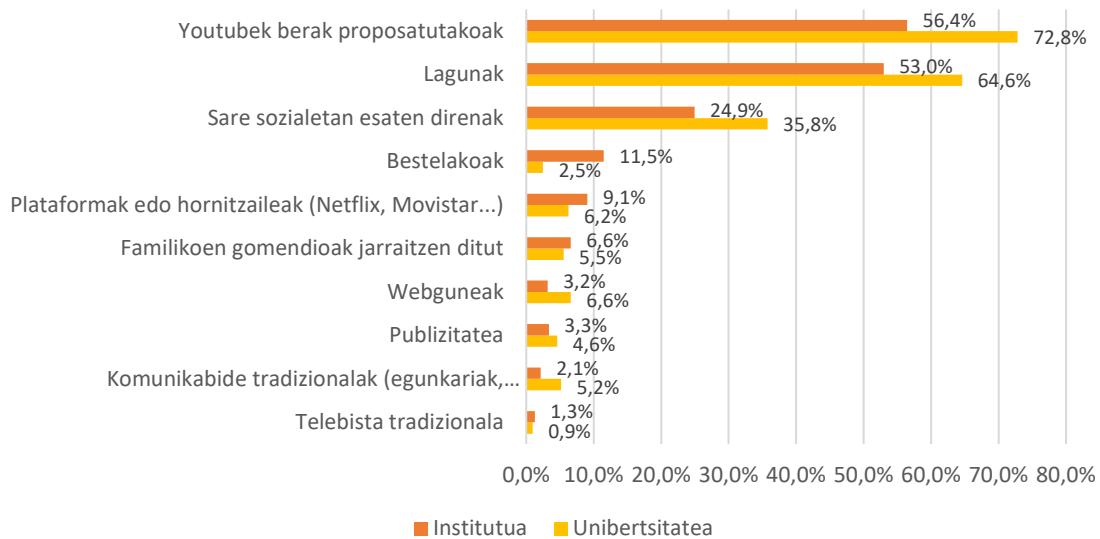


Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Zenbakiak adierazten dutenez, BHko gazteen erdiak baino gehixeagok bete-betean pantailara begira zegoela erantzun du, baina gainontzekoak beste zerbaitetan ari zirela diote. Azken bideoa ikusi bitartean jaten zeudenak inkestatuen % 16,2a dira, ikasten ala etxerako lanak egiten zeudenak % 13,1 eta etxea txukuntzen zeudenak % 6,2. Bestelakoek aukera hautatu dutenak ere dezente dira, % 7,2a, kategoria honetan sartu dituzte jarduera ezberdinak, besteak beste, ohean edo dutxan egotea, makilatzea edo janzteia, sukaldatzea edota sare sozialetan aritu bitartean bideoak ikusten egotea.

Bestalde, ikus-entzunezkoa ikusi bitartean beste jarduera batzuk egitea ohikoagoa da unibertsitateko ikasleen artean (% 62a beste zerbaitetan zebilen), bigarren hezkuntzako ikasleentzat kopuru hori baxuagoa da (% 48,2). Adin desberdintasunaz harago, bitzta estiloekin lotuta egon daiteke berezitasun hau, unibertsitateko ikasleen artean ohikoagoa baita Youtubeko bideoak ikusi bitartean jatea, ikastea edo etxea txukuntzea.

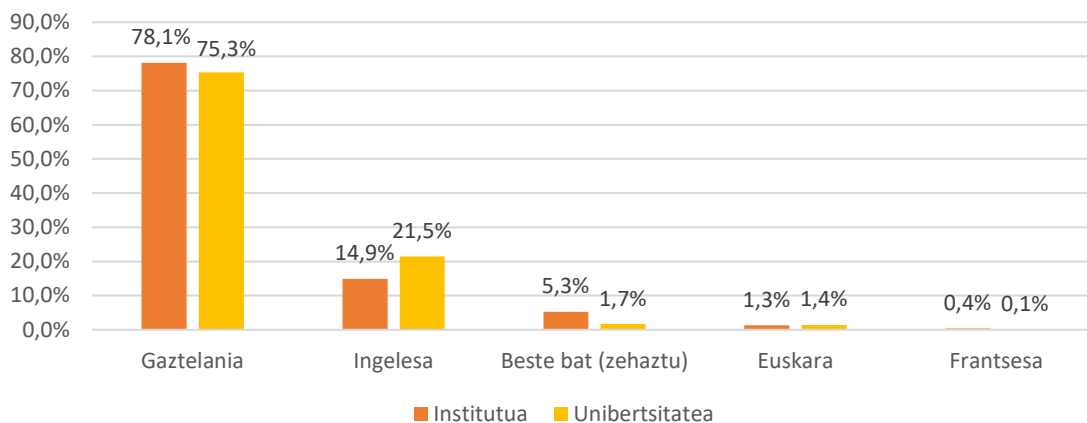
Youtubeko zer bideo erabakitzerakoan gomendioak nondik jasotzen dituen



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Youtubeko zein bideo ikusi erabakitzerakoan, orokorrean gehienek plataformak berak proposatutakoak kontuan hartzen dituzte diote edo, beste hainbat kasuetan, lagunek gomendatutakoak, azken joera hau argiago antzematen da unibertsitateko ikasleen artean. Bestelako aukerak oso atzean gelditzen dira. Edozelan ere, aipagarria da sare sozialetatik jasotzen duten informazioak ere eragiten diela ikusiko dutena hautatzerakoan, jokamolde hau nabariagoa da unibertsitatekoen artean.

Youtuben ikusitako bideoen hizkuntza nagusia



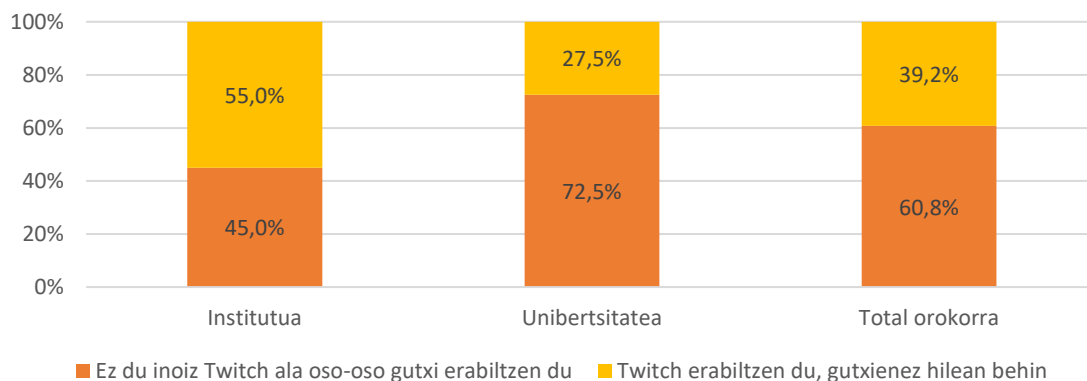
Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Bideoetako hizkuntzetan arreta jarritz, lau gaztetik hiru pasatxok gaztelania dauka Youtuben ikusitako bideoen hizkuntza nagusi modura eta, bigarren, ingelesa –berezi unibertsitateko ikasleen artean, % 21,5arekin. Euskararen presentzia oso apala da, % 1,3 unibertsitatean eta % 1,4 BHN. Beste hizkuntza batzuk zehaztu dituztenak ere badira, ikus-entzunezko konsumoetan nolabaiteko aniztasuna agerian jarritz.

3.3. Twitch

Ikerketa proiektu honetan aztertutako beste sare sozial bat Twitch da. Medio berria izanik ere, eta oraindik askorentzat ezezaguna, denbora gutxian izan duen bilakaera ikusita, etorkizun laburrean haziko diren sare sozialen artean kokatzeko arrazoiak daude. Gazteen artean hartzen ari den oihartzun handia dela eta, inkestatuek egiten duten Twitch-en erabilera zein den ezagutu nahi izan da.

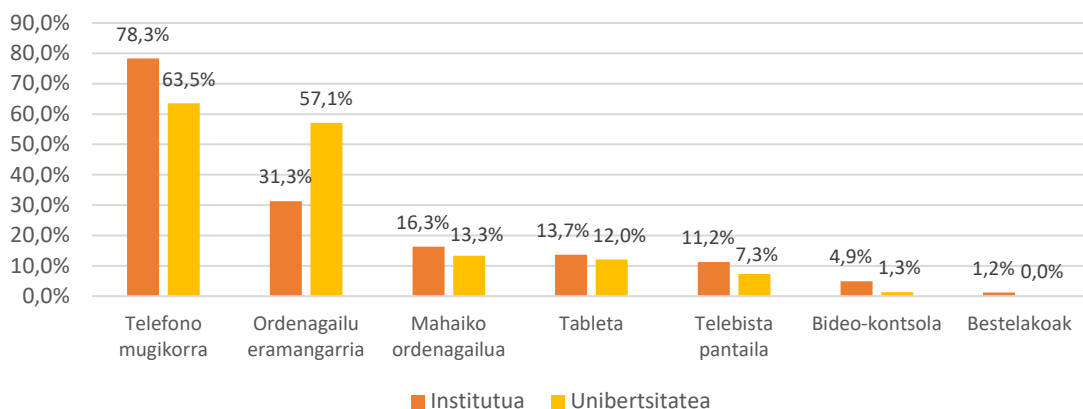
Inkestatutakoen Twitcheko erabiltzaile kopurua



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Inkestatuen % 60,8ak ez du Twitch bere ohiko jardueren artean edo oso gutxitan egiten du eta, beraz, atal honetan jarraian datozen datuak Twitch erabiltzen duen ia % 40 horri dagozkio. Bigarren hezkuntzako zentroetako ikasleek joera handiagoa dute Twitch erabiltzeko, erdiak baino gehiago sartzen dira sare sozial honetan gutxienez hilean behin (% 55), unibertsitarioen kasuan, proportzio hau laurdenaren bueltan dagoen bitartean (% 27,5).

Twitch ikusteko erabilitako aparailuak

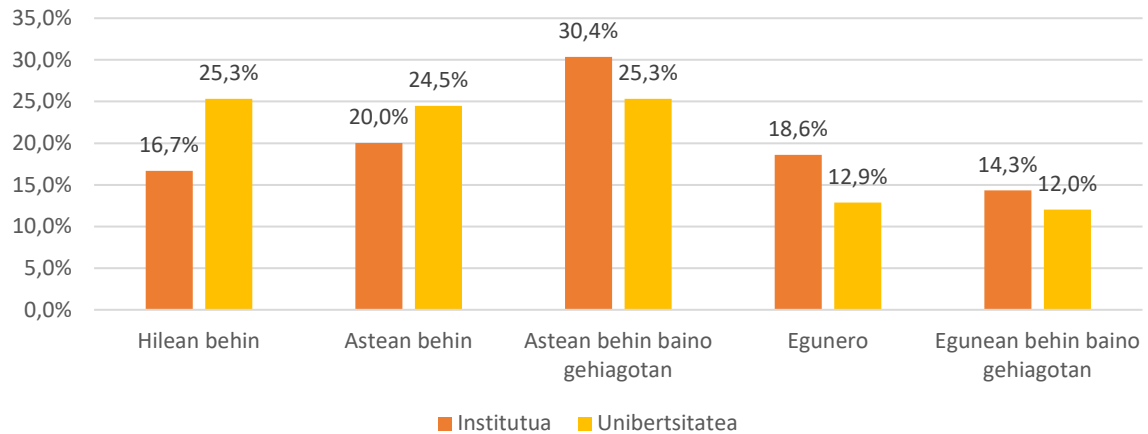


Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Twitch zale den % 40 horrek plataformako edukiak ikusteko erabiltzen dituen aparailuak kontutan hartuz gero, aipatuena telefono mugikorra da bi paneletako inkestatuen artean.

Ordenagailu eramangarriari dagokionez, desberdintasun handia dago 11-18 bitarteko gazteen (% 31,3) eta 18-23 adinekoen artean (% 57,1).

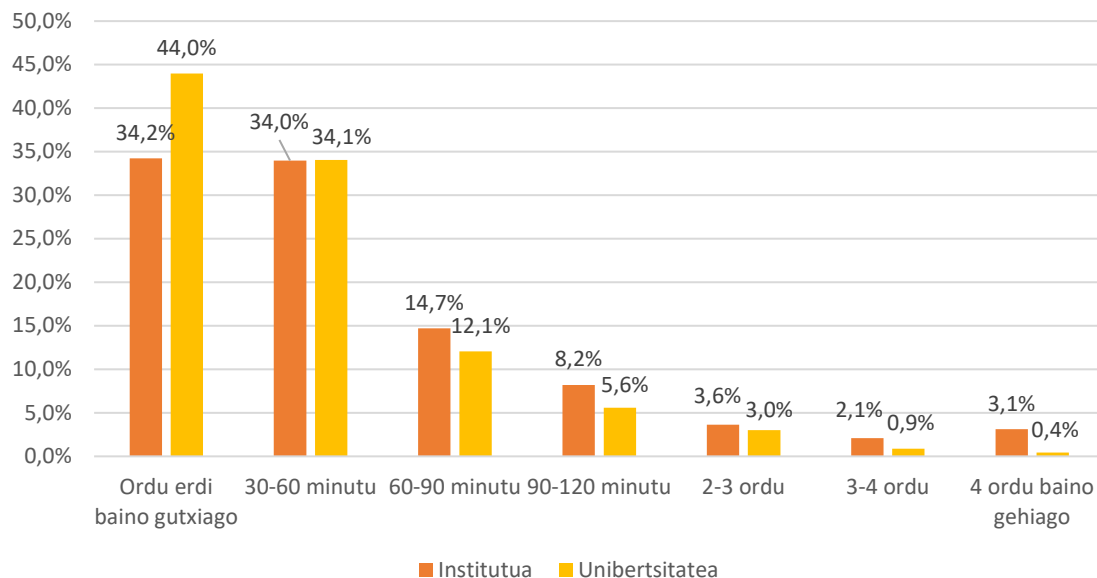
Twitch erabiltzaileen erabilera maiztasuna



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Twitch aplikaziora sartzen diren gazteen artean, maiztasunaren banaketari erreparatzen badiogu, antzeman daiteke gehienek astean behin baino gehiagotan erabiltzen dutela. Kasu honetan ere, institutu zein ikastoletako ikasleak erabiltzaile oparagoak dira.

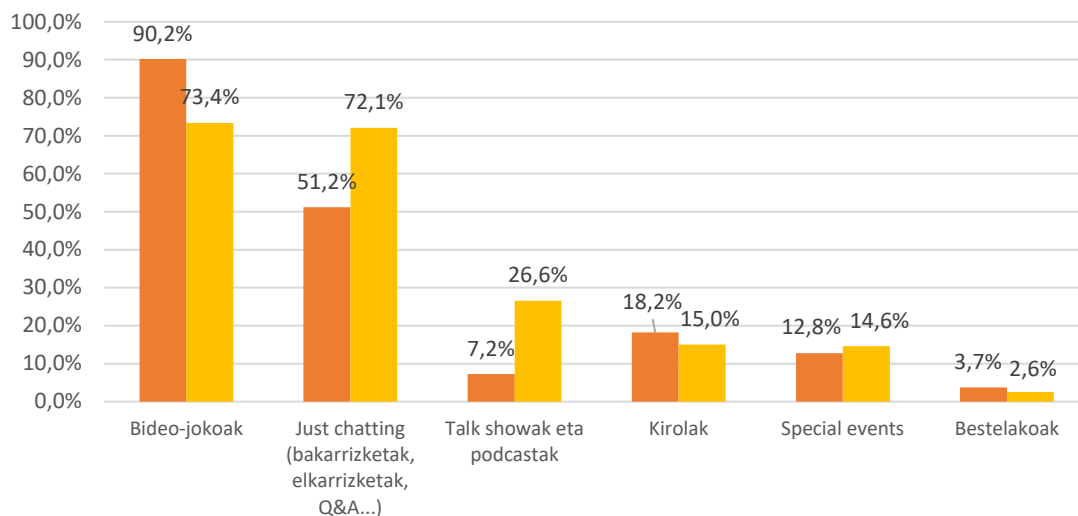
Twitch ikusten dutenean, zenbat denbora egoten diren



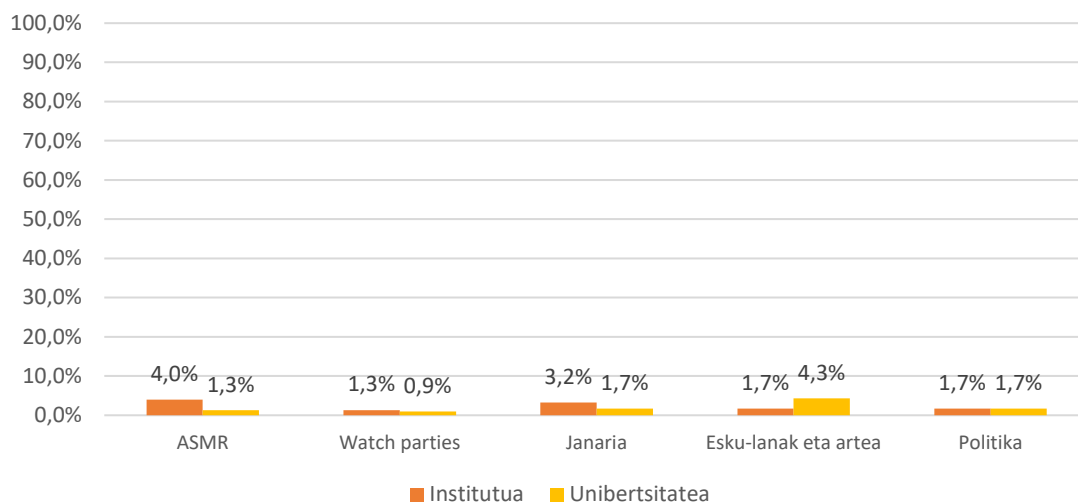
Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Twitchen pasatzen duten denborari dagokionez, unibertsitateko ikasleek bigarren hezkuntzakoek baino gutxiago erabiltzeaz gain, ikustaldi laburragoak egiten dituzte. 11-18 urteko gaztetxoagoetatik % 32,9 egunero ala egunean behin baino gehiagotan sartzen dira Twitchen eta, esan bezala, tarte luzeagoak igarotzeko (% 31,8 ordu betetik gora).

Gustuko en dituzten gai edo kategoriak



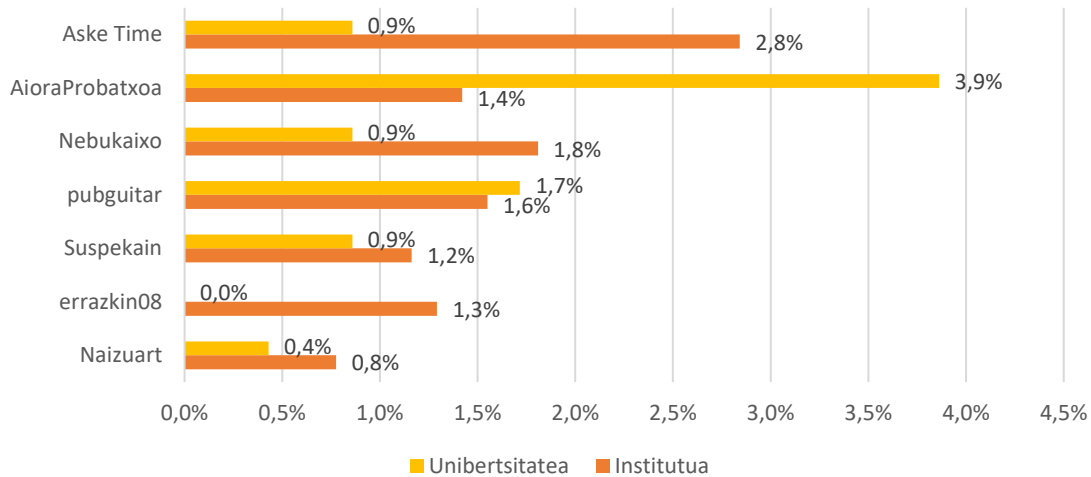
Iturria: Ikusiker panela, 2021.



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Twitcheko erabiltzaileek gustuko en dituzten gai edo zereginen artean, bideo-jokoak jaun eta jabe dira, bereziki gazteagoen artean. Inkestatuen % 86,3ak bideo-jokoak gustuko ditu, % 56ak *just chatting* kategoria hobestuta. Bestelako tipologiek pisu txikiagoa dute, adibidez kirolek (% 17,5), *Special Events* deritzenek (% 13,2) eta *talk show* edo podkastek (% 11,7).

Streamer ezagunak eta inoiz haien kontuan sartutakoak



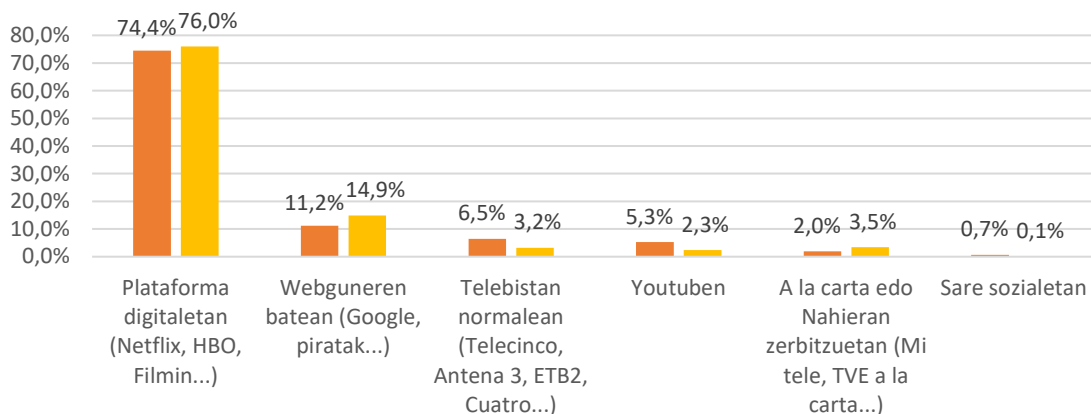
Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Twitcheko erabileraz galdetzean, euskal sortzaileren bat ezagutu eta bere emanaldiak jarraitzen ote dituzten jakin nahi izan dugu. Erantzun kopurua orokorrean baxua izan da eta Twitch erabiltzen duten gazteen artean gutxi adierazi dute hauetarikoren baten edukia ikusi izana.

4. SERIEAK

Lehen ere aipatu dugun gisan, ikus-entzunezkoen kontsumoari buruzko datuek mahaigainean jartzen dute gazteen artean *streaming* plataformek arrakasta handia dutela, eta bereziki Netflixek. Gainera, pandemiaren ondorioz *video on demand* plataformen kontsumoak gora egin du nabarmen. Gaur egun, gehientzat hau da fikziozko ikus-entzunezkoetarako sarbide naturala.

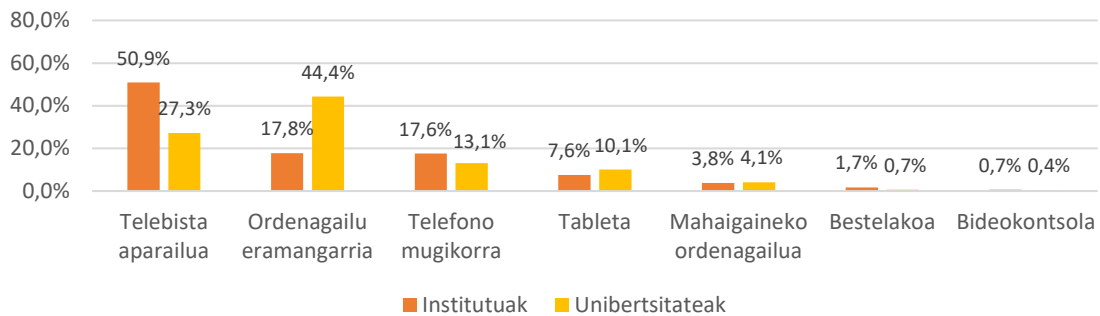
Ikusitako azken seriea ze plataformatan ikusi duten



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Datuek agerian uzten dutenez, *streaming* plataformak dira serieak ikusteko gehien erabiltzen den sistema, bigarren hezkuntzako gazteen (% 74,4) eta unibertsitatekoen artean (% 76). Oso bigarren mailan kokatzen dira gaur gaurkoz Google ala ordainbako bestelako baliabideak.

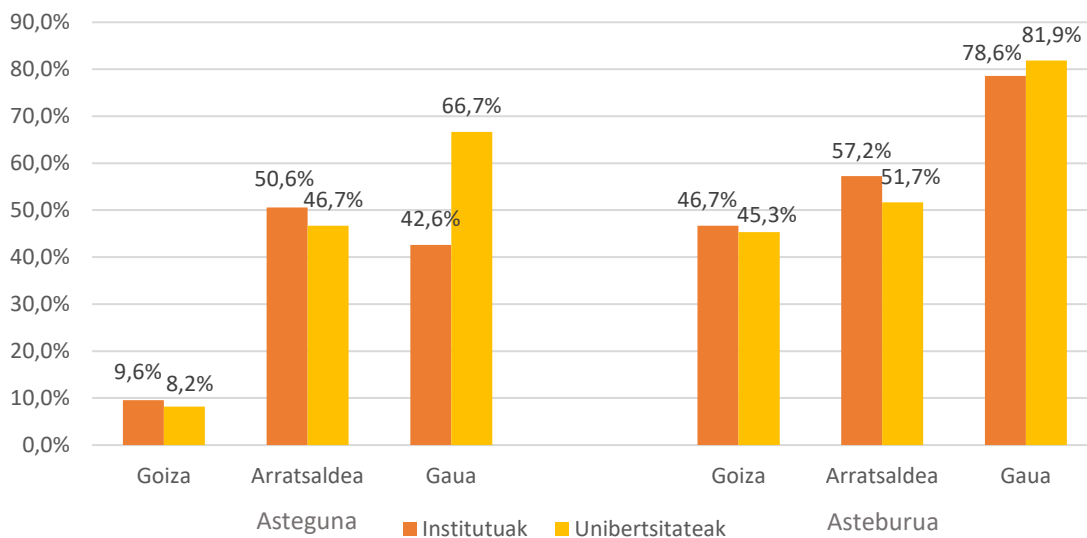
Ikusitako azken seriea ikusteko erabilitako aparailua zein den



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Eskura dituzten aparailuetatik serieak ikusteko aukeratzen dituztenak zehazterakoan, gehienek bi aipatzen dituzte: telebista eta ordenagailu eramangarria. Telebista nagusitzen da bigarren hezkuntzako inkestatuen artean (% 50,9) eta, aldiz, unibertsitarioek nahiago dute ordenagailua erabili (% 44,4). Kontuan hartzekoa da gainera, serieak ikusteko telefono mugikorrek bere lekua duela, gazteagoen artean ia ordenagailu eramangarriaren mailan, % 17,6 eta % 17,8, hurrenez hurren.

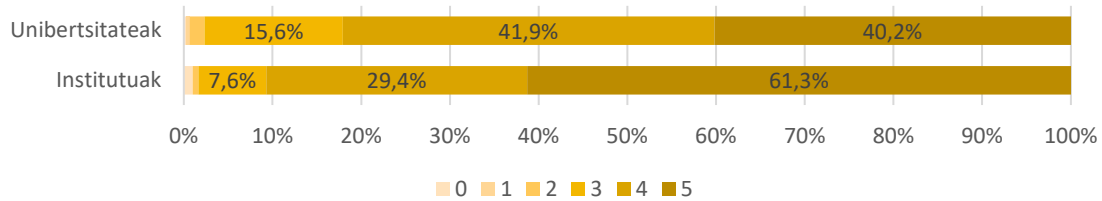
Serieak ikusteko momenturik normalena zein den



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Goiko grafikoan ikusten den bezala, gazteek serieak asteburuetan ikusteko joera handiagoa dute, goiz, arratsalde zein gauetz. Eta eguneko tarte bat nabarmendu beharko balitz, gaua aipatu beharko litzateke, gehienbat gaueko orduetan ikusten dituztelako serieak. Hala ere, ñabardurak aipatze aldera, esan beharra dago adin tarte desberdinetan joerak bereizten direla. Izan ere, 18tik gorakoek gauean egiten duten kontsumoa nabarmen altuagoa da beste ordu tarteekin alderatuta, eta 11-18 urte bitartekoek goizean eta arratsaldean egiten duten kontsumoa altuxeagoa da.

Ikusitako azken serieari jarriko lioketen nota

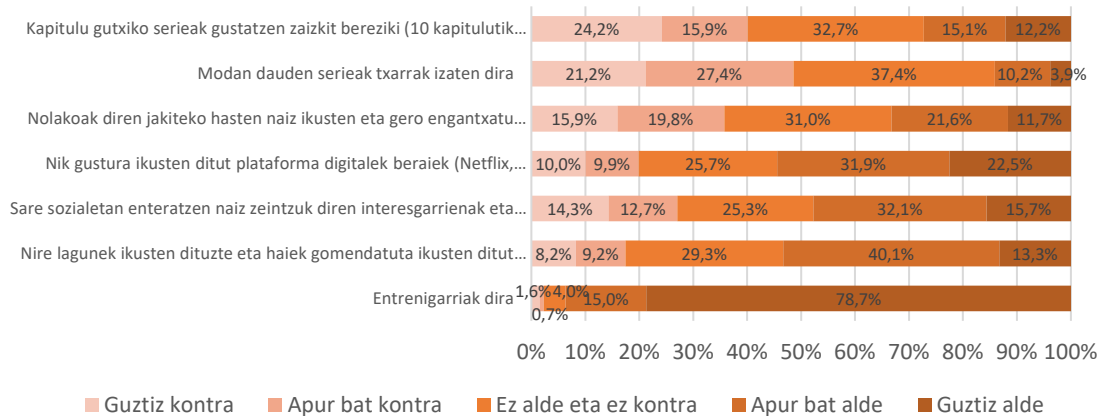


Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Serieak baloratzeko orduan, ez dago desberdintasun handirik BH eta unibertsitateko ikasleen artean. Agerikoa da ikusi duten azken seriea asko gustatu zaiela, gehiengoak ikus-entzunezko horri 4 edo 5teko nota jarri baitio –unibertsitatekoen % 82,1ak eta bigarren hezkuntzakoen % 90,7ak-.

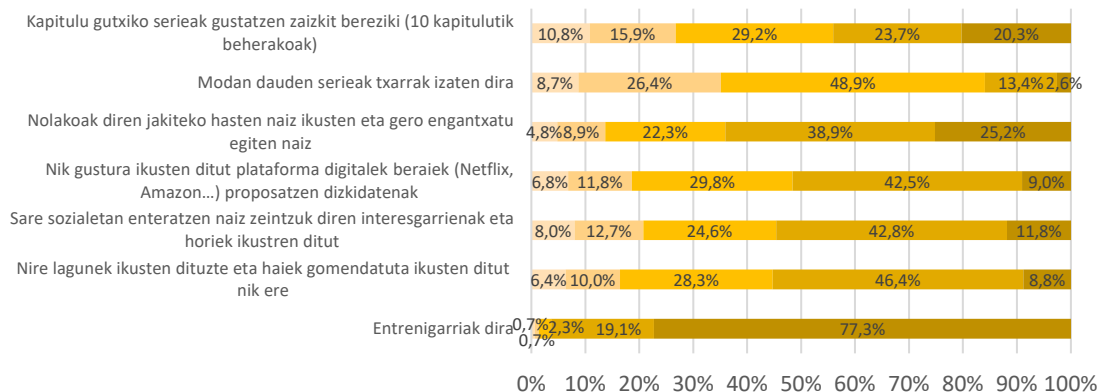
Ikerketaren interesekoa izan da baita ere inkestatuek serieak ikusteko izaten dituzten motibazio edo influentzia nagusiak ezagutzea, serie bat edo beste ikustea aukeratzeko orduan ze arrazoik bultzatzen dituzten jakiteko.

Serieak zergatik ikusten dituzten (11-18 adin tartea)



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Serieak zergatik ikusten dituzten (18-23 adin tartea)

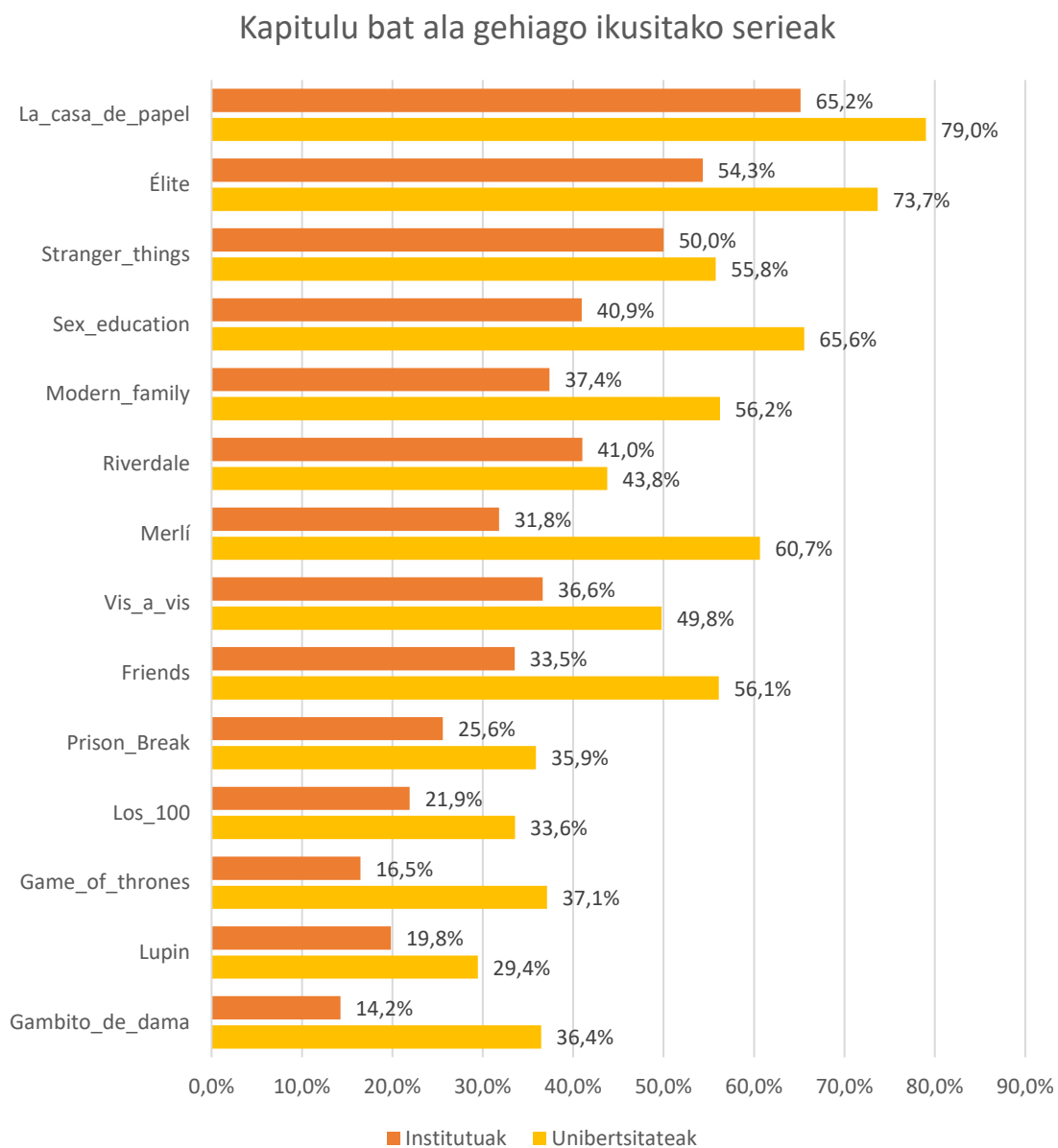


Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Bigarren hezkuntzako eta unibertsitateko ikasleen artean ez dago apenas desberdintasunik, eta beraz, adina ez da faktore bereizlea serieak ikusteko zergatietan. Esaterako, nerabeen % 93,7ak seriea entretenigarria izatea azpimarratzen duen moduan, unibertsitarioen ehunekoak 94,5 da. Bestetik, bigarren hezkuntzako eta unibertsitateetako gazteen erdiek baino gehiagok (% 54,4 eta % 53,5) plataformak berak gomendatutako serieak gustura ikusten ditu. Sare sozialetan agertzen zaizkienak eta lagunek aipatutakoak ere haintzat hartzen dituzte, faktore esanguratsuenak ez badira ere. Eragin gutxiago dute serieak duen engantxatzeko gaitasunak eta kapitulu asko edo gutxi izateak.

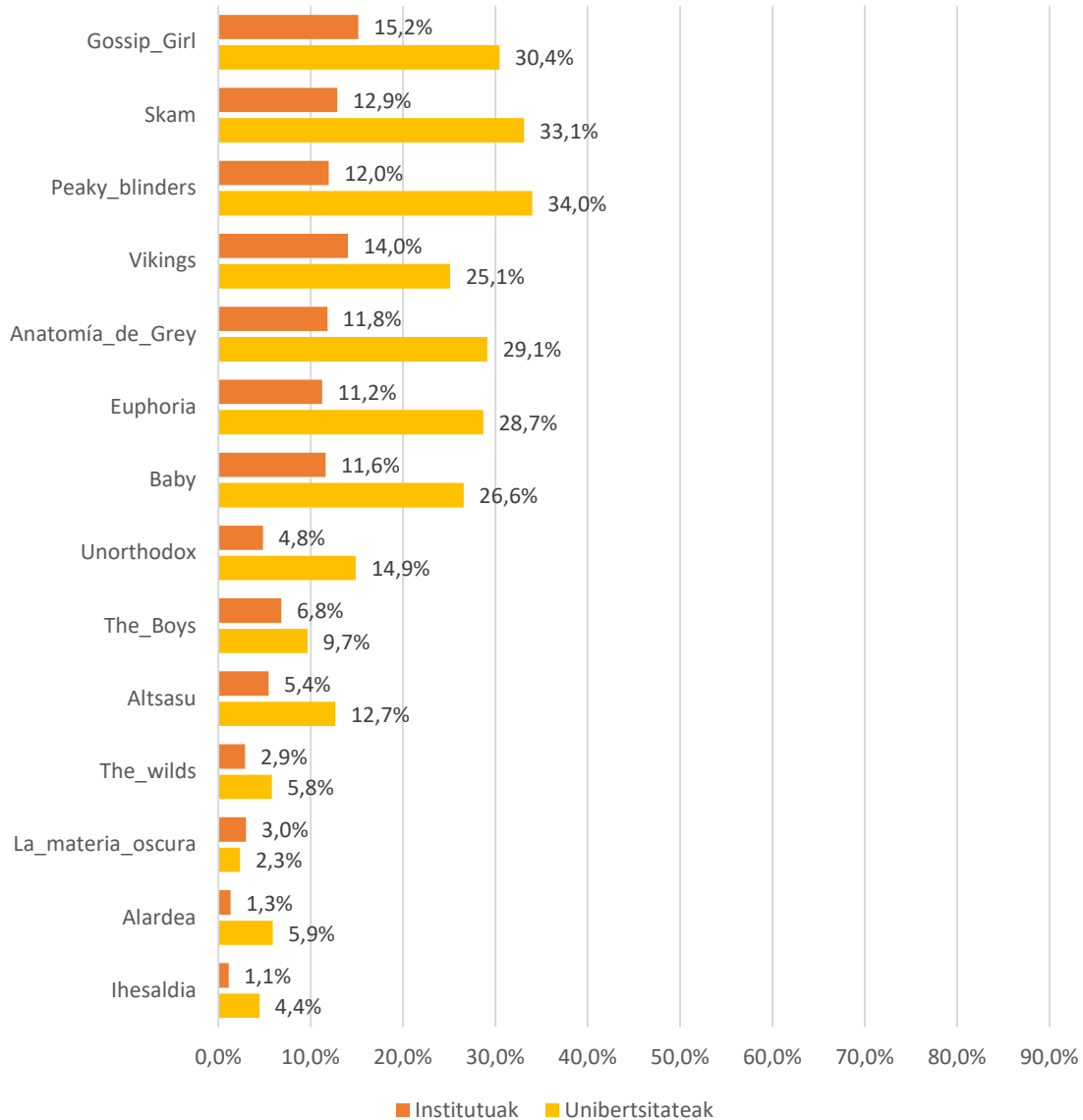
Beraz, esan daiteke serie bat aukeratzeko orduan gazteek edukiari erreparatzen diotela gehiago luzerari baino, eta gainera kontuan hartzekoak direla plataformen eta sare sozialen algoritmoak eta lagunen gomendioak.

Azken denboraldian ikusi dituzten produktuen artean zeintzuk diren arrakastatsuenak galdetu diegu eta horretarako zerrenda itxi bat eskaini diegu. Hona hemen emaitzak.



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Kapitulu bat ala gehiago ikusitako serieak



Iturria: Ikusiker panela, 2021.

Lehenik eta behin, datu hauek bereziki erakusten dutena da, unibertsitateko ikasleek gehiago ezagutzen dituztela zerrendatutako serieak eta, orohar, unibertsitateko ikasleek serieak kontsumitzeko ohitura handiagoa dutela bigarren hezkuntzako ikasleen aldean.

Bestetik, azpimarratuko dugu BHko zentroetako eta bai unibertsitateko hiru serie ikusienak “La Casa de Papel”, “Élite” eta “Stranger Things” direla, hirurak ere inkestatuen erdiek baino gehiagok ikusi dituztelarik noizbait. Aipatzekoa da baita ere, hiru horietatik lehenengo biak espainiar estatuko ekoizpenak direla, eta hamar serie ikusien artean ere lau direla gaztelaniaz. Lehen hamar horiek ere badute ezaugarri komun bat: hamar serie horiek Netflixekoak dira edo Netflixen egon dira eskuragarri aldi batean.

Amaitzeko, unibertsitateko ikasleen artean altuagoa da euskal ekoizpenen irismena BHko gazteen artean baino. Altsasu izan da aurkeztutako hiru serieetatik ikusiena, 18-23 urte

bitartekoen multzoan % 12,7ak aipatu du eta gazteagoen % 5,4ak ikusi izana aitortu du. Alardea % 5,9ak eta % 1,3ak ikusi duela erantzun du eta lhesaldia % 4,4 eta % 1,1ak.

LABURREAN

- **Ikusiker Panela 11-23 urte bitarteko gazteek osatzen dute** eta helburu modura dauka kontsumitzen dituzten ikus-entzunezkoetan eta erabiltzen dituzten aparailu eta online baliabideetan sakontzea. **EAEko eta Nafarroako bigarren hezkuntzako eta unibertsitateko 2.500tik gora ikaslek hartzen dute parte 2020-2021 ikasturteko panelean.**
- **Ikasleak IKTen erabiltzaile oparoak dira**, bereziki sare sozialetan aritzea eta **ikus-entzunezkoak kontsumitzea gustatzen zaie**. Horretarako guztiek daukate eskura **mugikorra** eta, unibertsitatekoen kasuan, % 84,7an, baita **ordenagailu eramangarria** ere.
- Gogoan daukaten azken bideo ala ikusi duten edukiari buruz galdetuta, **streaming** bidez ikusitakoak aipatzen dituzte. Unibertsitarien kasuan, **ohiko telebistak oraindik ere bere lekua dauka (kasuen % 32an aipatua da) ez hainbeste bigarren hezkuntzako ikasleen artean (% 13,7).**
- **Telebista hitzak gero eta gehiago “pantaila handia” esan nahi du** eta ez kanal tradizionalen erakuslehioa. Bigarren hezkuntzako ikasleek egongelan kokatua izaten den pantaila hori Netflix ala HBOko edukiak ikusteko erabiltzen dute. **Unibertsitateko ikasleek**, oraindik ere, ematen diote betiko erabilera baina kanal gutxi batzuk ikusteko, horie artean, **Telecinco, ETB2 eta FDF.**
- **Sare sozialetan murgiltzen dira sarri eta gauza askotarako**, bereziki Instagramen, Youtuben eta Twitchen. Instagramen kasuan, **unibertsitateko gazteetatik % 89,4ak kontua dauka eta erabiltzen du**; bigarren hezkuntzako ikasleen kopurua baxuagoa da: % 78,7. Instagramen **storyak eta feedak ikustea maiz egiten duten zerbait da**. Hirutik batek “askotan” eta beste heren batek “batzuetan” **storyak** ikustea aukeratzen du.
- **Youtube oso presente dago 11-23 urte bitarteko EAE eta Nafarroako ikasleen artean. Erditik gora egunero** (baita egunean behin baino gehiagotan) ibiltzen da Youtuben. Ordenagailu eramangarrietan ere ikusten bada, bereziki **arrakastatsua da mugikorretan**. Unibertsitarien eta bigarren hezkuntzakoen artean gehienak mugikorraren bidez konektatzen dira Youtubera.
- **Youtuberrak famatuak dira** bigarren hezkuntzako (% 64,9) eta unibertsitarien artean (% 55,8). Eta denek jarraitzen dituzte oso maiz ikus-entzunezko sare **sozial honek eskaintzen dituen gomendioak.**
- **Twitch denbora gutxian ezezaguna izatetik, ikasleen % 60,7a erabiltzera pasa da.** Gainera ikasle hauen heren bat egunero eta behin baino gehiagotan sartzen da. **Mugikorra** erabiliz aritzen diren sare sozial honetako jarraitzaileek bereziki pozik ikusten dituzte bideojokoei buruzko edukiak ala, huts hutsean, **just chatting** delako bakarrizketak.
- **Fikziozko edukietarako ez dago zalantzarik, plataforma digitalak dira aitortza gehien eskuratzen duten baliabideak. Netflix nagusi** da baina HBO edo Prime Video bezalakoek ere lortu dute beraien merkatu kuota.

- Serie aipatuenen artean daude **La casa de papel, Élite, Stranger things, Sex education** eta **Modern family**. Kasu hauetan guztietan, bigarren hezkuntza edo unibertsitateko bi ikasletatik batek ikusia dauzka.

- **Ikasleek nagusiki gaztelaniazko ikus-entzunezko produktuak aukeratzen dituzte** (batez ere online kontsumoetan), baina beste hizkuntza batzuek ere badute beren lekua, tartean ingelesak, euskarak eta japonierak. Telebistaren kasuan, bigarren hezkuntzako ikasleek aipatutako ikus-entzunezko produktuen % 8,1a euskaraz da, eta % 5,5a unibertsitatekoen artean.

EN RESUMEN

- El Panel Ikusiker está formado por jóvenes de 11 a 23 años de las comunidades autónomas vasca y navarra y busca profundizar en el conocimiento de sus consumos audiovisuales y de los usos que hacen de los distintos dispositivos y recursos online. En el curso 2020-2021 más de 2.500 estudiantes de secundaria y universidad han participado en el panel.
- Los estudiantes son **prolijos en su uso de las TIC, especialmente para adentrarse en las redes sociales, y, por supuesto, disfrutar con los distintos productos audiovisuales.** Para ello todos tienen a su disposición el móvil y, en el caso de los universitarios, recurren al ordenador portátil, para éste último caso en un 84,7%.
- Preguntados sobre el último vídeo o contenido audiovisual que han visto, mencionan en particular aquellos por **streaming**. Entre los universitarios, **la televisión tradicional sigue teniendo su espacio (32%)**, muy por encima del que consigue entre los estudiantes de secundaria (13,7%).
- Entre los jóvenes, cada vez más, **la palabra televisión significa "pantalla grande" y se aleja progresivamente de la referencia a los canales tradicionales.** Los alumnos de secundaria utilizan esta pantalla habitual en el salón de casa para ver los contenidos de Netflix o HBO. Los estudiantes universitarios siguen dándole el uso tradicional, pero para ver unos pocos canales, entre ellos Telecinco, ETB2 y FDF.
- **Los jóvenes vasco-navarros de secundaria e universidad se sumergen en las redes sociales a menudo y para muchas cosas**, especialmente en Instagram, Youtube y Twitch. En el caso de Instagram, el 89,4% de los estudiantes universitarios tiene cuenta y la utilizan; entre los de secundaria el porcentaje es más bajo, el 78,7%. Ver *stories* y *feeds* en Instagram es algo que hacen en su día a día. Uno de cada tres ve *stories* "muchas veces" y otro tercio "a veces".
- **Youtube también está muy presente entre los alumnos de entre 11 y 23 años de la CAV y Navarra.** Más de la mitad lo abren diariamente (incluso varias veces al día). Aunque, también se vea en los ordenadores portátiles, es especialmente exitoso en los móviles. El 89,4% de los universitarios y el 79,6% entre los estudiantes de secundaria utilizan el móvil para ver YouTube. **Los youtubers son muy seguidos por los de secundaria (64,9%)** y algo menos por los universitarios (55,8%). Y todos se hacen eco muy a menudo las recomendaciones que ofrece esta red social audiovisual.
- **Twitch ha pasado en poco tiempo de ser una desconocida red a la que accedían sólo las personas interesadas en los videojuegos a ser muy popular y llegar al 60,7% del alumnado objeto de estudio.** Además, un tercio de estos alumnos y alumnas lo utilizan diariamente y más de una vez. Los seguidores de esta red social prefieren el móvil para conectarse y encuentran especialmente satisfactorios los contenidos sobre videojuegos o los monólogos, denominados *just chatting*.
- Para los contenidos de ficción no hay duda, **las plataformas digitales son las grandes referencias.** Netflix domina el mercado, pero otros como HBO o Prime Video también han conseguido su cuota.

- Entre las series más citadas están **La casa de papel, Élite, Stranger things, Sex education o Modern family**. En todos estos casos, uno de cada dos estudiantes de secundaria o universidad ya las ha visto.
- Aunque los estudiantes **eligen mayoritariamente el castellano para sus productos audiovisuales** (sobre todo en los consumos online), otras lenguas, entre ellas el inglés, el euskera y el japonés también tienen su sitio. En el caso de la televisión, el euskera está presente en el 8,1% de los productos audiovisuales mencionados por los estudiantes de secundaria y el 5,5% entre los universitarios.



Lan hau [Creative Commons Aitortu 4.0 Nazioartekoa lizentzia](#) baten mende dago.

