

## **INSTAGRAM**

---

## INSTAGRAM

---

En este informe se presentan los resultados del segundo cuestionario del curso 2021-2022, siendo Instagram el tema principal del cuestionario.

### 1. NOTAS METODOLÓGICAS

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. Las encuestas son gestionadas desde la plataforma encuestafacil.com y el Centro de Investigación Sociológica Aztiker se encarga de explotar las bases de datos. Las encuestas son gestionadas desde la plataforma encuestafacil.com y el Centro de Investigación Sociológica Aztiker se encarga de explotar las bases de datos.

En este informe se encuentran los resultados del cuestionario realizado entre el 18 y 30 de noviembre del 2021. En la primera parte se muestran los temas concretos trabajados este mes, y en la segunda parte las características sociodemográficas de los panelistas que han respondido al cuestionario (variables sociodemográficas, información sobre sus estudios y los datos sociolingüísticos). se han tomado en cuenta 1.431 respuestas, es decir, las de todos los panelistas válidos (los que han llegado al final de la encuesta y que no se hayan repetido).

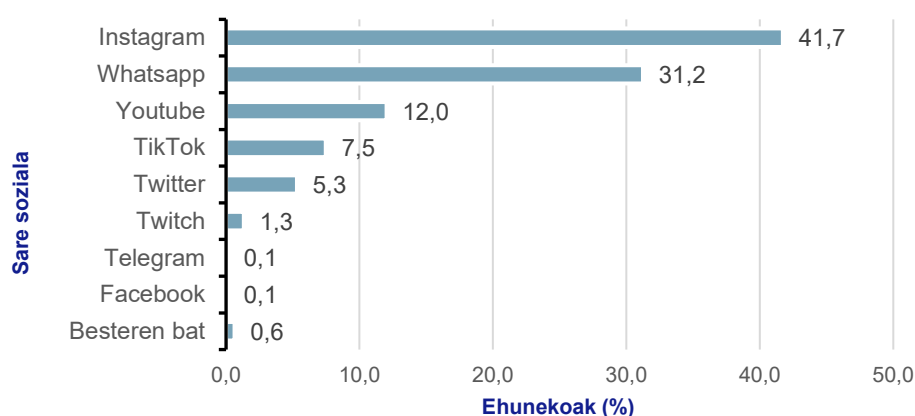


### 2. EL USO DE LAS REDES SOCIALES

En este cuestionario, se les ha preguntado sobre las redes sociales que más usan, concretamente sobre la red social que más usan, el segundo y el tercero. En el caso de la primera pregunta, el 85% de los encuestados se posiciona entre tres redes sociales: Instagram, Whatsapp y Youtube.

La red social que más es usada entre la mayoría de los panelistas es Instagram (elegido por el 41,7%). Le sigue Whatsapp (mencionado por el 31,2%) y en tercer lugar queda Youtube (12%). Algunos han elegido TikTok y Twitter, con el 7,5% y 5,3% de los panelistas respectivamente.

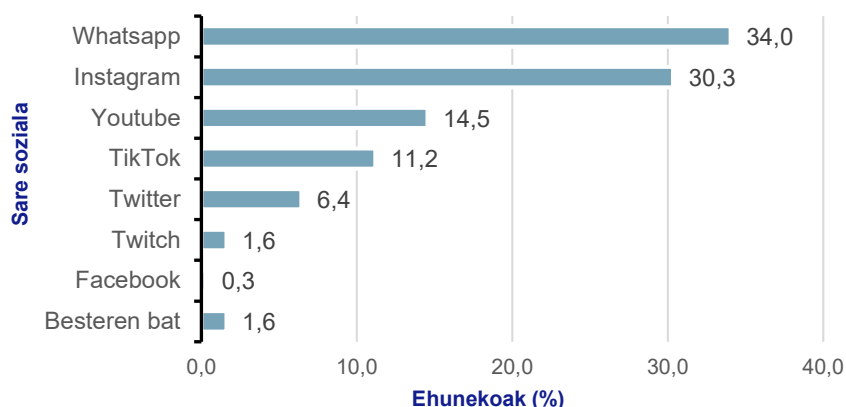
Imagen 9 – Elige de esta lista la red social que **MÁS** usas



Fuente: Ikusiker Applika +

En el caso de la segunda red social más usada, las tres opciones principales se repiten, pero cambia un poco el orden: primero se posiciona Whatsapp (34,0%), seguido de Instagram (30,3%) y manteniéndose tercera Youtube (14,5%).

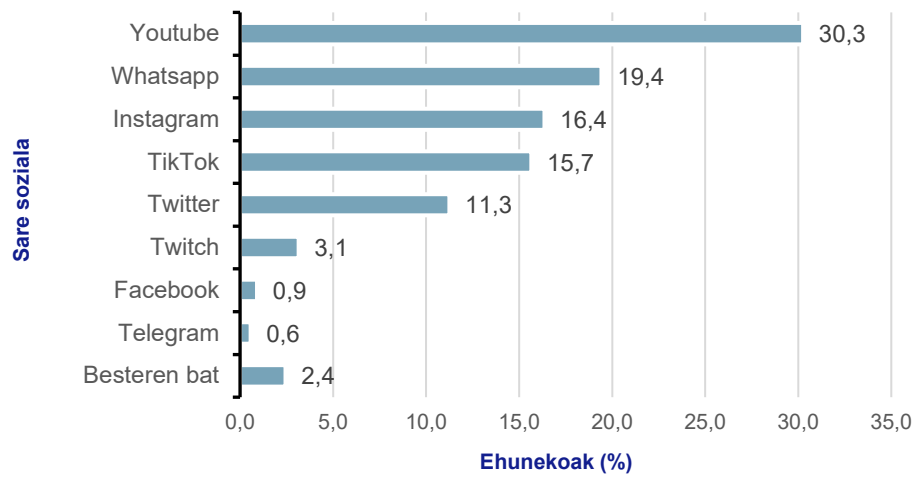
Imagen 10 – Elige de esta lista la **SEGUNDA** red social que **MÁS** usas



Fuente: Ikusiker Applika +

Al preguntar sobre la tercera red social más usada, forman el podium los mismos nombres que las preguntas anteriores, pero Youtube se menciona más que los otros dos (éste acumula un 30,3%, 19,4% Whatsapp y 16,4% Instagram).

Imagen 11 – Elige de esta lista la TERCERA red social que MÁS usas

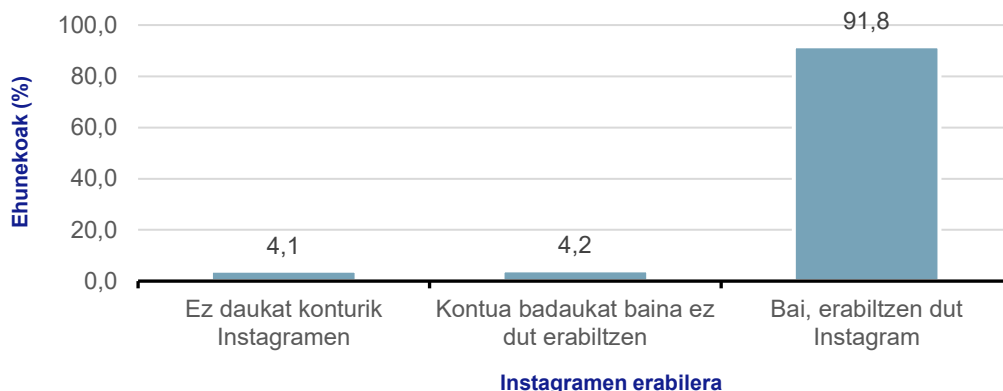


Fuente: Ikusiker Applika +

### 3. INSTAGRAM

El cuestionario se ha aprovechado para preguntar sobre una de las redes sociales más usadas, concretamente sobre Instagram. De los 1.431 personas que han respondido 1.313 han indicado que la usan y la mitad de los restantes admiten tener cuenta.

Imagen 12 – En el caso de Instagram, dinos por favor, si usas esta red social

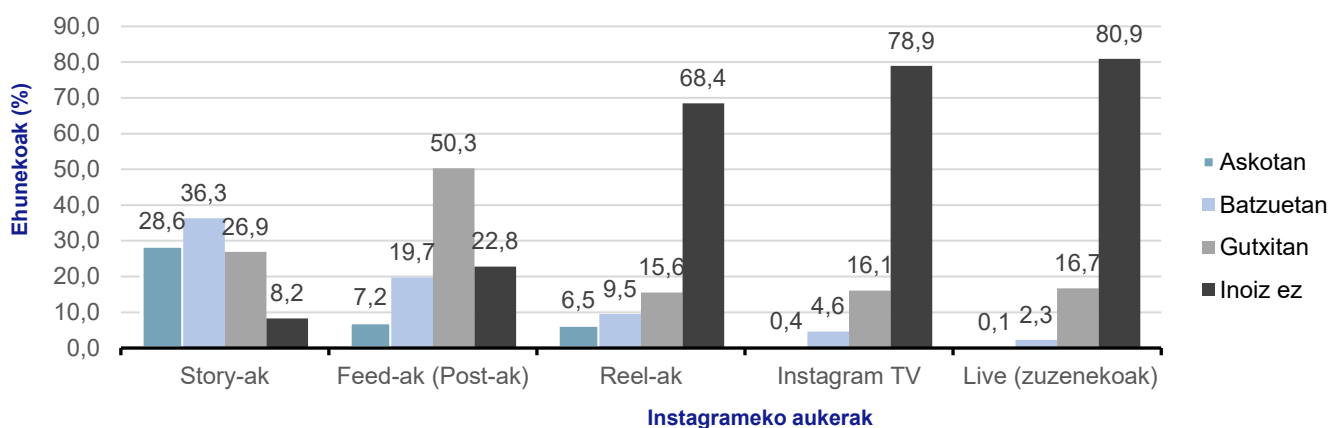


Fuente: Ikusiker Applika +

Entre las opciones que ofrece Instagram, al fijarnos en el uso, se aprecia una notable diferencia. Esas opciones están ordenadas en el siguiente gráfico desde el recurso más usado al menos usado.

El formato más usado es el story: el 64,9% manifiesta que usa los storys muchas veces o de vez en cuando. El segundo más usado es el feed con el 26,9% que admite usarlo muchas veces o frecuentemente. En tercer lugar están los reel-s con el 16% de uso frecuente, pero en este caso ya la mayoría indica que no los usa nunca (68,4%). Instagram TV y los directos no los usan entorno a ocho de diez panelistas.

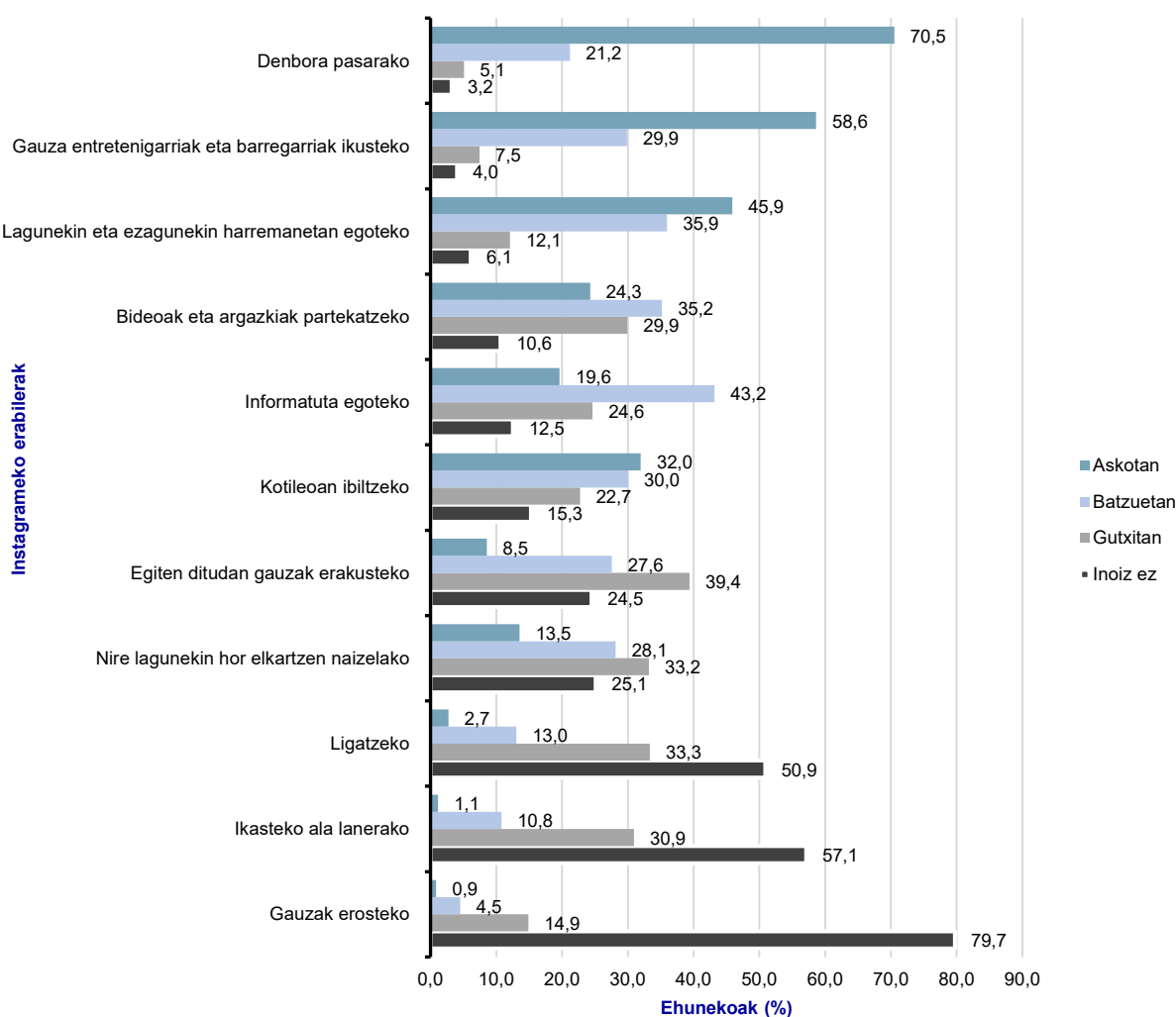
Imagen 13 – La frecuencia en la que se usan los siguientes recursos de Instagram



Fuente: Ikusiker Applika +

También se ha preguntado para qué usan Instagram. Se han mostrado once usos distintos, entre los cuales hay visibles diferencias de uso. Más de la mitad de los encuestados manifiestan que la usan frecuentemente para pasar el tiempo (70,5%) y para ver contenidos entretenidos y graciosos (58,6%) y se menciona notablemente que usan la red social para estar en contacto con amigos y conocidos (45,9% la usa muchas veces para esto). Es menos usada para compartir videos y fotos, para informarse o para el cotilleo. En cambio, la mayoría de los panelistas se ha posicionado en la opción “pocas veces” en cuanto a estas frases: “para enseñar las cosas que hago” y “porque junto con mis amigos en la red social”. Por último, más de la mitad indica que nunca la usan para ligar (50,9%), para estudiar o trabajar (57,1%) o para comprar (79,7%).

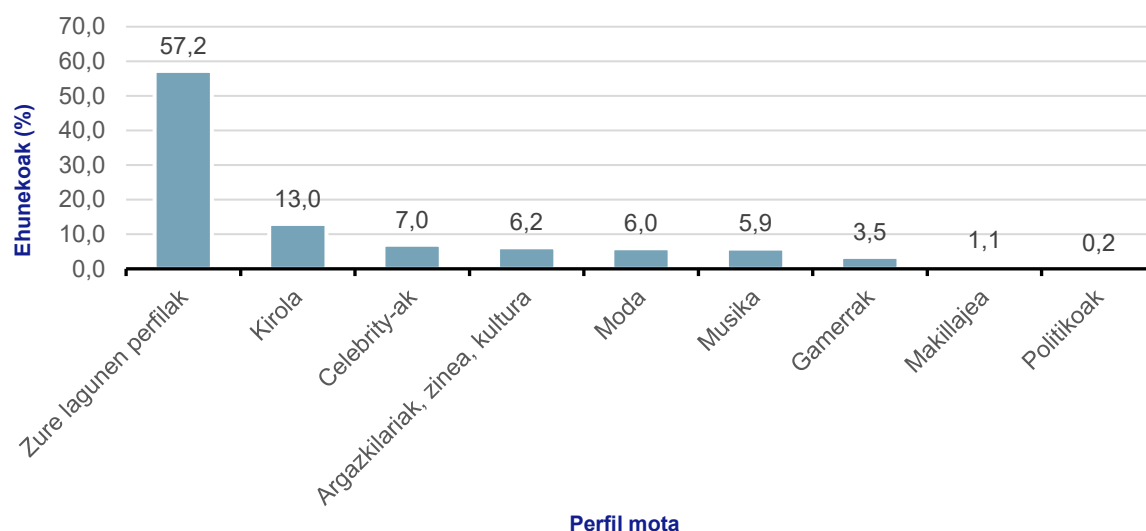
Imagen 14 – ¿Para qué usas Instagram?



Fuente: Ikusiker Applika +

Los panelistas siguen sobretodo los perfiles de sus amigos; así manifiesta el 57,2%. Los perfiles relacionados con el deporte son los siguientes más seguidos (elegidos por el 13%), después los celebrities (7%), fotografías o relacionados con el cine y la cultura (6,2%), temas de moda (6%) y música (5,9%). Los menos mencionados son los políticos (0,2%).

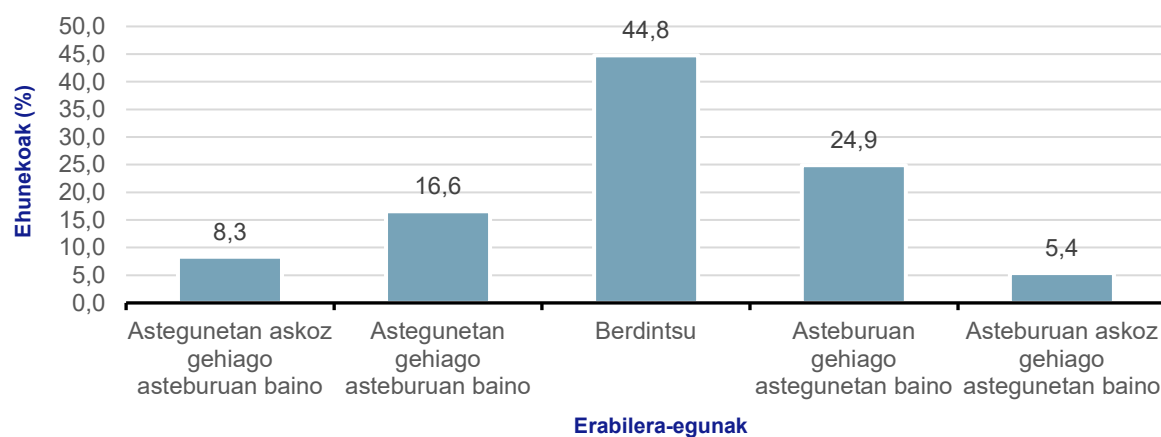
Imagen 15 – Tipo de perfil más seguido



Fuente: Ikusiker Applika +

En cuando al momento en el que se utiliza Instagram, casi la mitad afirma utilizarla de forma similar en días laborables y fin de semana (44,8%). Entre los que se inclinan hacia un lado, son un poco más los que la usan más el fin de semana que los días laborables (30,3% en total); los que usan más entre semana son el 24,9%.

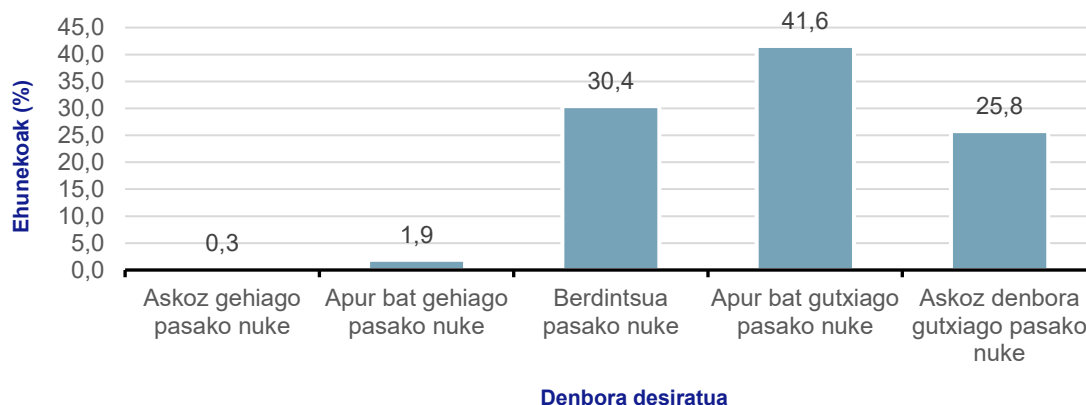
Imagen 16 – ¿Cuándo usas más Instagram?



Fuente: Ikusiker Applika +

Si les fuera posible, los panelistas pasarían menos tiempo en Instagram: el 41,6% un poco menos y el 25,8% mucho menos.

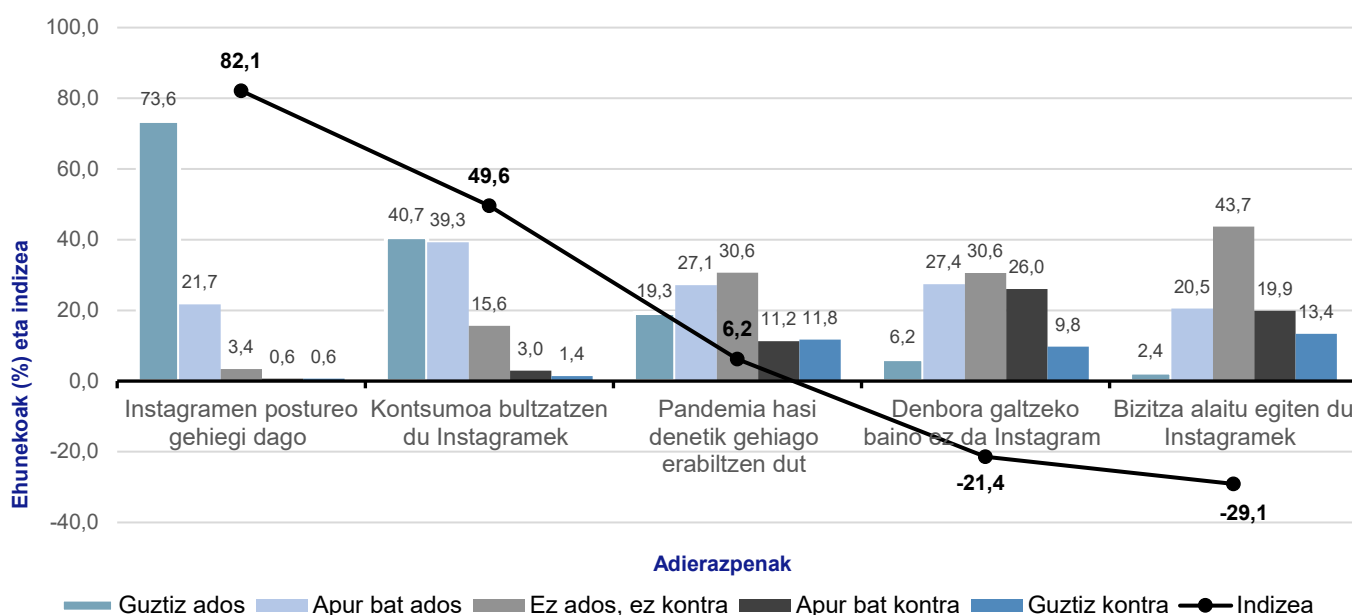
Imagen 17 – Si te fuera posible, en Instagram pasarías...



Fuente: Ikusiker Applika +

Para conocer la opinión de los panelistas sobre Instagram, se les han presentado unas frases y preguntado en qué medida están de acuerdo con ellas. Se muestran en el cuadro de abajo, ordenadas por el nivel de conformidad que ha recibido cada una de ellas. La frase con la que más conformidad hay es la de “En Instagram hay demasiado postreo”, siguiéndole la frase de “Instagram fomenta el consumo”. No ha habido consenso en la tercera frase: “La uso más desde que empezó la pandemia”. Finalmente, el desacuerdo toma fuerza en dos frases: “Instagram sólo sirve para perder tiempo” y “Instagram alegra la vida”.

Imagen 18 – Conformidad con las siguientes frases

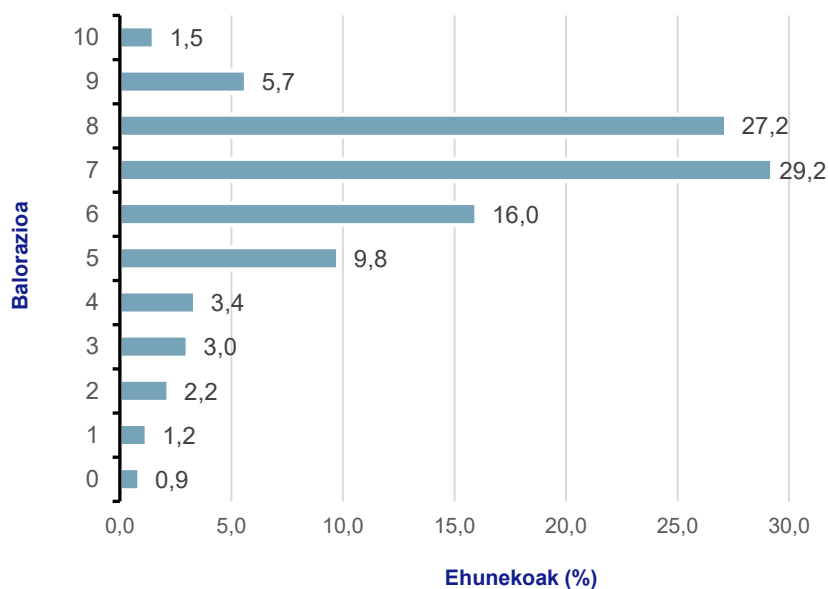


Fuente: Ikusiker Applika +



Para terminar, se ha pedido una valoración general de Instagram en una escala de 0 a 10 (siendo 0 la valoración más negativa y 10 la más positiva). Se le ha dado una puntuación de 6,61 de media. Un tercio le ha dado una puntuación entre 8 y 10, otro tercio se ha posicionado en el 7 y otro tercio ha dado una puntuación entre 4 y 6.

Imagen 19 – Valoración general de Instagram



Fuente: Ikusiker Applika +