

## YOUTUBE

---

## YOUTUBE

---

En este informe se incluyen algunos de los resultados de la tercera encuesta realizada en el curso 2021-2022, en la cual se trabajan sobre todo temas relacionados con YouTube.

### 1. NOTAS METODOLÓGICAS

En el momento de la realización de este trabajo de investigación, el Panel Ikusiker está formado por más de mil estudiantes de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y la Universidad Pública de Navarra (UPNA). Estos estudiantes contestan de manera estable y frecuente los cuestionarios *on-line* que se les envían, relacionadas con el uso de las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) y el consumo de contenidos audiovisuales. El panel Ikusiker se creó en el curso 2018-2019, y en la actualidad es parte del proyecto Applika+ (US20/21) dirigido por el grupo de investigación NOR de la UPV/EHU, EITB, el Observatorio Vasco de la Cultura y Tabacalera, y reúne a estudiantes de distintos campus y áreas de conocimiento. Las encuestas se hacen a través de encuestafacil.com y las bases de datos son gestionadas por el Centro de Investigaciones Sociológicas Aztiker.

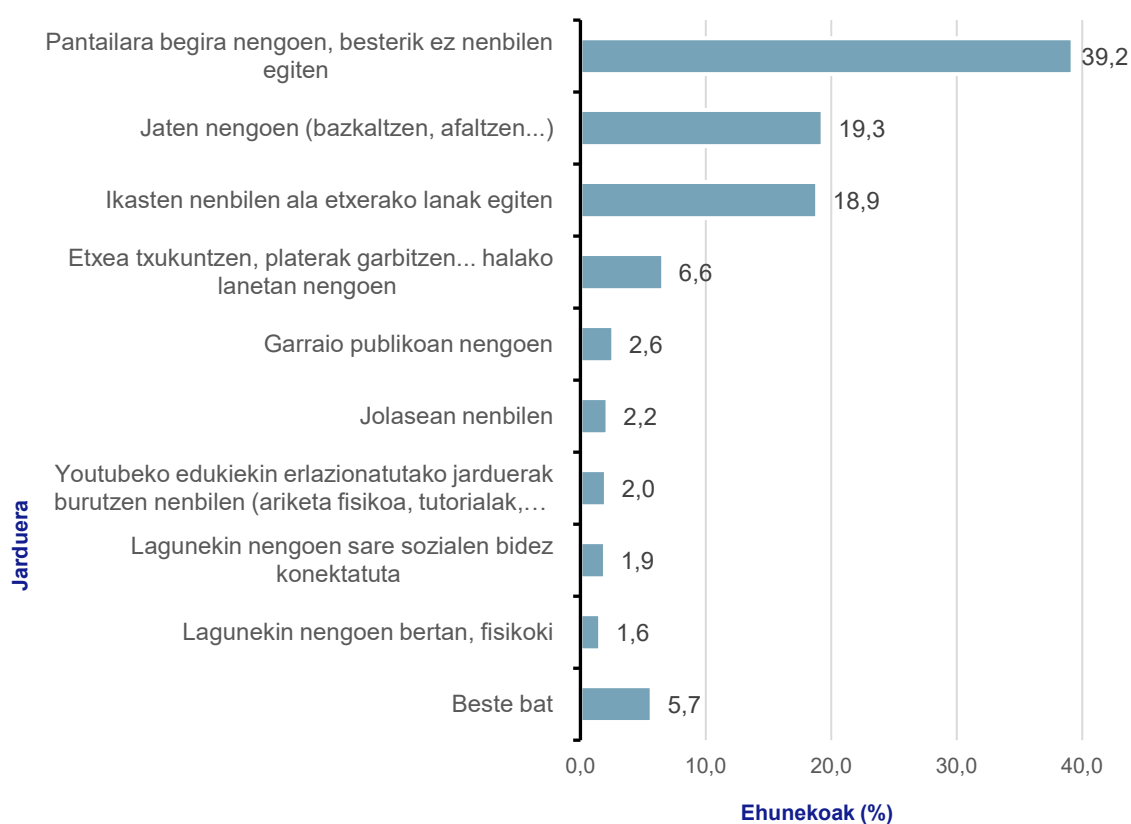
En este informe se encuentran los resultados de la encuesta realizada entre el 13 y el 20 de diciembre de 2021. Se presentan los datos obtenidos sobre el uso de Youtube entre el alumnado, como consumidores y creadores de contenidos. Se han tenido en cuenta respuestas de 1.348 panelistas válidos, los que han llegado al final de la encuesta.



**2. USO DE YOUTUBE**

En esta encuesta se pregunta especialmente por YouTube, y sobre qué tipo de contenidos se ven y se generan en esta plataforma. Preguntados por el último periodo en el que se ha utilizado YouTube, el 39,2% de los encuestados no estaban haciendo nada más mientras estaban conectados a la plataforma, estaban exclusivamente atentos a la pantalla. Es decir, más de seis de cada diez estaban realizando otras tareas al mismo tiempo. Entre estas actividades destacan especialmente comer (19,3%) y estudiar o hacer los deberes (18,9%). A continuación, en tercer lugar, se encuentran los trabajos de limpieza del hogar (6,6%).

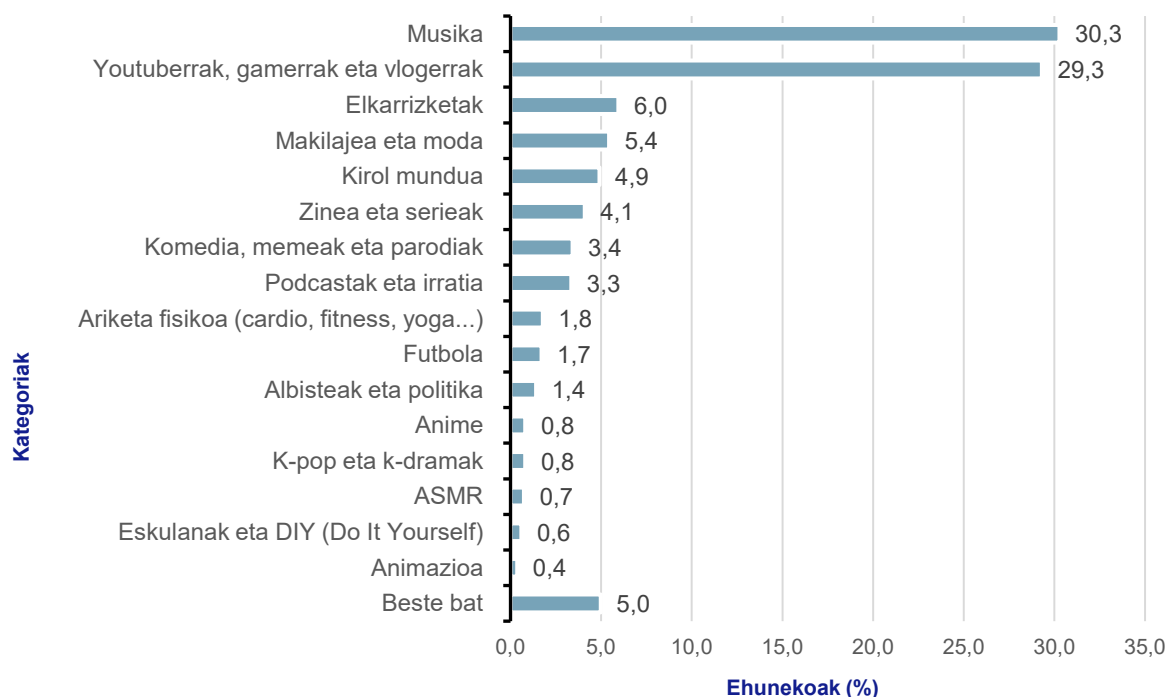
**1. Imagen – ¿Que hacías mientras veías videos de YouTube?**



Fuente: Ikusiker Applika +

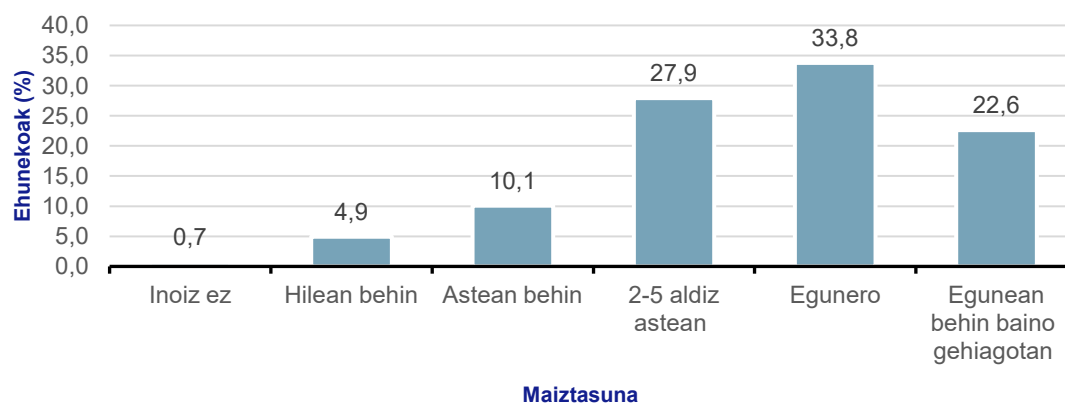
Al ser preguntados por sus categorías favoritas de YouTube, un número importante de las respuestas citan “música” y “youtubers, gamers y vlogers”, ya que reúnen al 59,6% de los encuestados (el 30,3% ha elegido la primera y el 29,3% la segunda). A partir de ahí, las categorías que han superado el listón del 2% son las siguientes: entrevistas (6%), maquillaje y moda (5,4%), deporte (4,9%), cine y series (4,1%), comedia, memes y parodias (3,4%) y *podcasts* y radio (3,3%).

## 2. Imagen – ¿Qué tipo de contenido ves en YouTube?



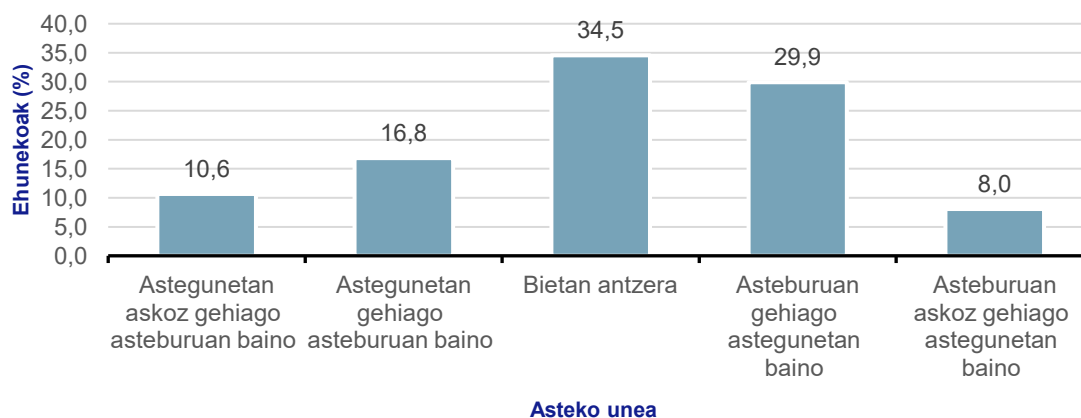
Centrándonos en la frecuencia con la que utilizan YouTube, más de la mitad lo hacen al menos una vez al día (56,4%). Es más, el 22,6% admite que se conecta más de una vez al día. En el caso de la otra mitad de los encuestados, son mayoría los que lo usan más de una vez a la semana (el 27,9% dice que lo usa entre 2 y 5 veces a la semana); los que lo utilizan una vez a la semana o menos son el 15,7%.

## 3. Imagen - ¿Cada cuánto utilizas YouTube?



Al preguntar en que momento de la semana se utiliza YouTube, podemos encontrar distintas tendencias entre los estudiantes. EL 34,5% dice que se conecta de la misma manera entre semana y los fines de semana, mientras que el 27,5% lo utiliza más entre semana y el 38% los fines de semana.

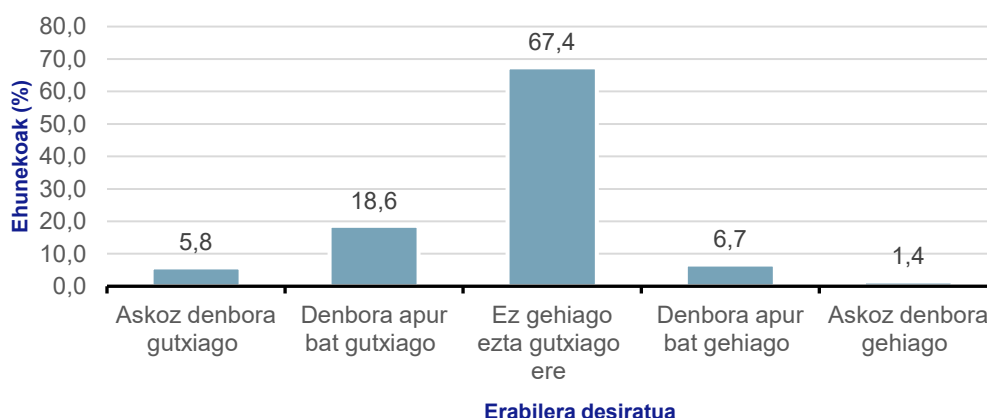
4. Imagen – ¿Cuándo utilizas más YouTube, entre semana o los fines de semana?



Fuente: Ikusiker Applika +

Al pensar en el tiempo que les gustaría dedicar a esta plataforma, el 67,4% dice que está conforme con la cantidad de tiempo que pasa en YouTube (se colocan en la opción “no pasaría ni más ni menos tiempo”). Aun así, un cuarto de los encuestados dice que le gustaría estar menos tiempo (un 18,6% “un poco menos” y un 5,8% “mucho menos”) y al 8,1% restante le gustaría dedicarle más tiempo (el 6,7% “un poco más” y un 1,4% “mucho más”).

5. Imagen – ¿Si pudieras, pasarías más o menos tiempo en YouTube?

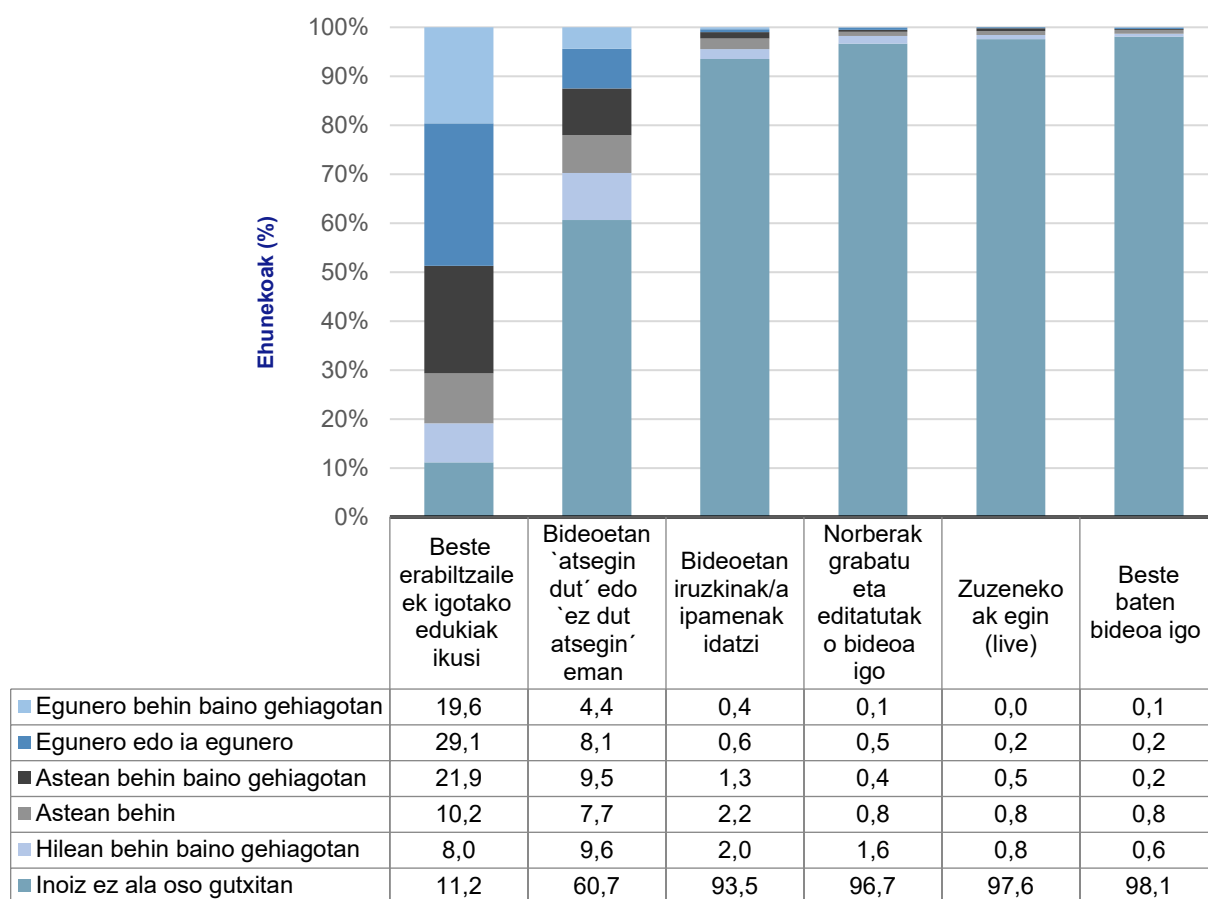


Fuente: Ikusiker Applika +

También se ha preguntado por la frecuencia en la que se realizan algunas acciones en YouTube. De todas las acciones que se han preguntado, hay dos que se realizan, significativamente, mucho más que todas las demás, incluso se puede decir que las vías más activas de relación con la plataforma son las menos utilizadas y las más pasivas las que más se utilizan.

Visualizar los contenidos subidos por otros usuarios es lo más frecuente: el 19,6% de los encuestados lo hace varias veces al día, el 29,2% casi a diario y el 21,9% más de una vez a la semana. La segunda acción más frecuente ha sido valorar los videos con un 'me gusta' o 'no me gusta', ya que el 4,4% lo hace varias veces al día, el 8,1% todos o casi todos los días y el 9,5% al menos una vez a la semana. Sin embargo, el 60,7% dice que nunca valora los videos con un 'me gusta' o 'no me gusta'. Las siguientes cuatro acciones no son realizadas por más de nueve de cada diez encuestados: escribir comentarios o reseñas en vídeos, subir vídeos grabados y editados por uno mismo, hacer directos (*live*) y subir vídeos de otros.

## 6. Imagen – Frecuencia con la que se realizan distintas acciones en YouTube.

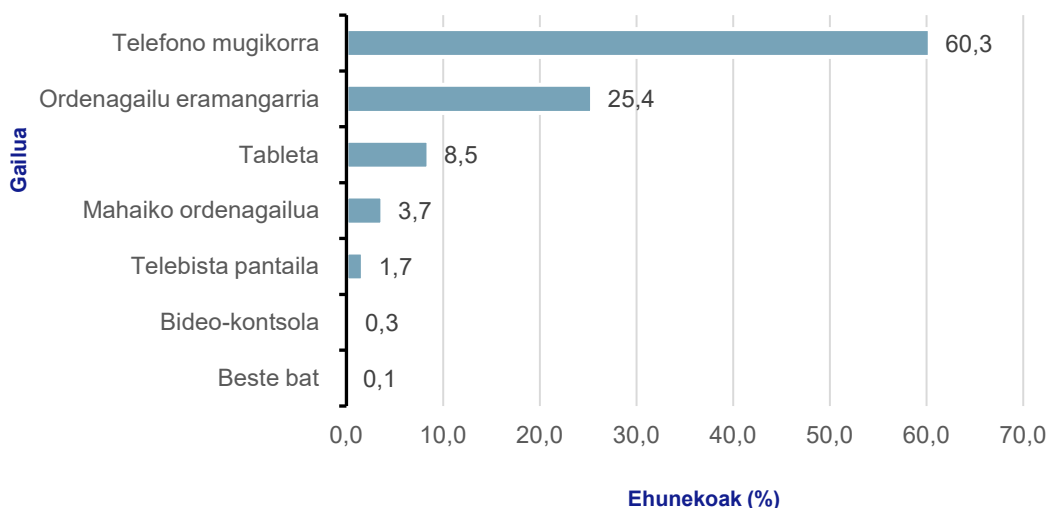


Youtubeko ekintzak

Fuente: Ikusiker Aplikoa +

El dispositivo más usado para ver YouTube es el teléfono móvil, ya que lo usa el 60,3% de los estudiantes del panel. A continuación, viene el ordenador portátil, mencionado por un cuarto de los encuestados (25,4%). El 8,5% ha nombrado la tablet, el 3,7% el ordenador de mesa y un 1,7% la pantalla de televisión.

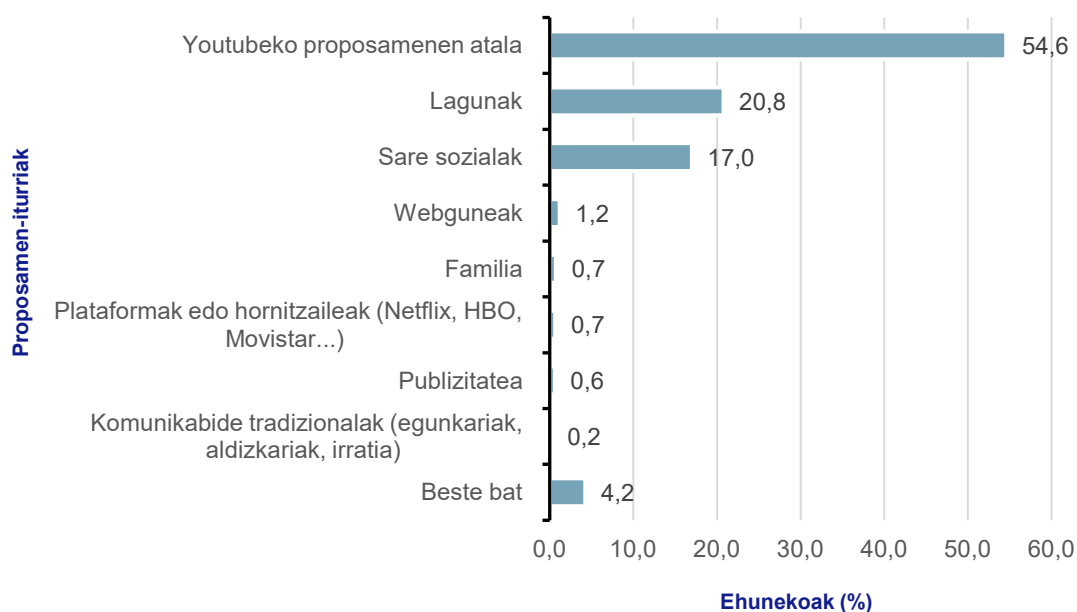
7. Imagen – ¿Cuál es el aparato que más usas para ver YouTube?



Fuente: Ikusiker Applika +

Preguntados por las fuentes de las recomendaciones que utilizan para elegir que contenido se ve, preguntando cual es la fuente principal (única). Casi todos los encuestados han respondido una de las siguientes tres opciones: el portal de recomendaciones de YouTube (54,6%), los amigos (20,8%) y las redes sociales (17%).

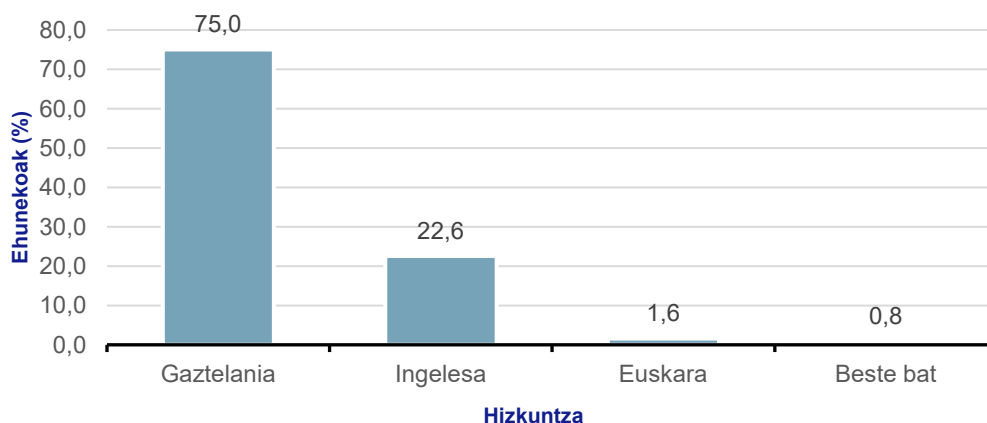
8. Imagen – ¿De dónde recibes las recomendaciones para elegir que ves en YouTube?



Fuente: Ikusiker Applika +

Al preguntar por el idioma en el que se suelen ver contenidos en YouTube, se mencionan principalmente dos idiomas: el castellano domina el consumo del 75% de los encuestados, y el inglés en el 22,6%. El 1,6% de los encuestados ha contestado el euskera como idioma principal en el que ve los contenidos de YouTube.

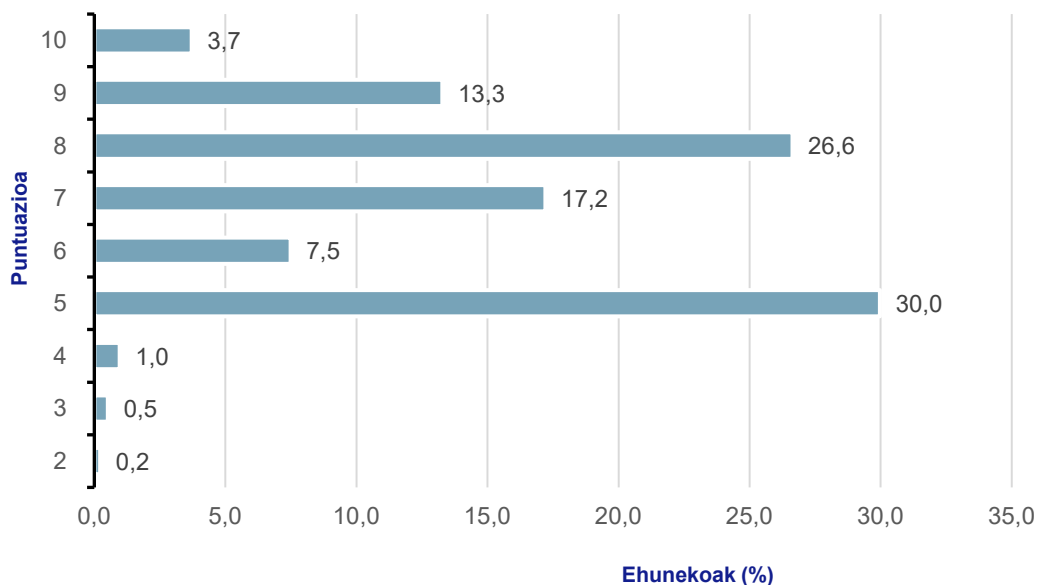
9. Imagen – ¿Cuál es el idioma principal de los videos que ves en YouTube?



Fuente: Ikusiker Aplikia +

Respondiendo a la petición de que valoraran esta plataforma en una escala del 0 al 10, la nota media es de 6,91. Un 43,6% elige una puntuación entre el 8 y el 10, un 54,7% una entre el 5 y el 7 y solo el 1,7% de los encuestados suspende a YouTube.

10. Imagen – Si tendrías que hacer una valoración general de YouTube, ¿qué nota le darías?



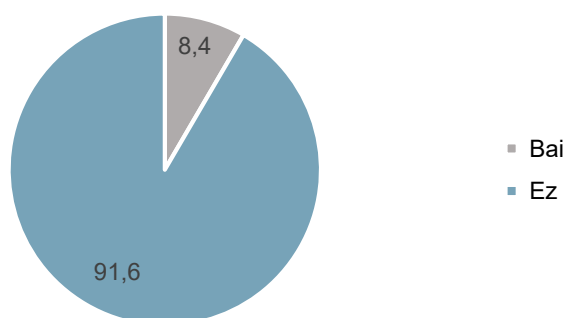
Fuente: Ikusiker Aplikia +



### 3. CREADORES DE CONTENIDO DE YOUTUBE

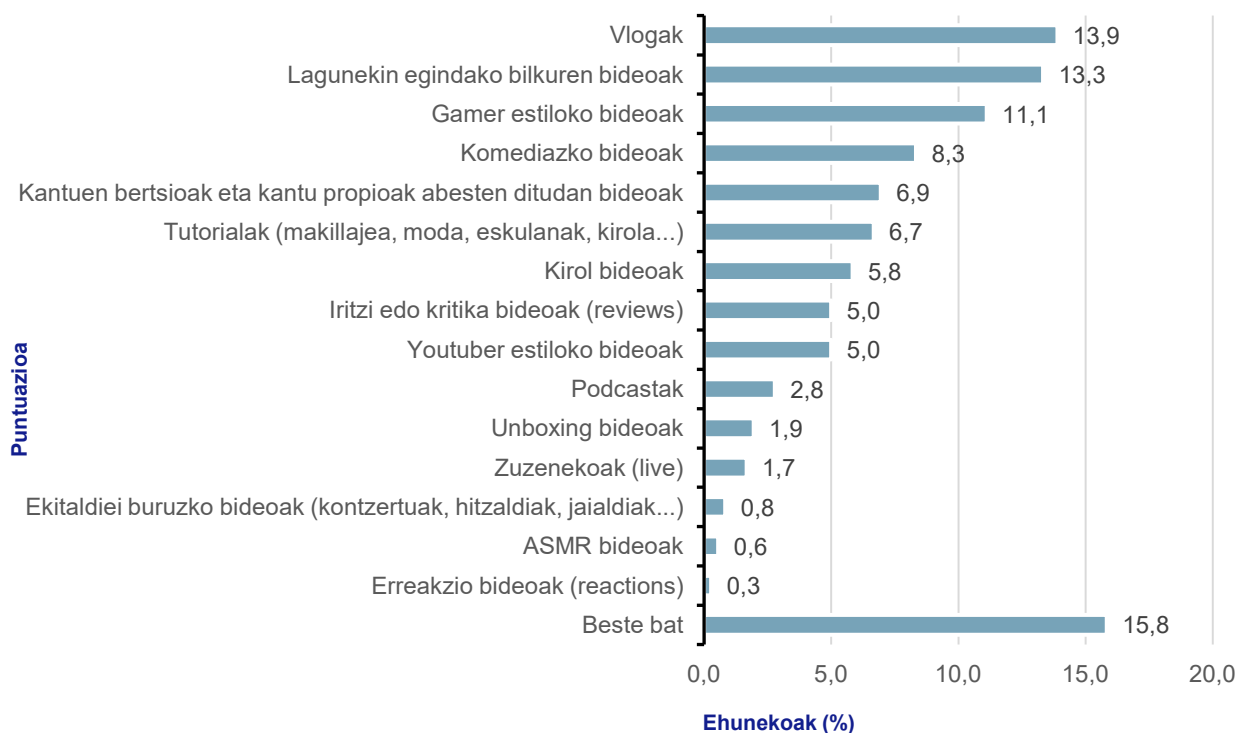
La mayoría de los encuestados (91,6%) ha respondido que no crean ningún tipo de contenido en YouTube. De todas formas, le hemos realizado una serie de preguntas a las 113 personas que han afirmado ser productores de contenido en esta plataforma.

11. Imagen – ¿Creas contenido en YouTube? Además de ver videos, ¿alguna vez has subido o creado algún video o hecho un directo para esta plataforma?



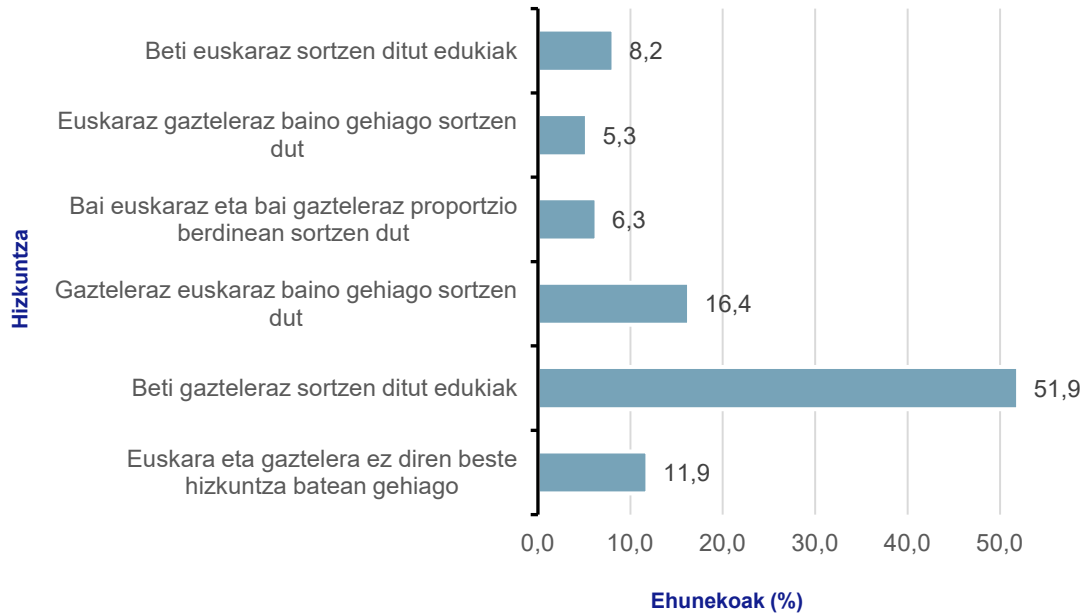
Los tipos de contenido más creados se agrupan en tres categorías principales: “vlogs” (mencionados por un 13,9%), videos hechos en encuentros con amigos” (13,3%) y “videos de estilo *gamer*” (11,1%). Las siguientes categorías son “videos humorísticos” (8,3%), “versiones de canciones o videos en los que canto canciones propias” (6,9%) y “tutoriales (maquillaje, moda, deporte, artesanía...” (6,7%).

12. Imagen – Entre esos contenidos que creas para YouTube, ¿cuál es el tipo de contenido principal que creas?



En cuanto al idioma, una quinta parte (19,8%) afirma que el euskera tiene el mismo o más peso que el castellano en los contenidos que crea. Aun así, el grupo principal es el que produce siempre contenidos en castellano, ya que este grupo está formado por el 51,9% de los creadores de contenido.

13. Imagen – En cuanto al idioma, ¿qué peso tiene el euskera en los contenidos que creas?



Fuente: Ikusiker Applika +