



Unibertsitatea
de Pais Vasco Unibertsitatea
Euzko Herria

CONSUMO AUDIOVISUAL DE UNA SEMANA

6. Txostena

Diciembre de 2020

CONSUMO AUDIOVISUAL DE UNA SEMANA

La finalidad de esta investigación es comprobar cual es el consumo audiovisual que prevalece entre los estudiantes universitarios. Teniendo la meta en mente, varios alumnos de la UPV han sido encuestados sobre sus hábitos audiovisuales. La encuesta en sí ha durado siete días. De esta manera se ha podido ver cual es consumo semanal de los jóvenes participantes.

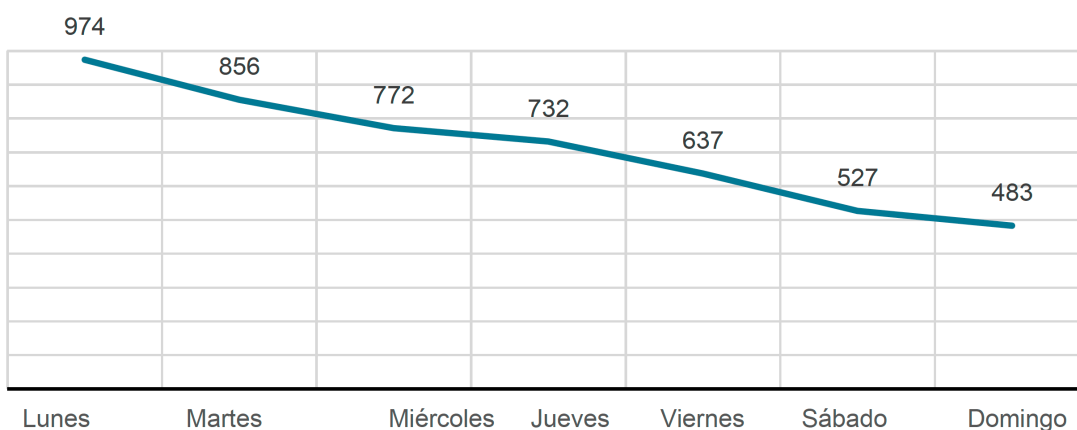
1. Notas sobre la metodología utilizada

Los datos recogidos en este archivo son los obtenidos a través de la encuesta hecha a los panelistas del proyecto Ikusiker. La encuesta ha tomado lugar en noviembre de 2019, del 4 al 11.

Los panelistas han tenido que responder todos los días de la semana una serie de preguntas. En total los participantes han sido 982 y de estos 483 son los que han completado la encuesta semanal sobre el consumo audiovisual. El número de respuestas obtenidas cambia dependiendo del día. Estos son los datos sobre la participación:

DÍA	NÚMERO DE RESPUESTAS (En la primera pregunta del día)
Lunes	974
Martes	856
Miércoles	772
Jueves	732
Viernes	637
Sábado	527
Domingo	483

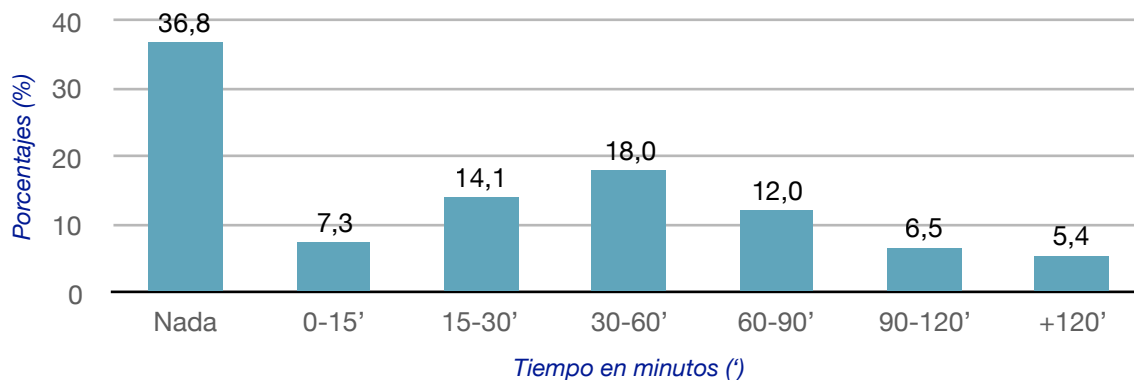
1. Imagen - Evolución del número de respuestas:



Fuente: Ikusiker

2. Lunes, 4 de noviembre

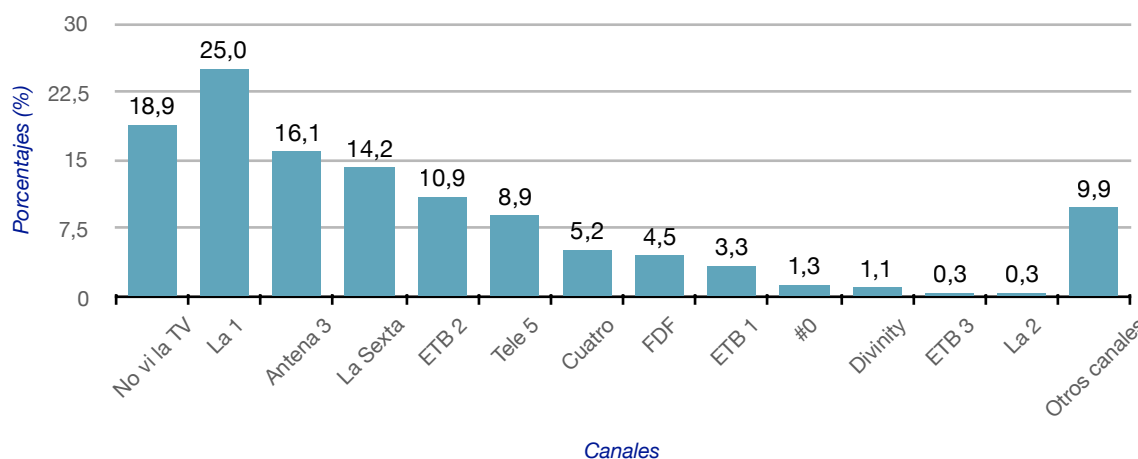
2. Imagen - LU - ¿Cuánto tiempo dedicaste ayer a ver la televisión tradicional?



Fuente: Ikusiker

Para empezar se les ha preguntado sobre el tiempo que han decidido a ver la televisión tradicional. El 18,0% ha admitido verla alrededor de 30-60 minutos, el 14,1% unos 15-30 y el 12,0% 60-90 minutos. Por otro lado, los datos muestran que más de la media, es decir el 66,3% , sí ha visto la televisión tradicional. Aún así el %36,8 revela no haberlo hecho.

3. Imagen - LU - ¿En qué canal te televisión?

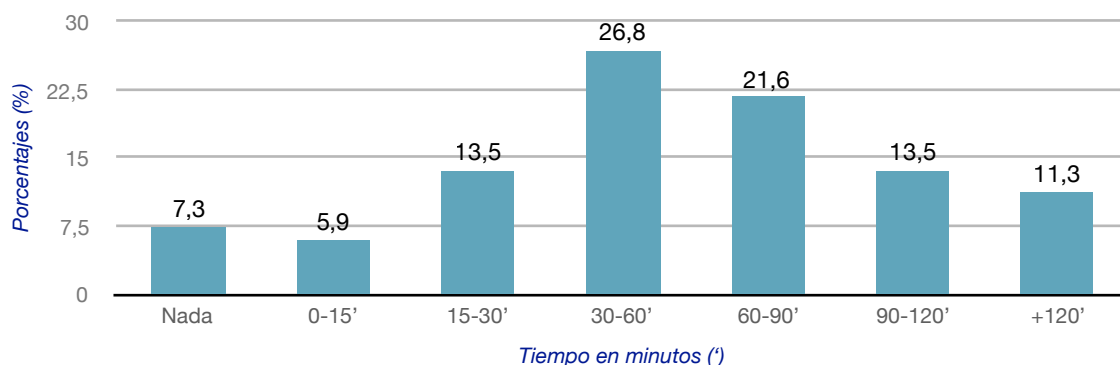


Fuente: Ikusiker

En el caso de los que han visto la televisión, los canales más vistos han sido estos¹: La1, Antena3, La Sexta y ETB2. La1 ha sido el canal más elegido (25,0%). En cuanto a ETB1 se ha visto en el 3,3% de los casos y ETB3 en el 0,3% . Por otro lado, el 9,9% de los encuestados ha señalado ver otros canales. La mayoría de los programas se han consumido en español (87,5%) y solo el 3,6% en euskera.

¹ En esta pregunta se ha añadido la opción "No vi la televisión". En un principio esa respuesta no es necesaria, pero de esta manera todos los participantes incluidos los que no han consumido ningún programa televisivo han podido participar en todas las preguntas.

4. Imagen - LU - ¿Cuanto tiempo dedicaste ayer a ver productos que no son de la televisión tradicional? (Redes sociales, Netflix, YouTube, Nahieran...productos que se ven a través de internet).

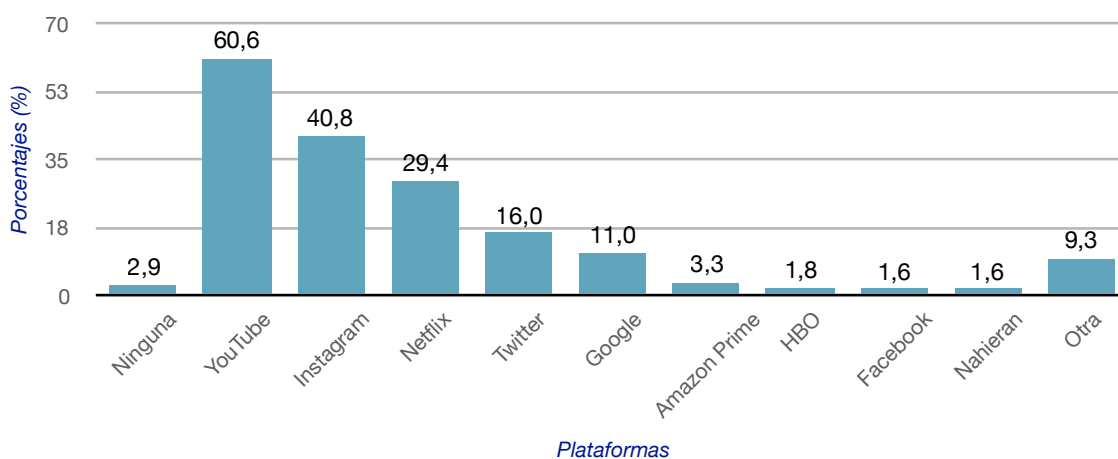


Fuente: Ikusiker

Los datos obtenidos el lunes muestran que se ha dedicado más tiempo a consumir productos audiovisuales en Internet o en las redes sociales que en la televisión tradicional.

Alrededor de la media de los encuestados ha dicho ver estos productos durante 30-90 minutos: el 26,8% alrededor de 30-60 y el 21,6% entre 60-90. Es importante fijarse en la diferencia del tiempo ofrecido al consumo. El 13,5% lo ha hecho 15-30 minutos y el 11,3% más de 120 minutos. En el 5,9% de los casos se ha visto durante 0-15 minutos.

5. Imagen - LU - Sistema o plataforma utilizada:

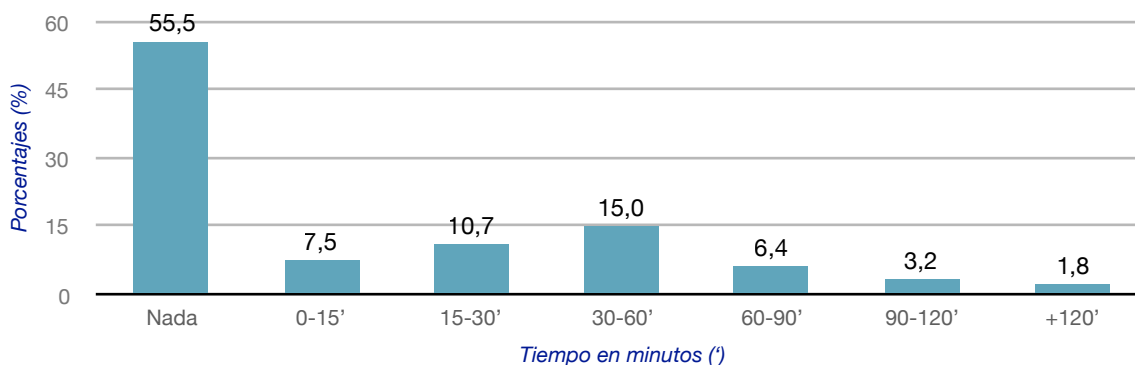


Fuente: Ikusiker

Entre los medios o plataformas utilizados para ver los productos audiovisuales YouTube es el espacio más concurrido (60,6%). Más allá, el 40,8% de los participantes ha elegido Instagram como plataforma principal y diez de tres los han hecho con Netflix (29,4%). El resto de las respuestas son muy variadas: el 16,0% dice haber utilizado la red social Twitter, el 11,0% Google y el 8,3% restante el resto de sistemas o plataformas. Además, el 9,3% de las repuestas pertenecen a otros espacios.

3. Martes, 5 de noviembre

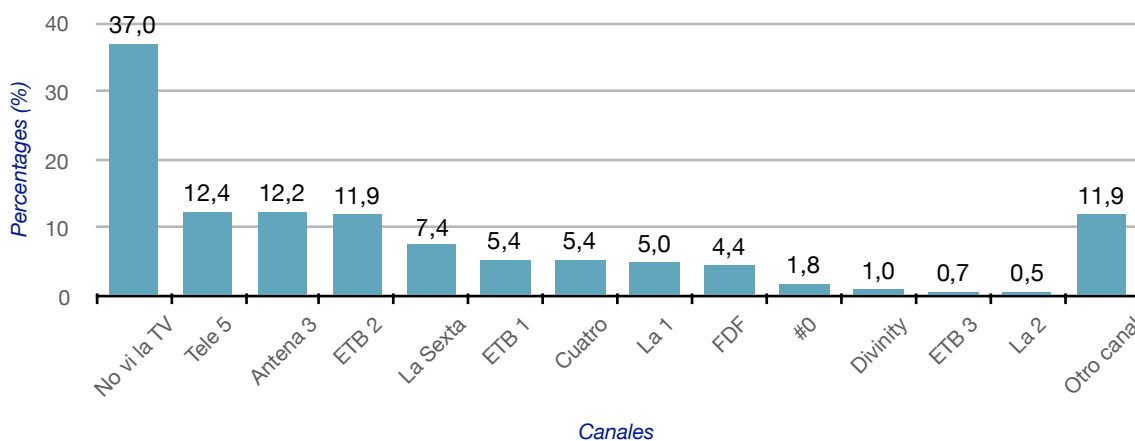
6. Imagen - MA - ¿Cuánto tiempo dedicaste ayer a ver la televisión tradicional?



Fuente: Ikusiker

Mirando los datos que los panelistas nos han ofrecido, el martes el porcentaje de alumnos que no ha visto la televisión corriente ha aumentado. Más de la mitad de participantes ha señalado no haberla visto (55,5%). En el caso de los que sí lo han hecho, un cuarto de ellos le ha dedicado 15-60 minutos al consumo (25,7%).

7. Imagen - MA - ¿En qué canal de televisión?

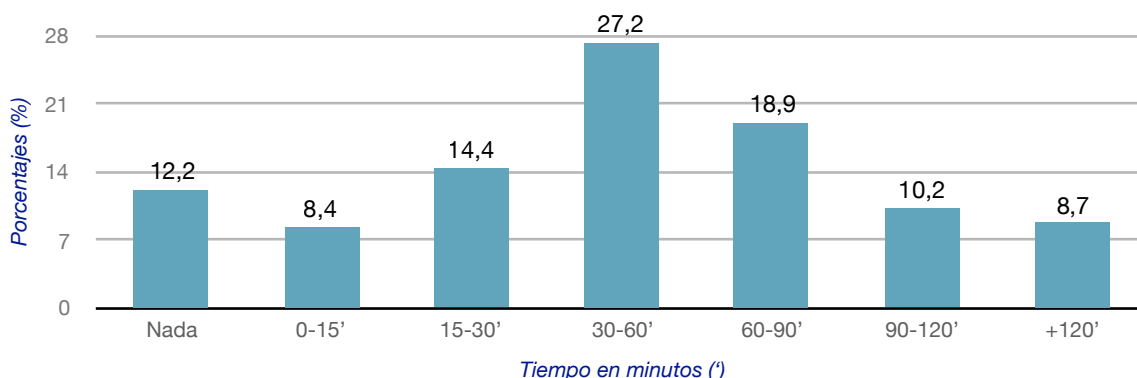


Fuente: Ikusiker

El martes se les ha vuelto a preguntar sobre los canales de televisión elegidos. Entre los más escogidos encontramos las siguientes cadenas: Tele5 (12,4%), Antena3 (12,2%) y ETB2 (11,9%). La Sexta es la próxima opción más mencionada (7,4%). El resto de datos sobre los canales utilizados es muy diverso: EITB1, Cuatro, La 1 y FDF están alrededor del 5% de los datos. Todos los demás suman el 11,9% de los casos.

En cuanto a los idiomas, el español es el que prevalece. El euskera solo obtiene el 6,1%, que es el porcentaje correspondiente a los canales ofrecidos en euskera.

8. Imagen - MA - ¿Cuanto tiempo dedicaste ayer a ver productos que no son de la televisión tradicional? (Redes sociales, Netflix, YouTube, Nahieran...productos que se ven a través de internet).

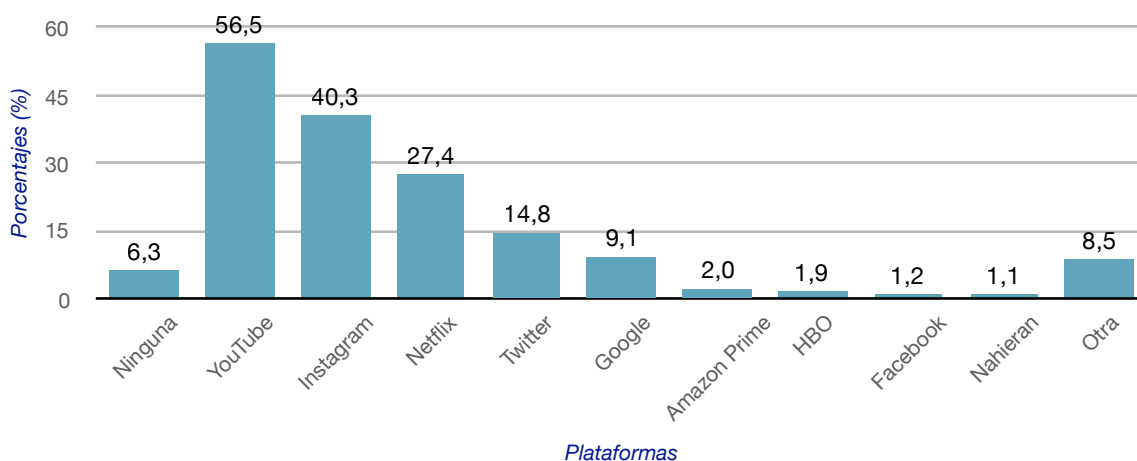


Fuente: Ikusiker

De la gente que ha visto productos audiovisuales que no eran de la televisión tradicional, más de un cuarto dice haber pasado 30-60 minutos ante la pantalla. En el 14,4% de los casos 15-30 minutos ha sido el tiempo tomado, y en el 18,9% entre 60-90 minutos. Por lo tanto, más de la media de los encuestados (60,5%) ha visto estos productos en el periodo de tiempo de 15-90 minutos.

Siendo esto así, bien el lunes o bien el martes, el tiempo proporcionado al consumo audiovisual ha sido mayor en productos que no eran de la televisión tradicional.

9. Imagen - MA - Sistema o plataforma utilizada:

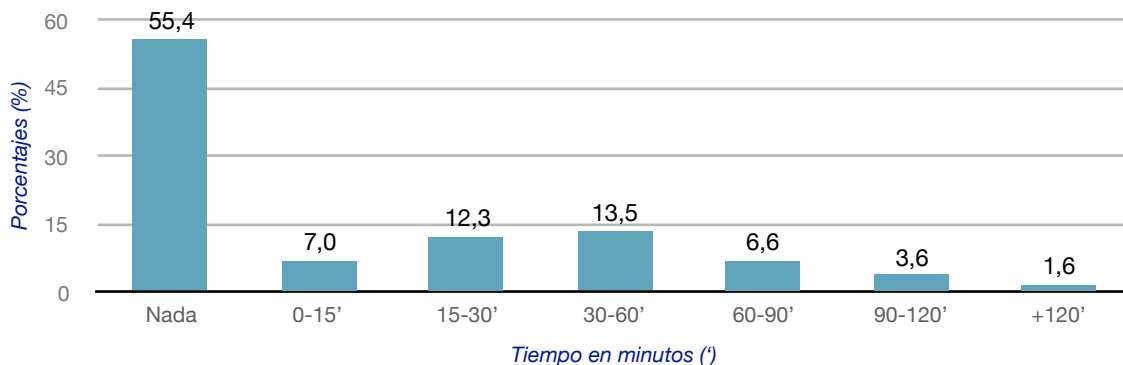


Fuente: Ikusiker

Entre los sistemas o plataformas de las redes sociales o Internet YouTube es la opción más elegida para consumir productos audiovisuales. El 56,5% de los encuestados utiliza la plataforma. En segundo puesto está la red social Instagram (40,3%). Más de un cuarto de los encuestados señala ver Netflix (27,4%) y después está Twitter con el 14,8% de las elecciones. El resto de sistemas o plataformas están bastante igualados entre sí, estos no superan el %2 de elección. Finalmente añadir que la opción de "otra" suma el 8,5% de las respuestas de los participantes.

4. Miércoles, 6 de noviembre

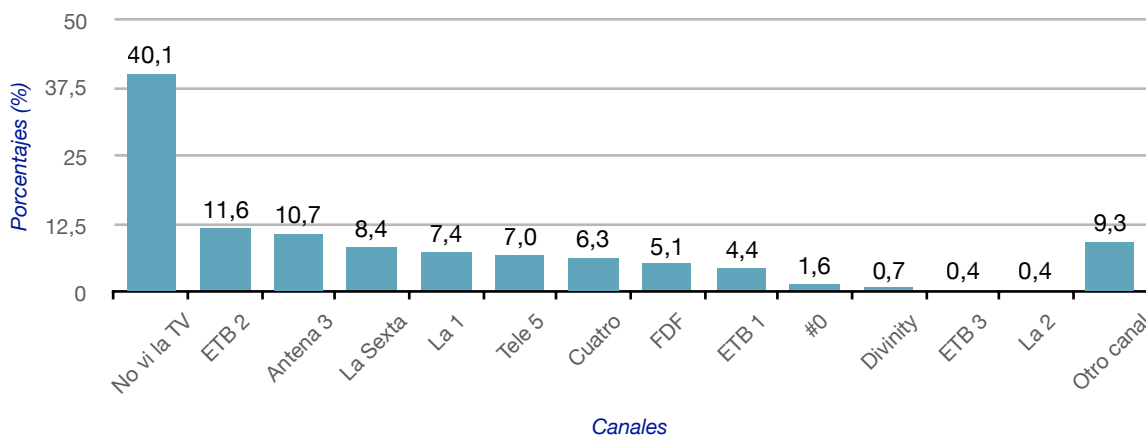
10. Imagen - MI - ¿Cuánto tiempo dedicaste ayer a ver la televisión tradicional?



Fuente: Ikusiker

El miércoles según los datos de los encuestados, cinco de diez estudiantes no han visto la TV tradicional (55,55%). Un cuarto (25,8%) la ha visto durante 15-60 minutos, un 7% entre 0-15 minutos y el 6,6% durante 60-90, cifra que es parecida a la suma del consumo de a partir de los 90 minutos (5,2%).

11. Imagen - MI - ¿En qué canal de televisión?

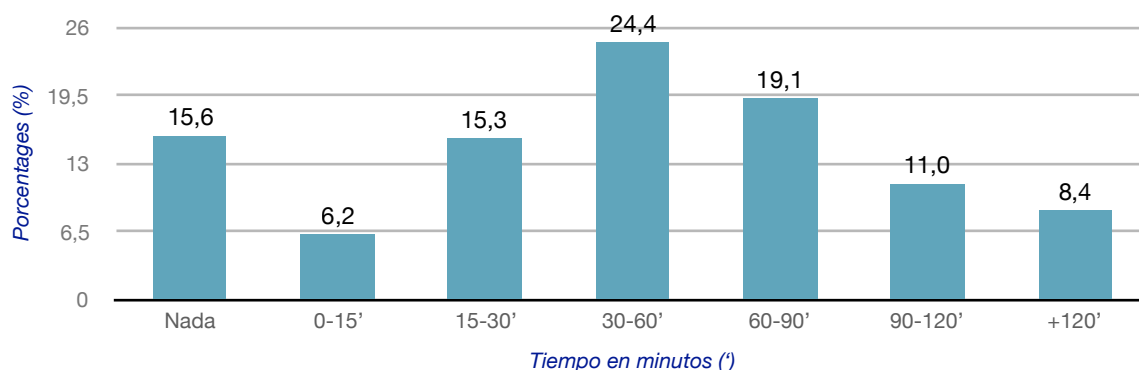


Fuente: Ikusiker

Los datos de audiencia por canal están bastante dispersos. ETB2 (11,6%) y Antena 3 (10,7%) encabezan los datos con cifras parecidas. ETB1 ha obtenido el 4,4% y ETB3 (junto a La2) es uno de los canales menos vistos con el 0,4% de las elecciones. Por otro lado, el 9,3% dice haber visto alguna otra cadena.

En cuanto al idioma, por tercera vez tienen protagonismo los programas en español. Siete de diez participantes (68,5%) ha elegido consumir en tal idioma. Los programas en euskera han obtenido el apoyo del 4,8% de los encuestados.

12. Imagen - MI - ¿Cuanto tiempo dedicaste ayer a ver productos que no son de la televisión tradicional? (Redes sociales, Netflix, YouTube, Nahieran...productos que se ven a través de internet).

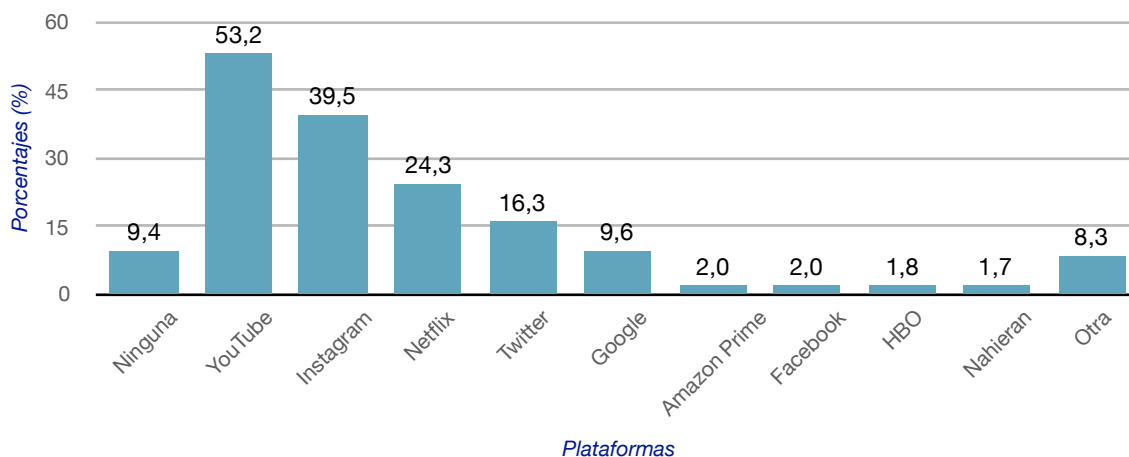


Fuente: Ikusiker

El miércoles alrededor de un cuarto (24,4%) de los participantes ha destinado 30-60 minutos a consumir productos audiovisuales en las redes sociales o a través de Internet. Estos datos son parecidos a los de los días anteriores. Más de la media (58,8%) de los panelistas se pasa 15-90 minutos viendo estos productos. Finalmente, el 6,2% invierte 0-15 minutos en este tipo de consumo audiovisual.

Una vez más y a miércoles, el consumo de productos que no son de la televisión tradicional obtiene mejores datos.

13. Imagen - MI - Sistema o plataforma utilizada:

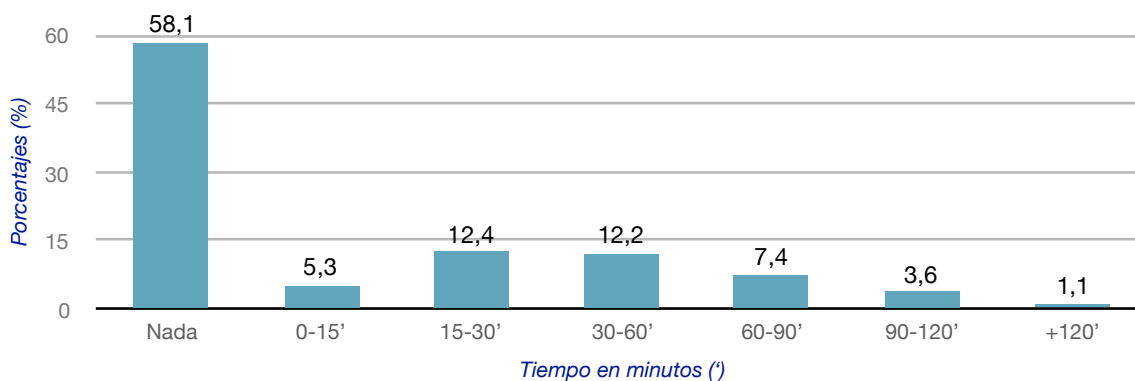


Fuente: Ikusiker

Al igual que en los días previos, los sistemas o plataformas mayormente utilizados se repiten: YouTube, Instagram y Netflix. Más de la media de los participantes (53,2%) ha utilizado YouTube. Alrededor de un tercio de ellos (39,5%) Instagram y un cuarto (24,3%) Netflix. La mayoría de los espectadores se acumulan en estas plataformas y en las redes sociales, siendo estas las siguientes más utilizadas: Twitter y Google. El resto de los sistemas suman un 8,3%.

5. Jueves, 7 de noviembre

14. Imagen - JU - ¿Cuánto tiempo dedicaste ayer a ver la televisión tradicional?

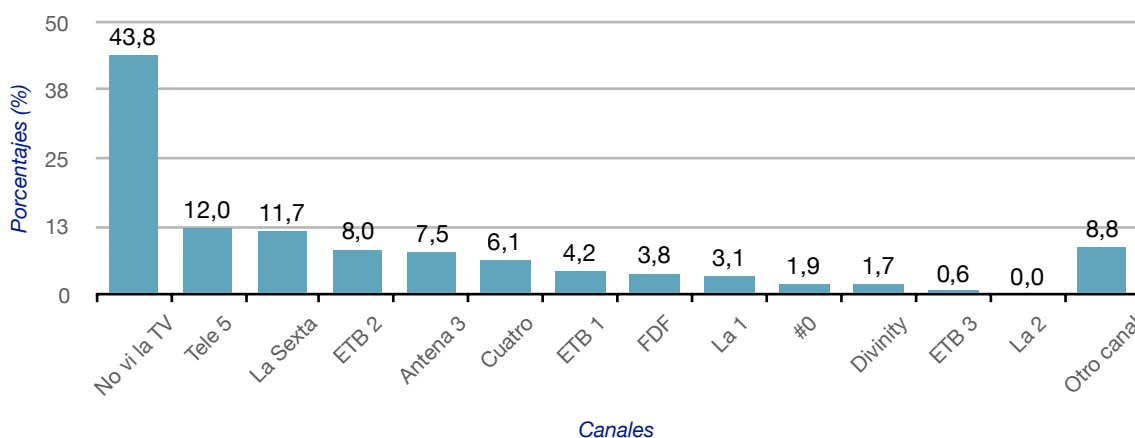


Fuente: Ikusiker

El porcentaje de personas que no ha visto la televisión tradicional ha aumentado estos tres últimos días. Seis de diez (58,1%) participantes han dicho no haberlo hecho. Entre los que sí el periodo de tiempo más elegido es el de 15-60 minutos, que ha obtenido el 24,6% de las elecciones. Por otro lado, el 7,4% dice haber consumido la televisión por 60-90 minutos. Los que menos tiempo dedican son el 5,3% de los participantes (0-15 minutos).

Hasta el momento el jueves sería el día de la semana en el que menos televisión tradicional se ha consumido.

15. Imagen - JU - ¿En qué canal de televisión?

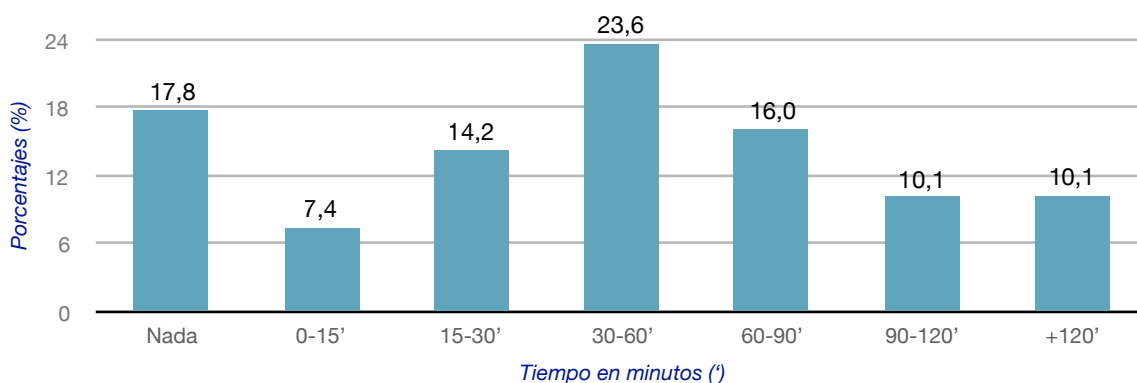


Fuente: Ikusiker

La cadena más relevante el jueves ha sido Tele5, el cual ha conseguido el 12,0% de la audiencia de los panelistas. La Sexta ha sido la siguiente elección más escogida (11,7%). Las siguientes cadenas son: ETB2, Antena 3, Cuatro y ETB1. La opción de "otro canal" ha logrado el 8,8%. La audiencia de ETB1 (4,2%) es menor que la del miércoles y ETB3 gana los 0,2% puntos de audiencia que el otro canal ha perdido. De todas maneras esta es la cadena menos vista del grupo de Euskal Telebista (0,6%).

En cuanto al idioma, los programas en español vuelven a ser mayoría. Solo un 4,8% son en euskera.

16. Imagen - JU - ¿Cuanto tiempo dedicaste ayer a ver productos que no son de la televisión tradicional? (Redes sociales, Netflix, YouTube, Nahieran...productos que se ven a través de internet).

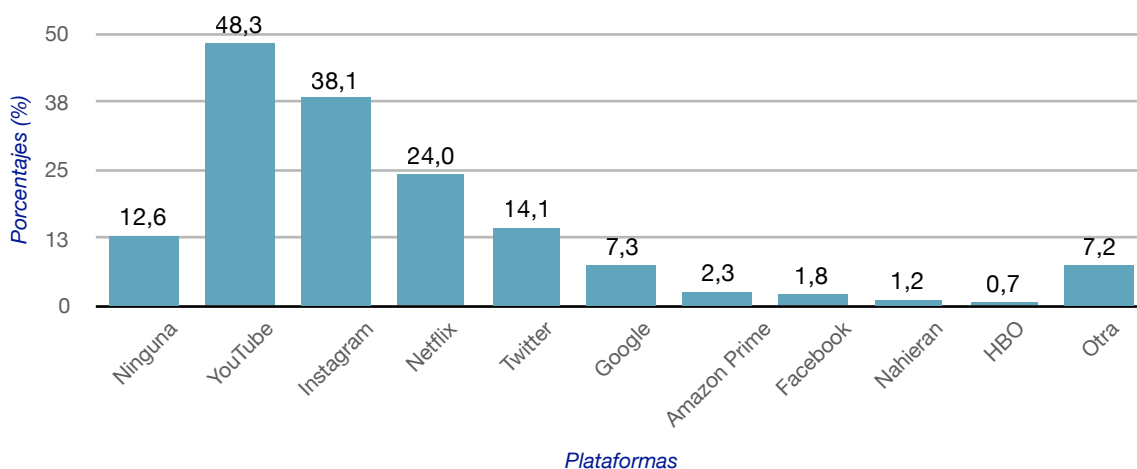


Fuente: Ikusiker

El jueves crece notablemente el tiempo destinado a los productos que no son parte de la televisión tradicional. Un cuarto de los estudiantes (23,6%) ha invertido 30-60 minutos. Más de la mitad de los participantes (53,8%) señalan haber hecho un consumo de unos 15-90 minutos. Por otro lado el 21% de los panelistas dice haber consumido estos productos durante 90-120 minutos.

De todas formas con el paso de los días el porcentaje de la gente que no ha visto nada ha ido creciendo. Un 17,8% dice no haber hecho consumo alguno, eso es el 2% más que el día anterior.

17. Imagen - JU - Sistema o plataforma utilizada:



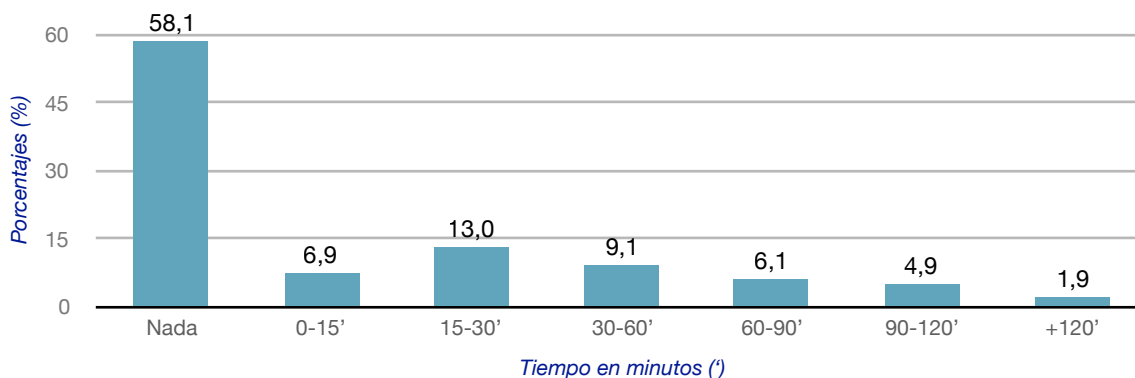
Fuente: Ikusiker

Para finalizar, el jueves un 48,3% de los estudiantes han elegido YouTube como

plataforma principal, el 28,1% Instagram y el 24% Netflix. Esto muestra que una vez más estas plataformas encabezan la lista de elecciones. Twitter (14,1%) y Google (7,3%) son las siguientes más elegidas. Para concluir, el 7,2% de los casos pertenecen a otros sistemas o plataformas, una cifra no muy alta.

6. Viernes, 8 de noviembre

18. Imagen - VI - ¿Cuánto tiempo dedicaste ayer a ver la televisión tradicional?

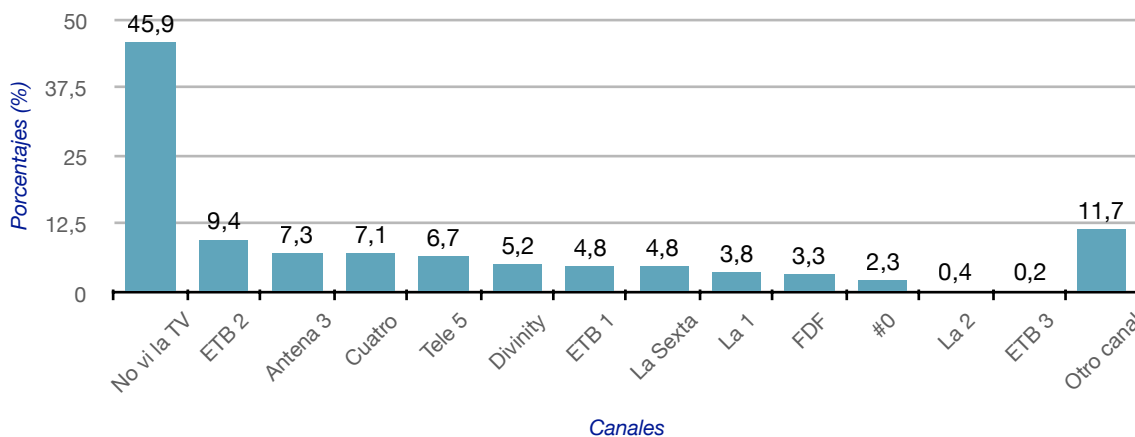


Fuente: Ikusiker

Entre los datos del viernes destaca el porcentaje de aquellos que no han consumido nada en televisión. Un 58,1% de los participantes lo ha admitido. Por lo general, entre los que si la han visto el tiempo ofrecido al consumo disminuye, el 13% ha elegido la opción de 15-30 minutos y el 9,1% la de 30-60.

Siendo esto así, el viernes junto al jueves son los días en los que menos productos televisivos se han consumido.

19. Imagen - VI - ¿En qué canal de televisión?

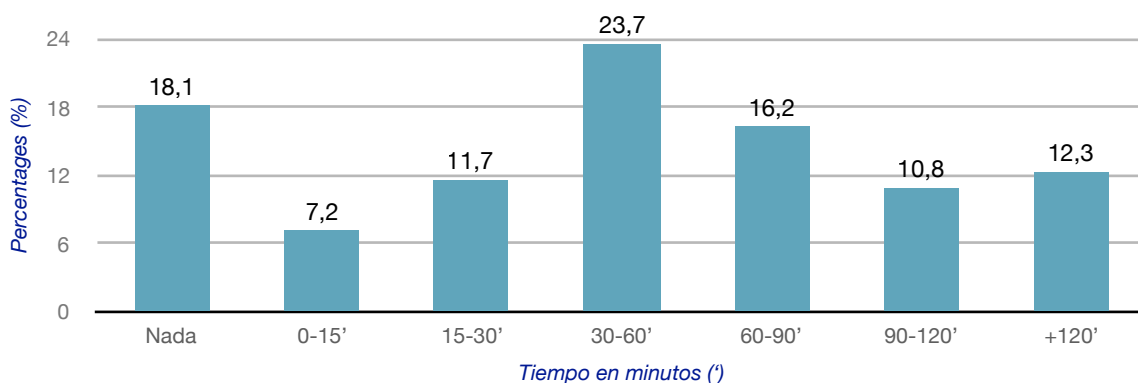


Fuente: Ikusiker

Entre los espectadores de televisión tradicional las elecciones son variadas. Aún así los canales más nombrados son los siguientes: "otro canal", ETB2, Antena 3, Cuatro y Tele5. ETB2 se mantiene en el segundo puesto con el 9,4% de las elecciones.

Una vez más los programas en español prevalecen (95%) . Los productos en euskera representan el 5% de los resultados obtenidos en la encuesta.

20. Imagen - VI - ¿Cuanto tiempo dedicaste ayer a ver productos que no son de la televisión tradicional? (Redes sociales, Netflix, YouTube, Nahieran...productos que se ven a través de internet).

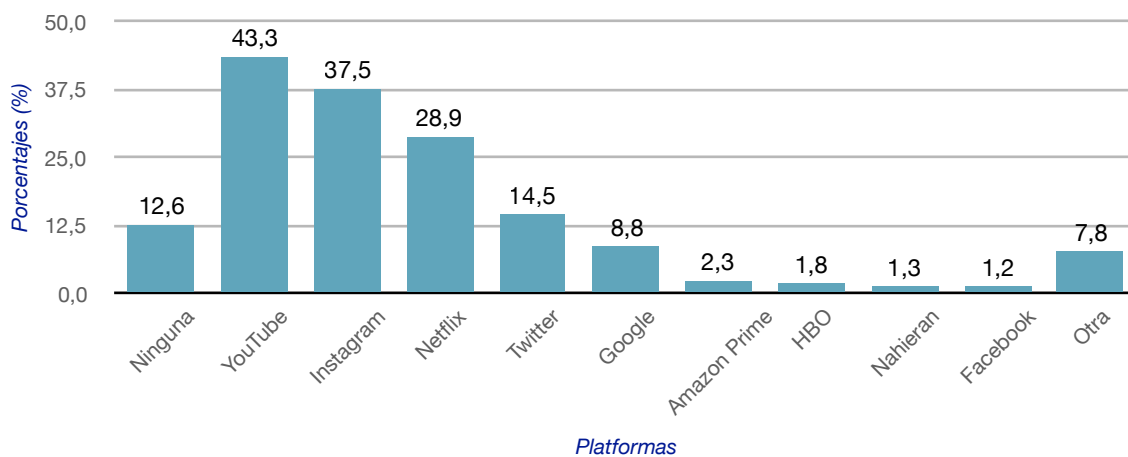


Fuente: Ikusiker

Al preguntar sobre el tiempo dedicado a ver productos fuera de la televisión tradicional estos han sido los datos recibidos: El 23,7%, es decir casi un cuarto de los encuestados han estado 30-60 minutos consumiendo estos productos y el 16,2% 60-90. Un 12,3% admite haber dedicado más de 120 minutos. A viernes, la duración de consumo ha vuelto a ser mayor en el caso de los productos que no son parte de la televisión tradicional.

Por otro lado, el porcentaje de aquellos que no han visto ningún programa apenas ha incrementado. El 18,1% no ha visto producto alguno a través de una plataforma o sistema.

21. Imagen - VI - Sistema o plataforma utilizada:



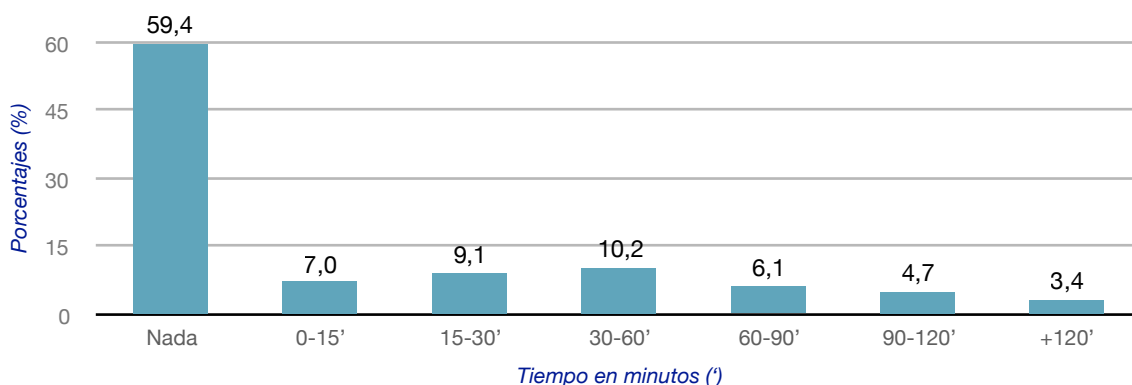
Fuente: Ikusiker

La plataforma más destacable ha sido YouTube, el 43,3% ha dicho haberla utilizado.

Instagram ha conseguido el 37,5% de la audiencia de los participantes y Netflix el 28,9%. Estas tres plataformas vuelven a predominar un día más. Twitter también mantiene su cuarto puesto (14,5%).

7. Sábado, 9 de noviembre

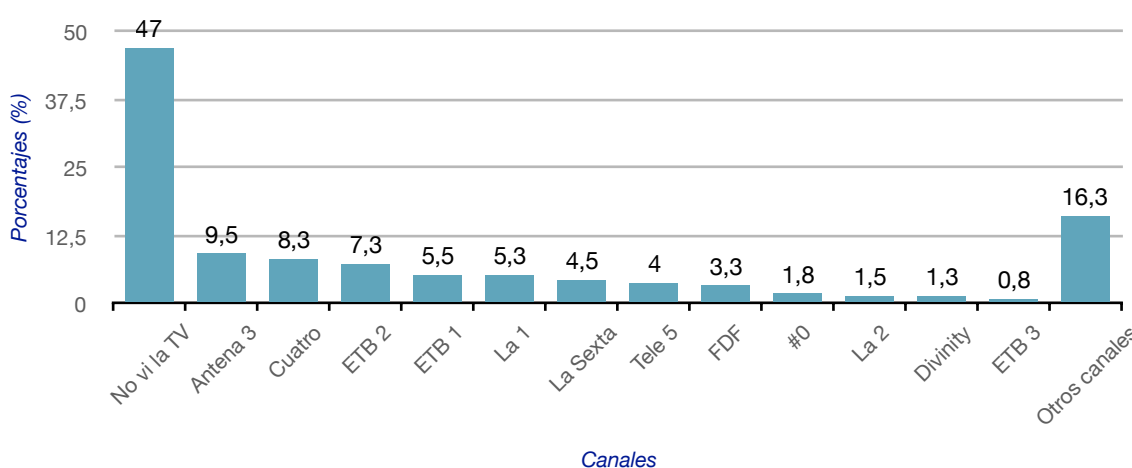
22. Imagen - SÁ - ¿Cuánto tiempo dedicaste ayer a ver la televisión tradicional?



Fuente: Ikusiker

El sábado ha habido una subida en el porcentaje de aquellos que no han visto la televisión tradicional. El 59,4% no lo ha hecho. De todos modos, el tiempo destinado a ello ha incrementado: el 10,2% ha consumido la televisión tradicional por 30-60 minutos. Además, el porcentaje de los que han pasado 120 minutos ante el aparato casi se ha duplicado comparando con los datos del viernes. El crecimiento ha sido de 1,5 puntos (3,4%).

23. Imagen - SÁ - ¿En qué canal de televisión?

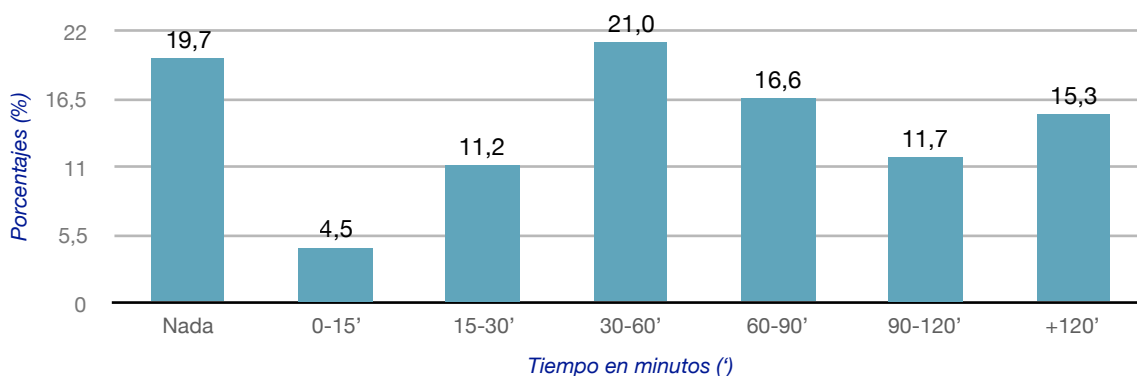


Fuente: Ikusiker

El 16,3% de los encuestados ha decidido ver cadenas quizás no tan comunes. Por lo demás, los resultados están bastante compensados. Ninguno de los canales supera el 10% de audiencia. Antena 3, Cuatro y ETB2 son las cadenas mayormente elegidas.

Los productos en español han sido los que más han destacado. Aquellos que son en euskera han conseguido el 5,5% de las elecciones.

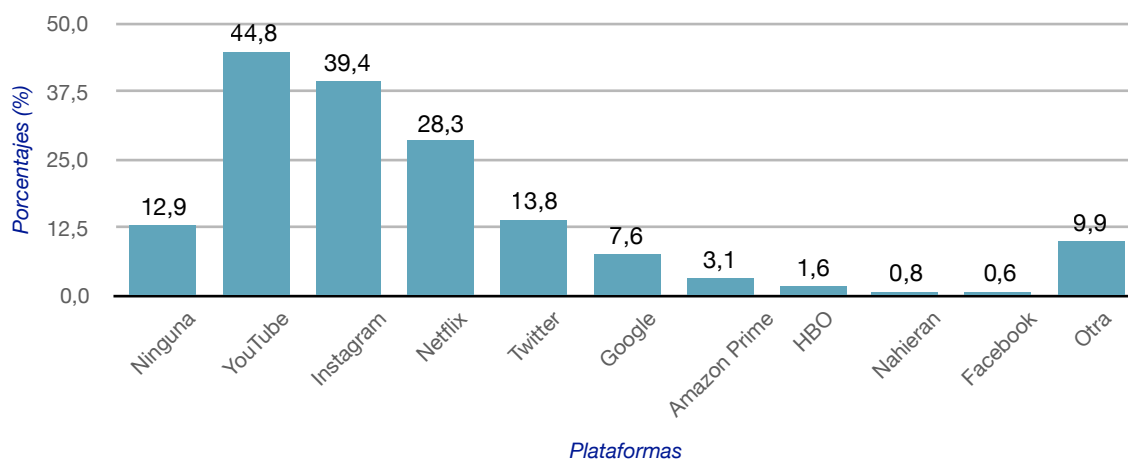
24. Imagen - SÁ - ¿Cuanto tiempo dedicaste ayer a ver productos que no son de la televisión tradicional? (Redes sociales, Netflix, YouTube, Nahieran...productos que se ven a través de internet).



Fuente: Ikusiker

Un día más hemos vuelto a preguntar a los estudiantes cuánto tiempo han aportado a ver productos en plataformas o en sistemas. La mayoría de los alumnos, un 37,6% ha señalado haberlo hecho por 30-90 minutos. Los visionados más largos han sido a sábado: el 15,3% ha destinado más de 120 minutos al consumo audiovisual de este tipo. Es verdad que también ha sido el día en el que más participantes han señalado no haber visto nada (19,7%).

25. Imagen - SÁ - Sistema o plataforma utilizada:

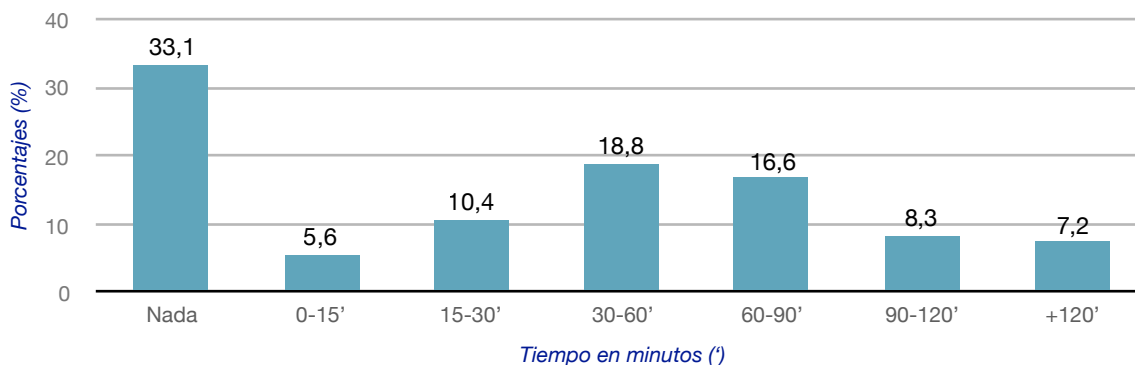


Fuente: Ikusiker

Por sexto día las plataformas más concurridas han sido: YouTube, siendo el 44,8% de los productos mencionados de tal plataforma; Instagram, con el 39,4% de los programas; y Netflix con el 28,3%. Las demás plataformas no son muy utilizadas. También son de subrayar Twitter (13,8%) y la opción de "otra" (9,9%).

8. Domingo, 10 de noviembre

26. Imagen - DO - ¿Cuánto tiempo dedicaste ayer a ver la televisión tradicional?

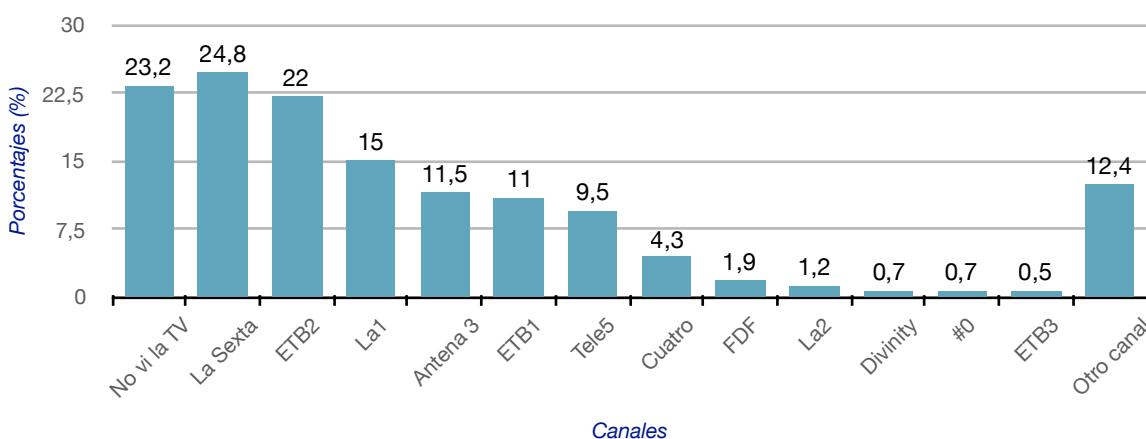


Fuente: Ikusiker

El domingo ha incrementado el tiempo de consumo de la televisión tradicional. Se han superado los resultados del lunes, los cuales eran los mejores hasta el momento. El 18,8% ha visto la TV durante 30-60 minutos; el 16,6% entre 60-90; el 8,3% alrededor de 90-120; y finalmente el 7,2% por más de 120 minutos.

Más allá, el 33,1% de los casos corresponden a las personas que no han consumido televisión. Dos de tres personas sí lo han hecho. Además, el domingo es el día en el que más tiempo se ha ofrecido al consumo de la televisión tradicional.

27. Imagen - DO - ¿En qué canal de televisión?



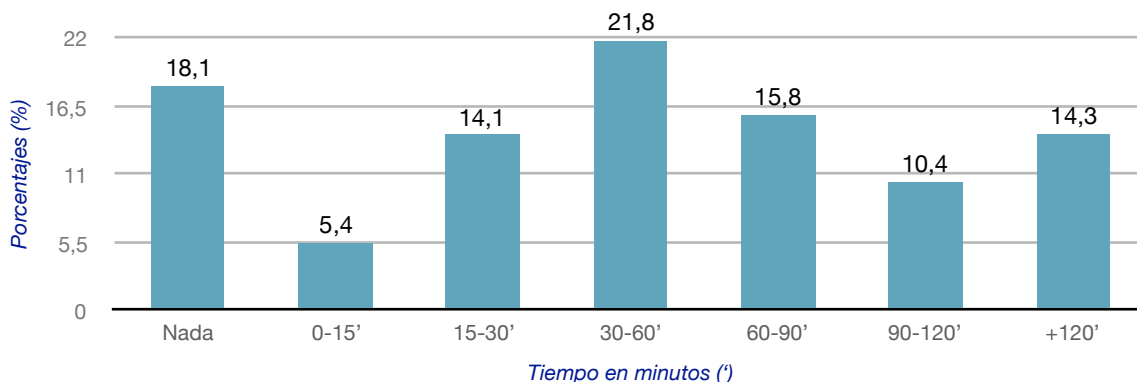
Fuente: Ikusiker

Los canales más vistos han sido: La sexta con un 24,8% de las elecciones y ETB2 con el 22%. Las siguientes cadenas más escogidas han sido La1 (15%), la opción de "otro canal" (12,4%) y Antena 3 (11,5%).

En cuanto al idioma, ETB1 consigue los mejores resultados de toda la semana, duplicando el porcentaje del martes (mejor resultado hasta el momento). El 11% de los participantes lo han elegido. De todas maneras, el idioma que destaca es el español.

El euskera consigue un 11,5% de los resultados.

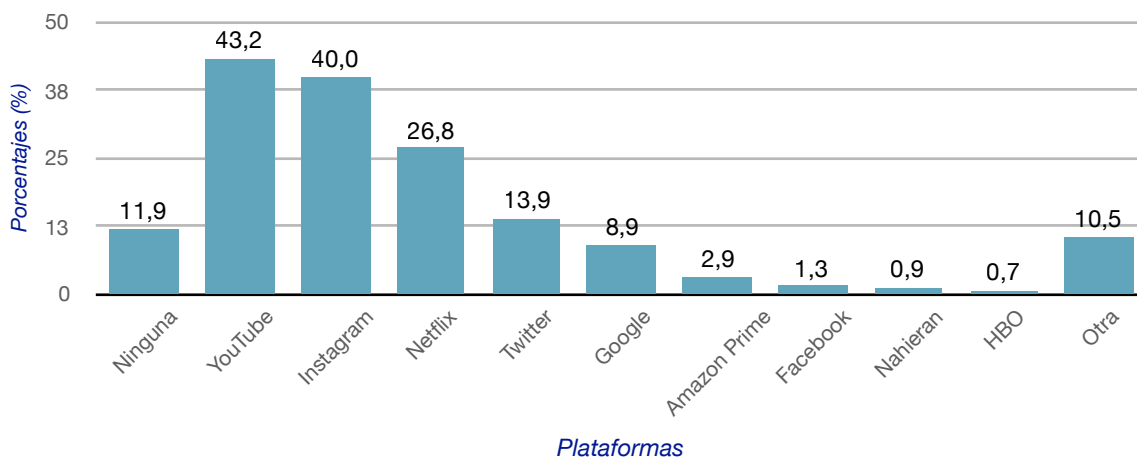
28. Imagen - DO - ¿Cuanto tiempo dedicaste ayer a ver productos que no son de la televisión tradicional? (Redes sociales, Netflix, YouTube, Nahieran...productos que se ven a través de internet).



Fuente: Ikusiker

El domingo el consumo de productos audiovisuales de sistemas o plataformas ha sido mayor al de la televisión tradicional. Más de un tercio de los participantes (37,6%) ha aportado 30-90 minutos a los visionados. El 14,3% más de 120 minutos. De todas maneras, el 18,1% señala no haber hecho consumo alguno.

29. Imagen - DO - Sistema o plataforma utilizada:



Fuente: Ikusiker

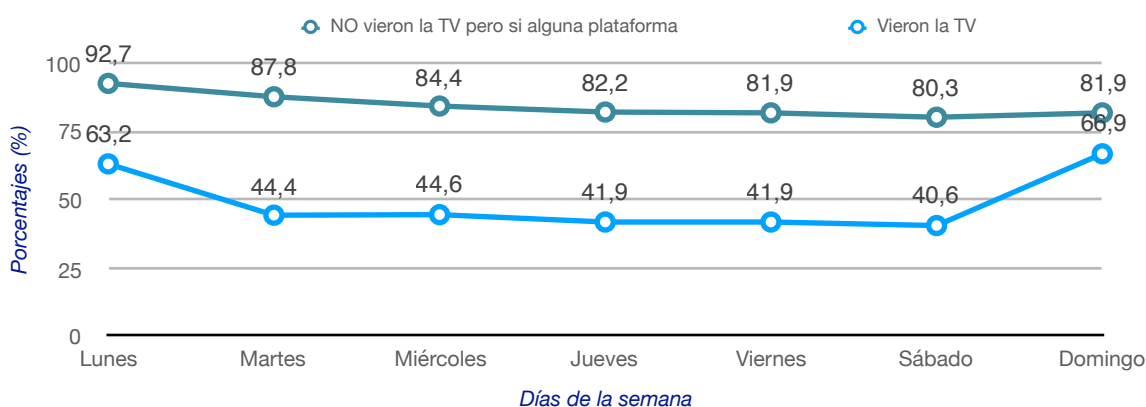
Séptimo día de la semana y una vez más, la gente ha vuelto a optar en gran medida por las mismas plataformas: YouTube, Instagram y Netflix. Twitter vuelve a ser la próxima más importante y después Google. Siendo esto así, queda claro que el consumo de plataformas y sistemas es bastante regular.

9. Trayecto de la semana, síntesis

Mirando los datos recogidos durante la semana se pueden sacar varias conclusiones. Para empezar, los productos que no son de cadenas tradicionales son vistos todos los días por los participantes. Ocho de cada diez encuestados señalan utilizar las plataformas o sistemas durante toda la semana.

En el caso de la televisión, las diferencias de consumo por día son más relevantes. El 40-45% de los panelistas consumen productos televisivos diariamente. El lunes y el domingo la cifra crece, ya que seis de diez dicen haber consumido algo. El día más concurrido es el domingo (66,9%).

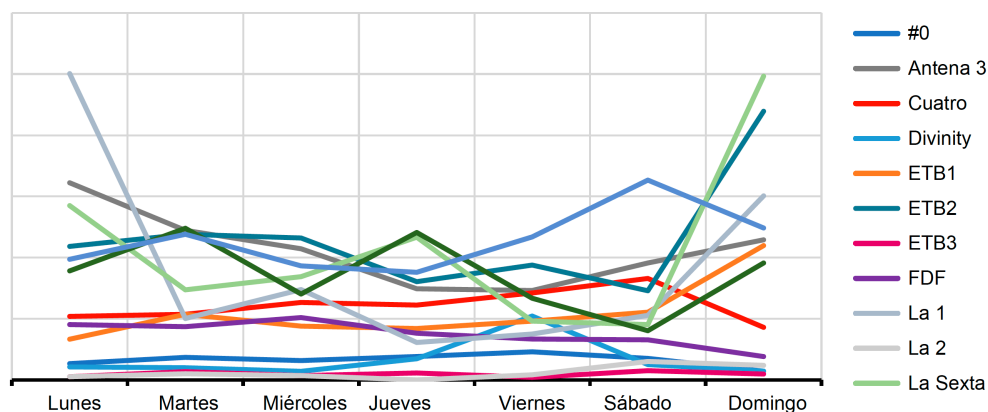
30. Imagen - Consumo de productos audiovisuales en la televisión tradicional y fuera de esta, perspectiva semanal (%)



Fuente: Ikusiker

Observando el número de espectadores que los canales han tenido por día, se puede decir que destaca la pluralidad. Los cambios de elección son notables, de hecho, los espectadores diarios de cada cadena son menos del 15% de los encuestados. Aparte de eso, algunas de los canales no consiguen pasar del 5% de audiencia.

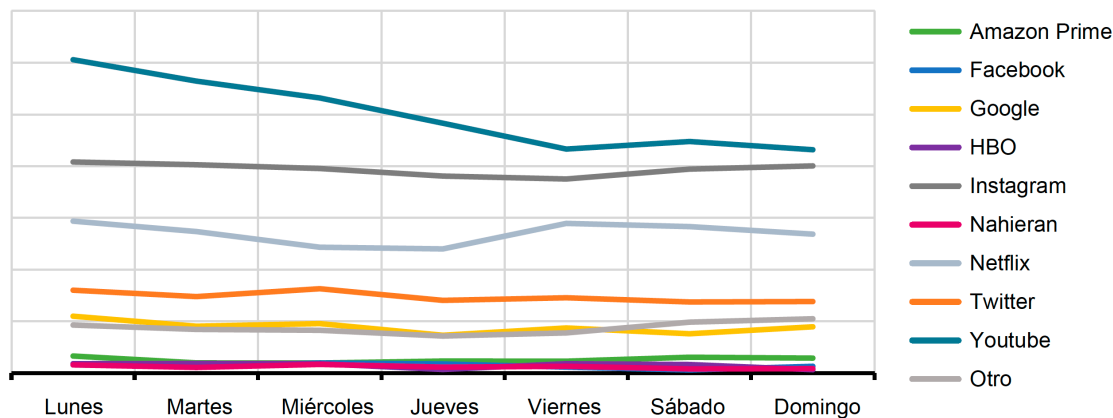
31. Imagen - Espectadores que cada canal ha obtenido durante la semana, %



Fuente: Ikusiker

Reparando los datos de los sistemas o plataformas podemos ver que el cambio de consumo es menor, es más estable que el de la televisión tradicional. No solo eso, también es de tener en cuenta que todos los días de la semana destacan los mismos sistemas o plataformas: YouTube, Instagram y Netflix.

32. Imagen - Espectadores que cada canal ha obtenido durante la semana, %



Fuente: Ikusiker