



**EL EFECTO DE LA CUARENTENA POR
EL COVID-19 EN LAS TECNOLOGÍAS
DE LA INFORMACIÓN Y LA
COMUNICACIÓN Y EL CONSUMO DE
CONTENIDOS AUDIOVISUALES**

**Informe N° 8
Abril de 2020**

EL EFECTO DE LA CUARENTENA POR EL COVID-19 EN LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN Y EL CONSUMO DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES

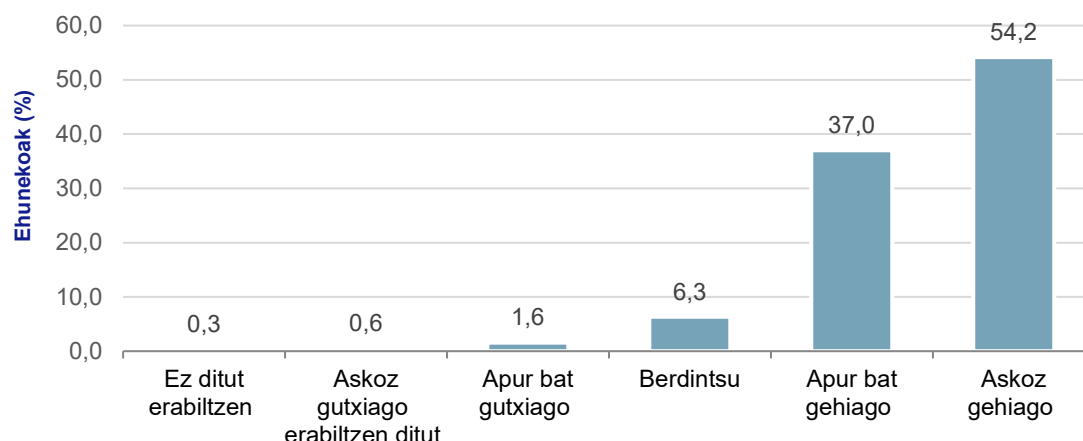
Debido a la situación excepcional que hemos vivido durante estas últimas semanas, el modo de estudio habitual de los/las estudiantes de universidad ha cambiado, al verse obligados a permanecer en sus hogares por la pandemia ocasionada por el COVID-19. Del mismo modo, su consumo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como el de los contenidos audiovisuales se ha visto afectado por la pandemia, en una época donde han permanecido en sus hogares durante más tiempo de lo habitual. En el siguiente informe, se detallan los nuevos hábitos de consumo de estos/as jóvenes.

1. Notas sobre la metodología

Los datos recogidos en este informe han sido obtenidos de la última encuesta realizada a los panelistas de Ikusiker. El Panel Ikusiker se enmarca dentro del proyecto de investigación Applika (US17/40) promovido por miembros del grupo de investigación NOR. En este proyecto, el grupo NOR trabaja conjuntamente con EITB, con el objetivo de analizar el consumo audiovisual y el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación que realizan los/ las estudiantes de la UPV/EHU. Para ello, estudiantes de tres campus de dicha universidad cumplimentaron un cuestionario durante los días comprendidos entre el 25 y el 31 de marzo de 2020, comenzando diez días después haberse decretado la cuarentena. En este documento se resume la información obtenida de los 700 cuestionarios realizados.

2. El impacto del coronavirus en el consumo de contenidos audiovisuales y las Tecnologías de la Información y la Comunicación

1. Imagen - Desde que estás en cuarentena, ¿utilizas más la televisión, las páginas web, las plataformas digitales, los servicios a la carta, las redes sociales, la radio, los periódicos, las aplicaciones y demás medios?

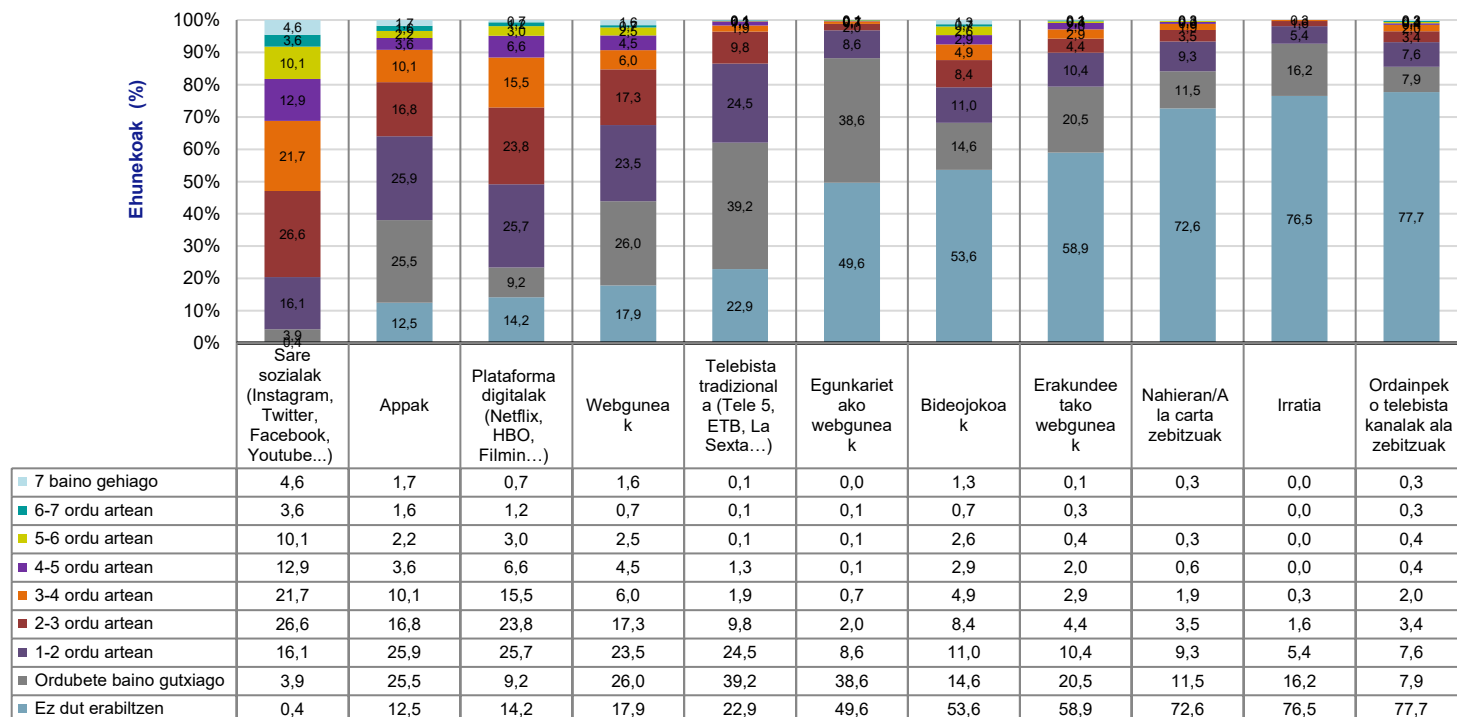


Fuente: Panel Ikusiker, abril de 2020

La primera imagen muestra los datos del incremento del consumo de audiovisuales por parte de los/las estudiantes de la UPV/EHU. En este contexto, más de la mitad de ellos/as (54,2%) ha señalado que su consumo ha aumentado, y el 37% ha indicado que el tiempo dedicado a ello se ha incrementado “un poco”. El 91,2% admite que su consumo es mayor, y mientras que el 6,3% de los/las jóvenes invierte el mismo tiempo que le dedicaba antes, quienes han respondido que el tiempo de consumo se ha visto reducido no tienen apenas cabida.

Tal y como indican los datos, la cuarentena ha hecho que el tiempo que los/las jóvenes dedican al consumo audiovisual haya incrementado para la mayoría de ellos. Como se mostraba en las encuestas realizadas anteriormente, la vivienda particular es el lugar más elegido para el visionado de la televisión, Internet y las redes sociales. De este modo, la cuarentena ha subrayado la importancia del hogar como el lugar más escogido para el consumo de dichos medios.

2. Imagen – Desde que estás en cuarentena, ¿cuánto tiempo dedicas a cada uno de los mencionados abajo?



Fuente: Panel Ikusiker, abril de 2020

La segunda imagen muestra el tiempo que los/las jóvenes dedican cada día a las plataformas y soportes mencionados desde que comenzó la cuarentena. Como es de esperar, las diferentes respuestas en cada opción crean un alto grado de dispersión en las mismas. Esta dispersión es mayor en la respuesta relativa a las redes sociales.

Podemos observar que la mayoría del alumnado utiliza las redes sociales desde que empezó la cuarentena, mientras que aquellos/as que no las usan corresponden al 0,4%. A pesar de la dispersión, el periodo de tiempo que la mayoría de los/las estudiantes dedican a las redes sociales se sitúa en torno a las 2-3 horas al día (26,6%). El 21,7% invierten entre 3-4 horas y el 31,2%, más de 4.

En lo relativo a las apps, más de la mitad de los/las jóvenes (51,4%) se sitúa en el consumo de corta duración, mientras que el 12,5% admite que no hace uso de ellas. El 26,9% dedica entre 2 y 4 horas a las apps, y una minoría invierte en ellas más de 4 horas.

En las plataformas digitales de pago predomina el consumo de larga duración, ya que el 65% invierte en ellas entre 1 y 4 horas al día. Los/las estudiantes que no utilizan Netflix, HBO, Filmin y relativos corresponden al 14,2%.

El 26% de los/las jóvenes han señalado que dedican menos de una hora al día a las páginas web. Además, alrededor de la mitad (49,5%) admite que las utiliza durante menos de una o dos horas. El 17,3% invierte en ellas unas 2 o 3 horas, mientras que el

19,9% ni siquiera las utiliza.

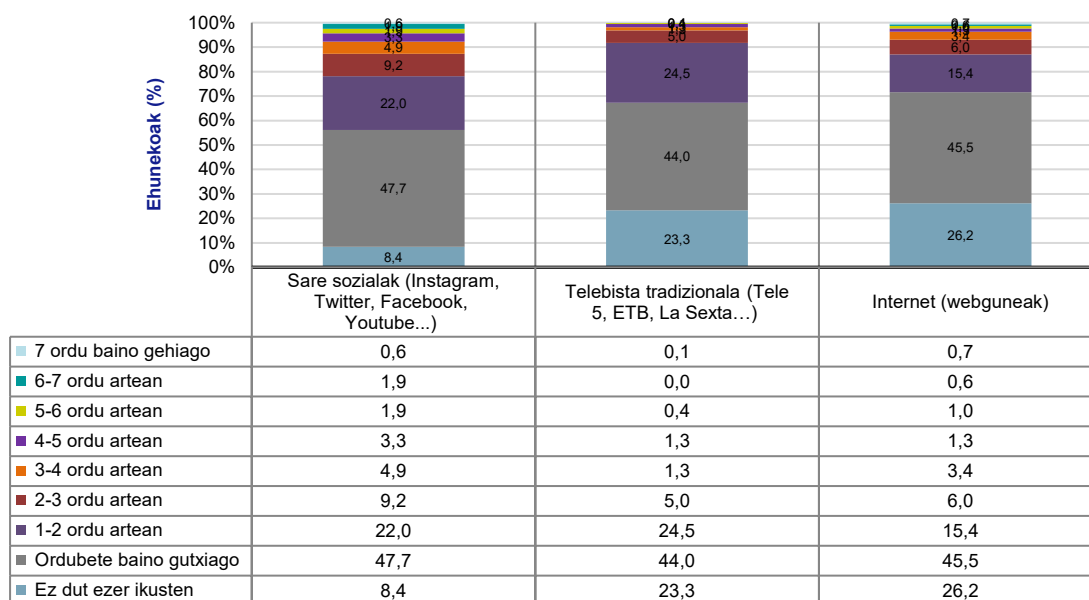
En lo relativo a la televisión tradicional, al igual que ocurre con las páginas web, predomina el consumo durante breves periodos de tiempo. Mientras que el 24,5% le dedica entre 1 y 2 horas al día, el 39,2% la visiona durante menos de una hora, y el 22,9% ni siquiera la consume.

En las opciones recogidas a continuación, el porcentaje de aquellos/as que no los utiliza es mayor. Respecto a los periódicos digitales, el 49,6% admite que no los consume, mientras que quienes lo hacen les dedican una hora o menos (38,6%). En el caso de los videojuegos, el tiempo que se les dedica varía mucho. Aunque más de la mitad de los/las estudiantes (53,6%) han admitido no utilizarlos, quienes lo hacen le dedican entre 1 y 3 horas (19,4%). Entre aquellos/as estudiantes que recurren a las páginas web de entidades, invierten un periodo de tiempo breve en hacerlo: el 30,4% las consume durante menos de 2 horas; el 58,9% ni siquiera las utiliza.

Durante la cuarentena, los/las estudiantes de la UPV/EHU han hecho un consumo muy reducido de las plataformas a la carta, tanto de la radio como de la televisión de pago. La mayoría de ellos/as admiten no haberlas utilizado.

3. Información sobre el coronavirus

3. Imagen - ¿Cuánto tiempo le dedicas a leer y/o ver vídeos, artículos, chistes, emisiones de youtubers, programas de televisión, mensajes de redes sociales, imágenes relacionadas con el coronavirus?

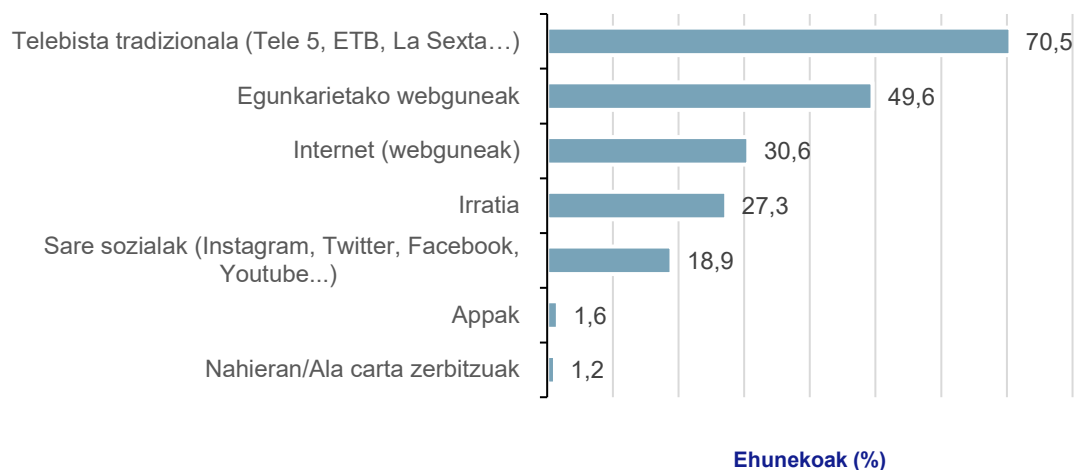


Fuente: Panel Ikusiker, abril de 2020

En la imagen anterior se muestra cómo la mayoría de los/las estudiantes utiliza las redes sociales de manera habitual, ya que son solamente el 8,4% de ellos/as quienes no las hacen. Alrededor de la mitad de ellos/as les dedican menos de una hora, mientras que el 22% se sitúa entre 1 y 2 horas de consumo.

Al igual que en las redes sociales, en la televisión tradicional y las páginas web de Internet también predominan los consumos durante breves periodos de tiempo. El 44% de los/las estudiantes les dedica una hora o menos al día: el porcentaje es del 44% en el caso de la televisión y del 45,5% en el caso de las webs. El 24,5% de ellos/as ve la televisión entre 1 y 2 horas al día, mientras que el 23,3% no la utiliza. En cuanto a Internet, el 26,2% no lo utiliza y sólo el 15,4% lo hace entre 1 y 2 horas al día.

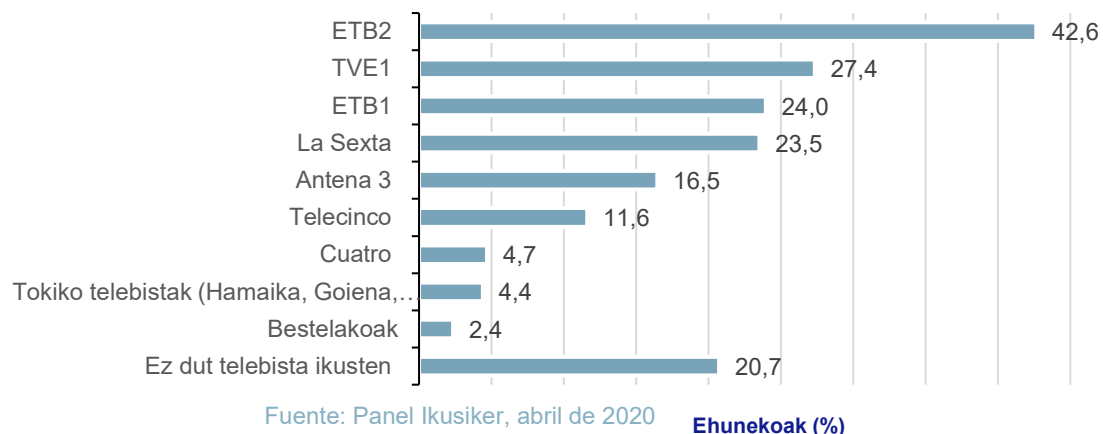
4. Imágen - ¿Cuál es la fuente de información más fiable sobre estos temas?



Fuente: Panel Ikusiker, abril de 2020

Al preguntar sobre las fuentes de información más fiables, el medio que ha obtenido la puntuación más alta ha sido la televisión tradicional, con un 70,5%. En segundo lugar, quedan las páginas web de los periódicos, con el 49,6%. La radio y las demás páginas web de Internet han obtenido alrededor de un 30%, a pesar de que la radio ha contado con menos respuestas. En comparación con las demás opciones, las redes sociales son las que peores valoraciones han obtenido. Sin embargo, acumulan un 18,9%. Las apps y los servicios a la carta también han obtenido pocos apoyos.

5. Imagen – En caso de que utilices la televisión para informarte acerca del coronavirus, ¿qué canal es el más fiable y el que aporta la información más adecuada?

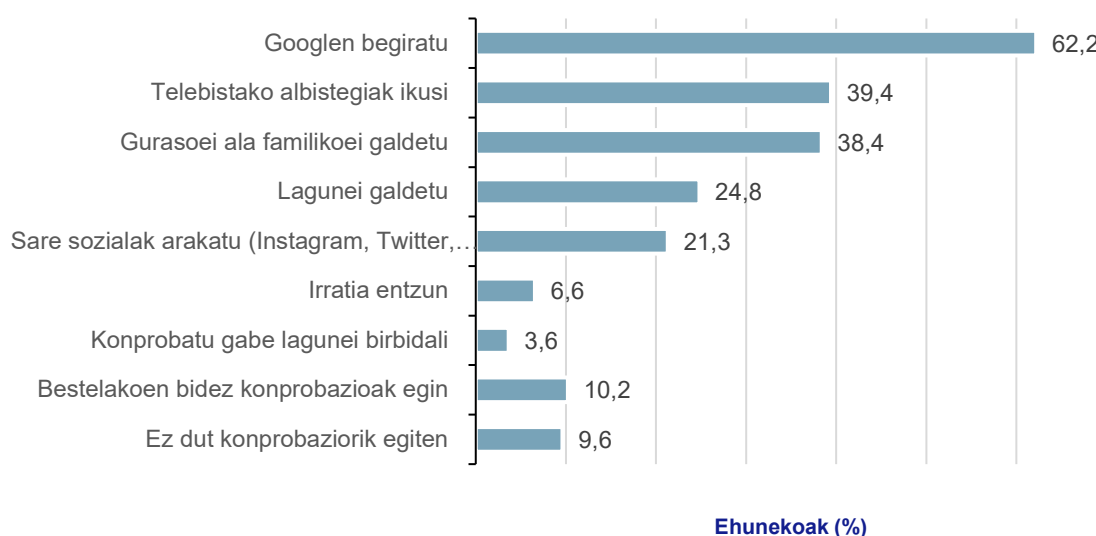


Fuente: Panel Ikusiker, abril de 2020

Entre los/las alumnos/as que utilizan la televisión para informarse acerca del coronavirus, ETB2, con el 42,6% de las respuestas obtenidas, se sitúa como el canal más fiable y el que aporta la información más adecuada. Después se colocan TVE1 (27,4%) y ETB1 (24%). El canal en euskera cuenta sólo con la mitad de las respuestas obtenidas por ETB2. Eso deja en evidencia que el castellano predomina a la hora de informarse en este aspecto.

La Sexta cuenta con el 23,5% de las respuestas, seguido de Antena 3 (16,5%) y Telecinco (11,6%). Entre estos dos últimos, el porcentaje de voto es más bajo que en el resto. Sin embargo, era de esperar que la audiencia de los informativos de estos canales fuese más bajo en Euskal Herria. Junto con el canal Cuatro, las televisiones locales han obtenido porcentajes muy bajos. Aun así, cabe mencionar que el 20,7% de los/las estudiantes no se han valido de la televisión para informarse sobre el coronavirus.

6. Imagen – Si tienes dudas acerca de la veracidad de las noticias (sospechas sobre si pueden ser bulos, noticias falsas o fake news), ¿qué haces?



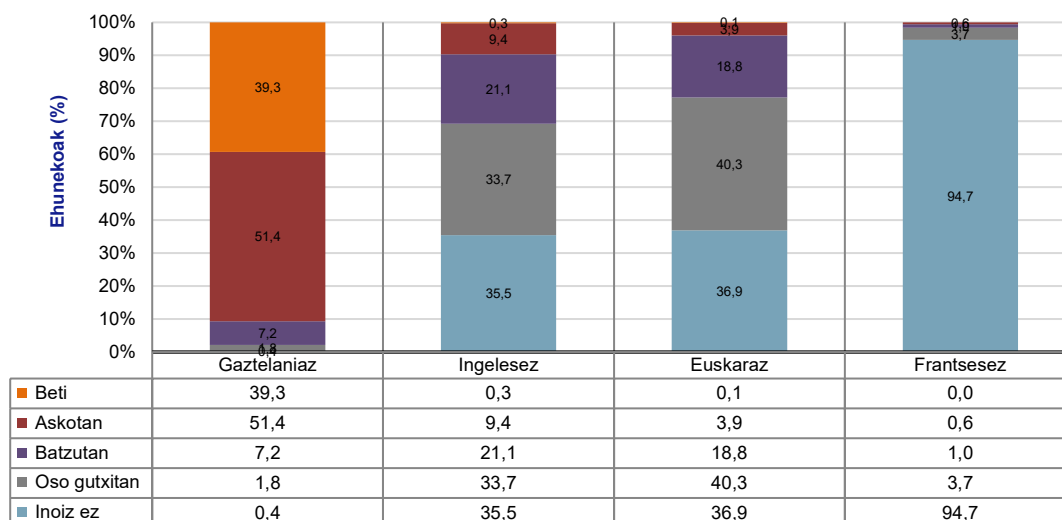
Fuente: Panel Ikusiker, abril de 2020

Cuando los/las estudiantes dudan acerca de la fiabilidad y la veracidad de la información, el 62,2% de ellos/as acuden a Google con el objetivo de contrastar los datos. Son menos aquellos/as quienes utilizan la televisión o quienes se dirigen a padres y madres, familiares o amigos/as con este propósito. La televisión y las preguntas a padres, madres o familiares se sitúan en un nivel equivalente, con un 39,4% y un 38,4% de las respuestas, respectivamente. Aunque las alternativas a preguntar a los amigos tienen un resultado más modesto que las anteriores (24,6%), se imponen al rastreo de las redes sociales y a la escucha de la radio. Para comprobar la fiabilidad de las noticias, las audiciones radiofónicas no tienen demasiado éxito, ya que sólo acumula el 6,6% de las respuestas. Las redes sociales, aunque lejos de las búsquedas en Google, representan el 21,3%.

Por el contrario, cuando se preocupan por la veracidad de la información, el 9,6% del alumnado no procede a contrastarlo y, además, el 3,6% de ellos reenvía estas informaciones dudosas a sus amigos. Por último, el alumnado que realiza otro tipo de

comprobaciones supone un 10,2%

7. Imagen - Noticias, vídeos, artículos, chistes, retransmisiones de youtubers relacionados con el Coronavirus, programas de televisión, mensajes en redes sociales, imágenes... ¿Cuánto tiempo les dedicas al día?



Fuente: Panel Ikusiker, abril de 2020

Los contenidos relacionados con el coronavirus se consumen en su mayoría (90,7%) en castellano. El 39,3% afirma que siempre consume estos audiovisuales en castellano, mientras que el 51,4% admite que recurre a este idioma muchas veces. La mayoría de los/las encuestados/as consume contenidos que tratan sobre el coronavirus, mientras que el 7,2% admite que lo hace a veces. Aquellos/as que no lo hacen o lo hacen pocas veces corresponden al 2,2%.

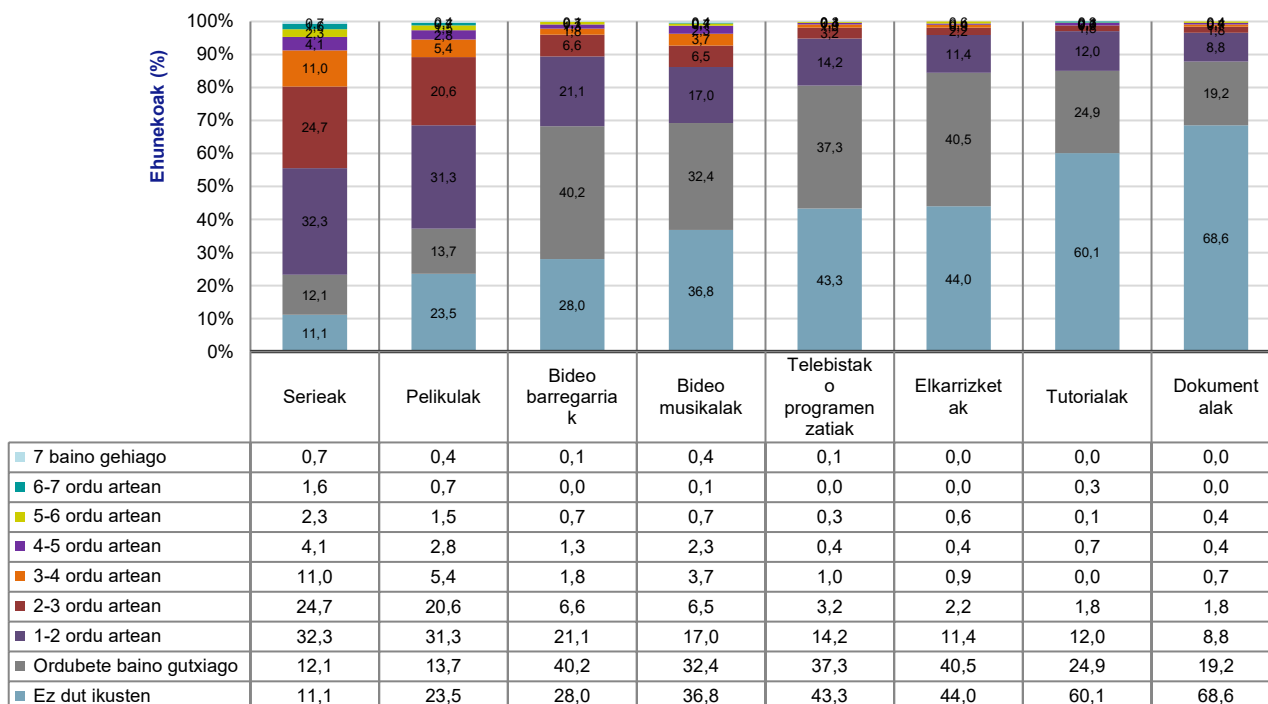
En cuanto al uso del inglés, el 35,5% afirma que no consume audiovisuales en este idioma y el 33,7% lo hace muy pocas veces. En lo que respecta a los contenidos relacionados con el coronavirus, el 69,2% ha recurrido muy pocas veces o no a recurrido nunca al inglés, mientras que el 21% admite haberlo hecho alguna vez y el %9,4 lo hace a menudo. Aquellos/as que consumen estos contenidos siempre en inglés corresponden solamente al 0,3%.

El 39,6% admite que nunca recurre al euskera para consumir contenidos relativos al coronavirus, mientras que el 40,3% lo ha hecho muy pocas veces. Estas dos respuestas configuran el 77,2% del total. El 18,8% ha respondido que utiliza el euskera alguna vez, mientras que aquellos/as que lo utilizan mucho o lo hacen siempre son apenas el 4%.

Por último, a la pregunta sobre la consumición de contenidos en francés, la mayoría de los/las encuestados/as ha respondido que nunca la hace en este idioma.

4. Cambio en las costumbres de consumo de contenidos de entretenimiento

8. Imagen – Desde que estás en cuarentena, ¿cuánto tiempo dedicas al día a consumir contenidos de ficción o entretenimiento?



Fuente: Panel Ikusiker, abril de 2020

La figura 8 muestra el consumo diario de contenidos de ficción y entretenimiento de estos/as jóvenes desde que se encuentran en situación de confinamiento. En primer lugar, destaca que el 68% de los/las alumnos/as no ha visto ningún documental desde el inicio de la cuarentena, y un 60,1% declara no haber elegido ningún tutorial en estos días. Las series de televisión siguen siendo las más consumidas. Solo un 11,1% afirma no haberlas consumido.

El 32,3% de los alumnos/as de la UPV/EHU dedica entre 1 y 2 horas al día a ver series, mientras que el 24,7% lo hace durante 2 y 3 horas al día. Estas dos respuestas corresponden al 57% de los/las encuestados/as.

Las películas que se encuadran en el género de ficción son menos consumidas, ya que el 23,5% de los/las encuestados/as admite no hacerlo. Sin embargo, la mitad (51,9%) de aquellos/as que consumen películas se sitúan en las franjas de consumo de entre 1 y 3 horas.

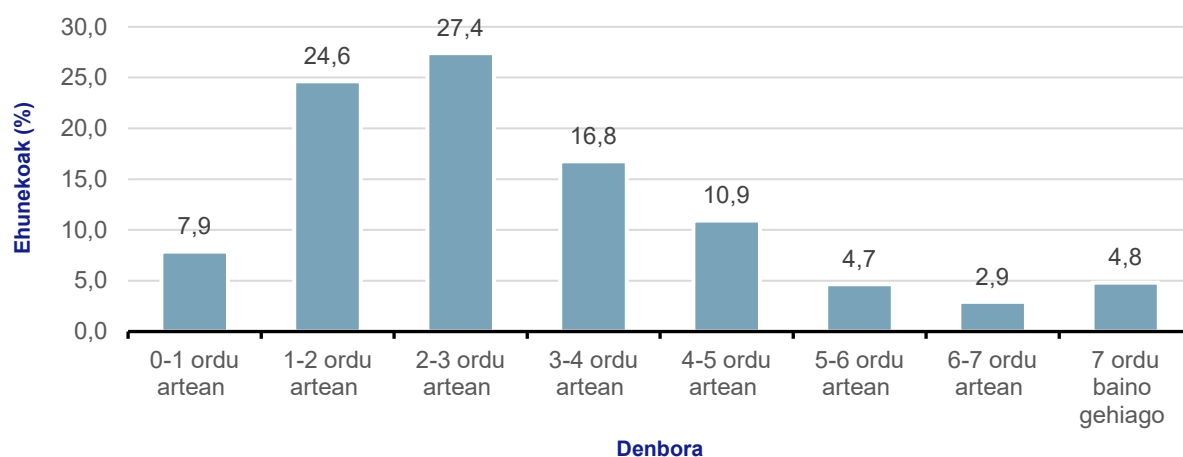
En cuanto al consumo de vídeos graciosos, el alumnado lo hace durante un breve periodo de tiempo: el 40,2% de ellos/as lo hace durante menos de una hora y el 21,2% se sitúa en la franja de consumo de entre 1 y 2 horas. Aun así, el 28% de los/las encuestados/as admite no consumir este tipo de contenidos.

En cuanto a los contenidos que se muestran a continuación, la mayoría de alumnos/as dice no haberlos consumido durante la cuarentena. Así, un 36,8% no consume vídeos

COVID-19

musicales en su día a día desde que está en cuarentena, un 43,3% no ve fragmentos de programas de televisión, un 44% no ve entrevistas y, como se ha mencionado anteriormente, la mayoría de ellos/as no visiona tutoriales y documentales. El consumo de estos contenidos en el día a día se corresponde con un periodo de tiempo de visualización breve que se sitúa en periodos de menos de una hora y entre 1-2 horas.

9. Imagen – Desde que estás en cuarentena, ¿cuánto tiempo dedicas a chatear con amigos/as, hablar por teléfono o por redes sociales y compartir vídeos?

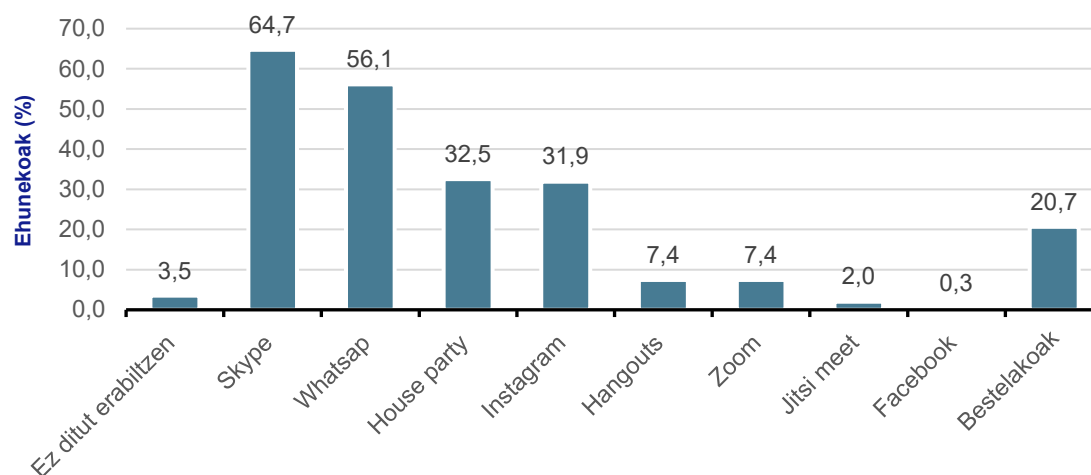


Fuente: Panel Ikusiker, abril de 2020

Con el objetivo de conocer si este contexto inusual ha modificado los hábitos de comunicación de los alumnos, se ha querido medir el tiempo que el alumnado dedica a utilizar las TIC -teléfonicas u online- con sus amigos/as. El 27,4 % de ellos/as se ha situado en la opción del intervalo de 2-3 horas. Los/las que se han situado entre 1-2 horas corresponden al 24,6%. Más de la mitad del alumnado (52%) reconoce realizar videoconferencias o comunicarse vía online por un periodo de entre una y tres horas al día. Aunque más de la mitad del alumnado se sitúa en este tramo, el 40,1% dedica más de tres horas al día a hablar con sus amigos. Entre ellos, el 27,7% dedica un intervalo de tres a cinco horas, y el 12,4%, cinco o más horas. Por último, el 4,8% dedica más de 7 horas a comunicarse con sus amigos.

Teniendo en cuenta los periodos concretos de tiempo, los situados entre 3 y 4 horas representan el 16,8% de los/las encuestados/as y, el alumnado que le dedica un intervalo de 4 a 5 horas corresponde al 10,9%. Además, las diferentes opciones que se sitúan entre una y cinco horas de consumo acumulan más respuestas que aquellas de los/las jóvenes que se sitúan en menos de una hora de consumo (7,9%).

10. Imagen – Si haces uso de videollamadas individuales o grupales, ¿cuáles son los mejores programas para hacerlo?



Bideo deiak egiteko plataformak

Fuente: Panel Ikusiker, abril 2020

Skype es el programa más utilizado por los jóvenes de la UPV/EHU a la hora de realizar videollamadas, ya que el 64,7% de los encuestados lo ha situado entre los programas más adecuados. A continuación se sitúa la aplicación Whatsapp, obteniendo el 56,1% de las respuestas. House Party e Instagram obtienen resultados inferiores, con un 32,5% y un 31,9%, respectivamente. Los programas Hangouts y Zoom también tienen un nivel de respuesta similar, pero si los comparamos con el resto, el uso de estos dos últimos es escaso entre los/las alumnos/as, ya que cada opción ha recogido sólo el 7,4% de las respuestas. Jitsi meet y Facebook han tenido muy poco éxito en cuanto a las videollamadas. Cabe destacar que más del 15% de los/las alumnas han mencionado la aplicación Discord que, aunque se trata de una aplicación pensada para videojuegos online, ofrece las condiciones adecuadas para hacer videollamadas. Con menos frecuencia, otro de los programas repetidos es FaceTime. Con todo esto, se pone de manifiesto que la mayoría de los alumnos ha utilizado aplicaciones para realizar videollamadas, ya que sólo un 3,5% afirma no hacer uso de ellas.

5. Las tendencias que marca la cuarentena

Es pronto para saber si los comportamientos que muestran los/las jóvenes en los consumos audiovisuales y en los usos de las tecnologías de la información y la comunicación se consolidarán y perpetuarán. En cualquier caso, desde el inicio de la cuarentena se aprecian algunos elementos destacables tanto en el tipo como en la duración de estos consumos. Los/las jóvenes que componen el Panel Ikusiker (más de 700) señalan que desde que están en casa por el coronavirus, utilizan más las tecnologías de la información y la comunicación para informarse, entretenerse y comunicarse con sus amigos. El 54,2% de los panelkides dice utilizarlos mucho más y otro 37% algo más.

En cuanto al número de horas de consumo, el porcentaje de jóvenes conectados a las redes sociales entre 2 y 4 horas es del 48,3%. Y entre el 4-6, hay otro 23%.

COVID-19

Las plataformas de pago también ocupan el tiempo de los alumnos de la UPV/EHU. El 49,3% las consume entre dos y cuatro horas diarias y el 9,6%, durante 4 y 6 horas al día.

La atracción a la televisión tradicional, al menos en número de horas, no es tan alta: un 11,7% se sitúa en la franja de consumo de entre dos y cuatro horas diarias. Eso sí, a la hora de buscar información sobre el coronavirus, la televisión aparece como principal referente: el número de personas que lo ven entre dos horas diarias es del 68,5%. Las redes sociales también son un medio de información destacado, con un 67,7% de atención entre dos horas diarias. El 60,9% del alumnado también marca a internet como opción informativa.

Además, la televisión tiene un alto grado de fiabilidad como fuente de información (70,5%), especialmente en el caso de los canales de EITB y los canales públicos en general.

Más allá de la información, cuando buscan entretenimiento, los panelkides eligen series de ficción y películas, y les dedican bastante tiempo, como demuestran los datos. En el día a día marcado por la cuarentena, el 57% dedica hasta tres horas a las series y el otro 51,9% dedica este tiempo a ver películas.

Los usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación se utilizan para crear y mantener relaciones entre estos jóvenes. Cuando se ha preguntado a los universitarios que componen el Panel Ikusiker si utilizan mucho las videollamadas, las respuestas son: el 24,6% se sitúa entre una y dos horas diarias de consumo, pero la mayoría está por encima de ellas (el 27,4% entre 2 y 3 horas; el 16,8% entre 3 y 4 horas y el 10,9% entre las 4 y 5 horas diarias). La comunicación entre amigos y familiares es habitual para los panelkides, y para ello utilizan generalmente las aplicaciones Skype y Whatsapp.

Los consumos audiovisuales y el uso de las TIC en general están muy interiorizados en el día a día de estos/as jóvenes y parece que la cuarentena no ha hecho más que acentuar estas tendencias.

Cómo citar este informe:

Grupo de investigación NOR (2020). "El efecto de la cuarentena por el COVID-19 en las Tecnologías de la Información y la Comunicación y el consumo de contenidos audiovisuales". Informe num. 10 del Panel de universidad de Ikusiker. Abril de 2020. Proyecto de investigación Applika (US17/40). UPV/EHU. <http://www.ikusiker.eus>