



USO DE LAS REDES SOCIALES

USO DE LAS REDES SOCIALES

El uso de las redes sociales es universal entre los/las jóvenes. Las utilizan para todas las tareas y funciones, para entretenerse, para relacionarse e incluso para recibir información. A través de los datos que se recogen en este informe, se han querido conocer los detalles sobre su uso, teniendo en cuenta que los soportes y plataformas que se agrupan dentro de la categoría general de las redes sociales no han surtido el mismo efecto y/o no han tenido el mismo éxito entre la juventud.

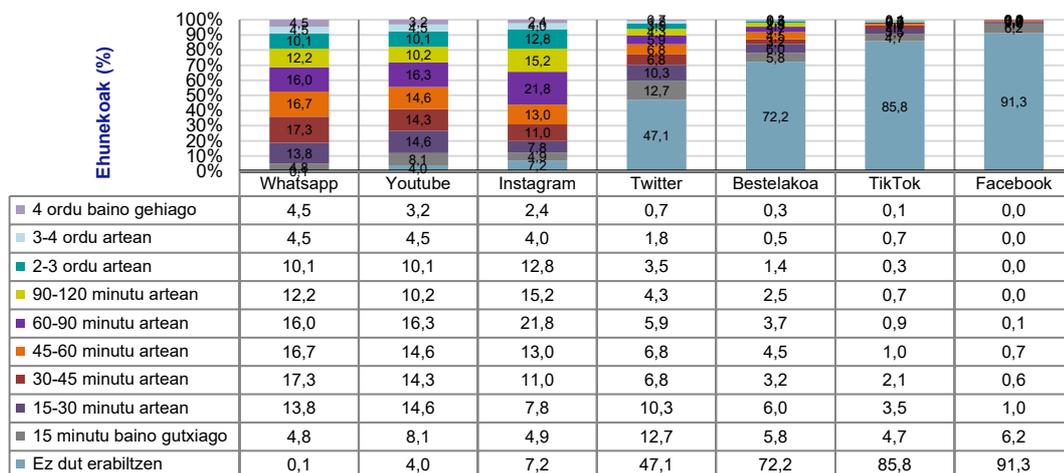
1. Notas sobre la metodología

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 (TIC) que realizan los/las estudiantes de la UPV/EHU. Para ello, estudiantes de tres campus y cinco ramas de conocimiento de dicha universidad cumplieron un cuestionario durante los días comprendidos entre el 6 y el 14 de mayo de 2020. En este documento se resume la información obtenida de los más de 600 cuestionarios realizados.

2. Uso de las redes sociales

No hay duda de que las redes sociales ocupan hoy en día un lugar vital a la hora de tejer relaciones interpersonales. El uso de los dispositivos electrónicos y de los programas y aplicaciones informáticas diseñadas a tal efecto es elevado entre los/las jóvenes que utilizan las redes sociales. Esta tendencia se repite también entre los/las integrantes del Panel Ikusiker, donde el tiempo dedicado a estos medios, tanto como el alcance que presentan, es alto. En el siguiente informe se desgranán las características del uso de las redes sociales y la vivencias que se obtienen de estas, al igual que las causas de su uso. Primero, se ha analizado el alcance de las redes sociales más habituales. Con ese objetivo, se ha preguntado a los/las panelistas por el tiempo dedicado a cada uno de ellos.

1. Imagen – Indica, por favor, cuánto tiempo dedicas al día a cada una de las redes sociales que se mencionan a continuación:



Fuente: Panel Ikusiker, mayo de 2020

La primera imagen muestra que Whatsapp, Youtube e Instagram son las redes sociales que más utilizan los/las jóvenes, ya que su alcance es de más del 90% entre los/las encuestados/as. Sin embargo, teniendo en cuenta la importancia individual en el consumo actual, cabe mencionar también otras redes sociales que no muestran niveles de alcance tan elevados. De hecho, las que no aparecían hasta hace poco, como TikTok, aunque cuantitativamente tienen poca presencia, parecen tomar un nombre propio y marcar una tendencia al alza.

En cuanto al uso de las diferentes plataformas que realizan los/las alumnos/as, la aplicación más habitual es Whatsapp. Casi todos/as los/las estudiantes encuestados/as (99,9%) la utilizan en su día a día, y la mayoría de los/las usuarios/as de mensajería móvil online le ofrecen un espacio de entre 30 y 90 minutos. La mitad del alumnado se sitúa entre estas franjas de tiempo, mientras que los/las alumnos/as que le dedican más de 90 minutos diarios componen el 31,5%, especialmente aquellos que utilizan la aplicación entre 90 minutos y 3 horas (22,3%) al día. El porcentaje de jóvenes que pasan más de tres horas en WhatsApp es del 9%. El 18,6% restante solo utiliza esta red social durante 15 y 45 minutos al día.

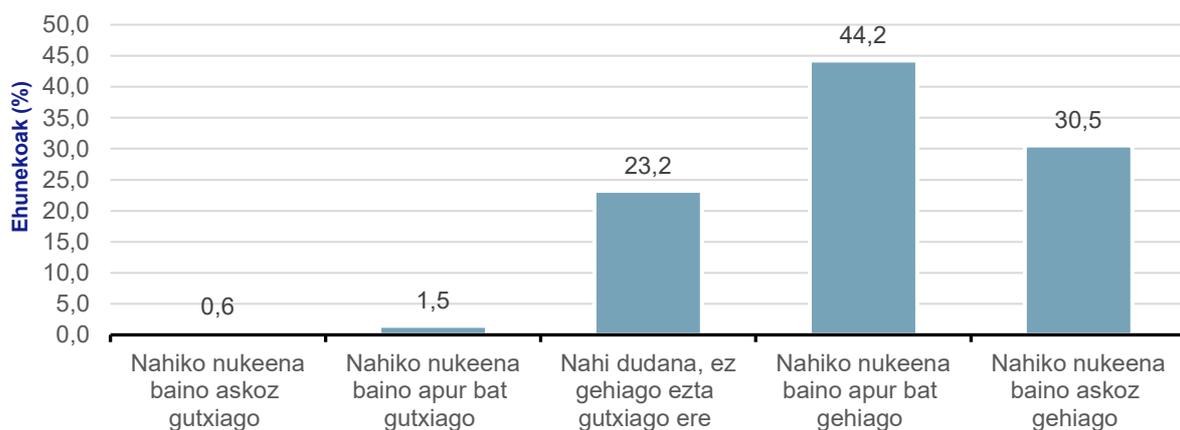
En el caso de la red social Youtube, el 96 % de los/las estudiantes afirman hacer uso de esta. Sin embargo, en el tiempo que se le dedica, se puede apreciar una gran dispersión. En los resultados que se sitúan entre los 15 y los 90 minutos diarios de consumo, las respuestas son muy diversas, acumulando porcentajes similares en diferentes periodos de tiempo (59,8%). El peso de las cuatro franjas de tiempo que se proponen es similar en todos los casos: en torno al 15%. El alumnado que le dedica más de 90 minutos diarios es el 28%, de los cuales el 20,3% se encuentra entre las 90 y las 3 horas de consumo.

La red social Instagram es utilizada por una amplia mayoría de los/las encuestados/as (92,6%), y atendiendo a los datos, se puede decir que el alumnado dedica más tiempo a ella que a las plataformas anteriores. De hecho, el 21,8% le dedica franjas de entre 60 y 90 minutos. Asimismo, el 61% de ellos/as le dedica entre 30 minutos y 2 horas diarias. Aquellos/as que le dedican más de dos horas al día conforman el 19,2%, mientras que el 12,7% invierte menos de 30 minutos al día en Instagram. Por lo tanto, aunque esta red social tiene menos usuarios que las redes sociales anteriores, los alumnos le dedican periodos de tiempo más prolongados.

Los/las estudiantes de la UPV/EHU que utilizan Twitter en su día a día son el 52,9%, mucho menos que en comparación con las redes sociales anteriores. En ella predominan los periodos cortos de tiempo, ya que el 23% de los/las alumnos/as le dedica entre 15 y 30 minutos. El 23,8% le dedica entre los 30 minutos y 2 horas diarias, mientras que el alumnado que pasa más de dos horas en Twitter es el 6%.

Aplicaciones como TikTok y Facebook tienen poco éxito entre estos/as estudiantes: un 85,8% y un 91,3%, respectivamente, afirma no utilizarlas. Sin embargo, hay que señalar que mientras Facebook ha sido una red social que ha ido perdiendo éxito entre los/las jóvenes, TikTok es una plataforma que acaba de aparecer en su uso, y, por lo tanto, aunque desconocemos el desarrollo que pueda tener, parece que ha empezado fuerte.

2. Imagen – Si eres usuario/ a de redes sociales, ¿qué opinas sobre: el tiempo que les dedicas...?

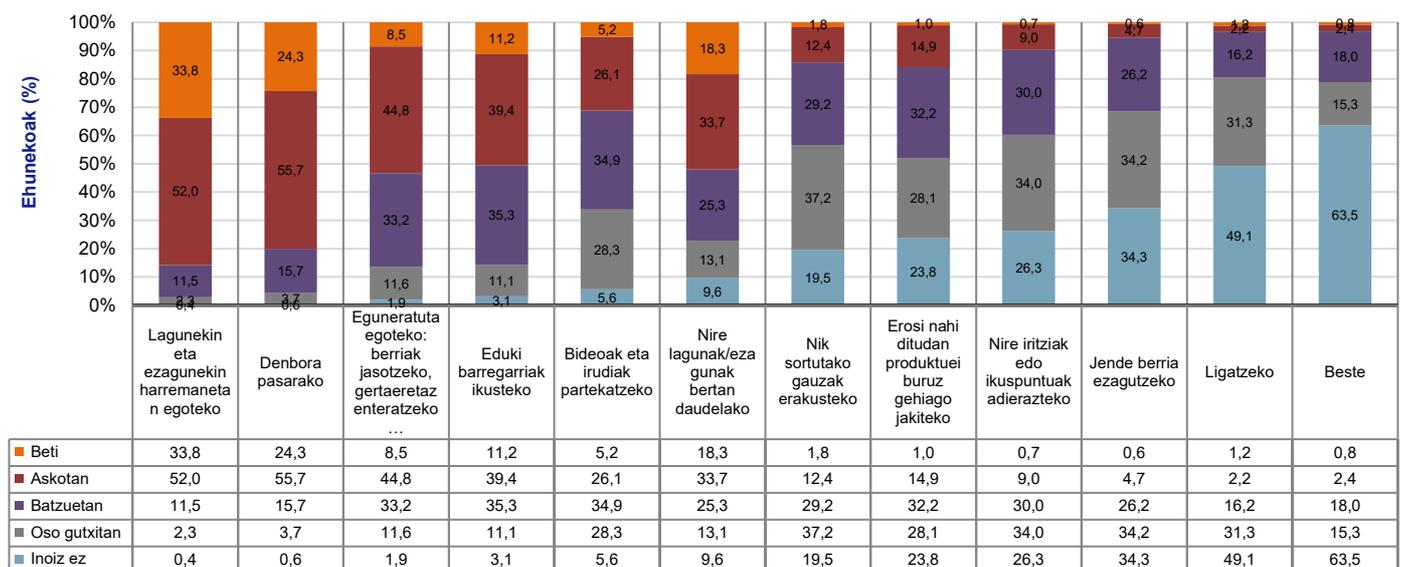


Fuente: Panel Ikusiker, mayo de 2020

Redes sociales

El gráfico anterior trata de recoger datos sobre el uso del tiempo en las redes sociales que hacen los/las alumnos/as de la UPV/EHU. El alumnado que afirma que dedica menos tiempo del que le gustaría a las redes sociales conforma solamente el 2,1%. Los que se sitúan a medio camino y consideran adecuado el tiempo dedicado son el 23,2%. La mayoría de los/ las estudiantes (74,7%) dedican más tiempo del que les gustaría a las redes sociales. Entre ellos/as, mientras que el 44,2% afirma dedicar algo más de tiempo del que desearía, el 30,5% afirma dedicarle mucho más tiempo de lo que debería.

3. Imagen – Si eres usuario/ a de redes sociales, indica, por favor, para qué las utilizas



Fuente: Panel Ikusiker, mayo de 2020

La tabla superior recoge los motivos que tienen los/las estudiantes para el uso de las redes sociales. A primera vista, cabe destacar un amplio abanico de motivos para el consumo de estas: los/las jóvenes aprovechan las redes sociales para infinidad de cosas, muchas de ellas relacionadas con el ocio. Entre las razones más destacadas (80%) se encuentran el relacionarse con amigos/as y conocidos/as y el hecho de que las redes sociales les proporcionan oportunidades de entretenimiento. En el caso del primero, más de la mitad de los/las encuestados/as (52%) señala que el motivo del uso es “muchas veces” el mismo, mientras que un 33,8% lo hace “siempre” por este motivo. En cuanto al pasatiempo, el 55,7% afirma que éste suele ser la causa más habitual para su uso, mientras que el 24,3% lo utiliza siempre con ese fin.

Asimismo, aunque con diferente frecuencia, la mayoría de las personas que utilizan las redes sociales lo hace con el fin de recoger y actualizar información (98,2%). En esta tarea, el 44,8% de los/las encuestados/as afirma hacer un uso frecuente de las redes sociales, frente al 33,2% que lo hace “a veces” y el 8,5% lo hace “siempre”.

Las redes sociales también son exitosas como soporte para el consumo de contenidos de humor. El 39% de los/las alumnos/as las utiliza muchas veces como medio de acercamiento a los contenidos humorísticos y, a veces, el número de quienes lo hacen se sitúa por encima de un tercio (35,3%).

Redes sociales

En la frecuencia de uso para compartir vídeos e imágenes hay una mayor dispersión si la comparamos con las razones anteriores. Mientras que el 26,1% de los/las estudiantes utilizan las redes sociales con este objetivo “muchas veces”, un 34,9% y un 28,3% lo hacen “en ocasiones” o “muy pocas veces”, respectivamente.

Las redes sociales también son un buen medio para mostrar contenidos creados por los/las propios/as panelistas. En mayor o menor medida, también los convierten en escaparates para sus contenidos (80,5%). Aproximadamente la mitad (46,4%) de los/las estudiantes las utiliza a veces, con frecuencia o siempre. Del mismo modo, un 37,2 % afirma que rara vez hace uso de ellas para mostrar sus propias creaciones.

En torno a un tercio de los/las panelistas aprovecha el uso de las redes sociales para conocer más sobre los productos que quiere comprar (32,2%). El 28,1 % de ellos/as afirma que rara vez las utilizan con este fin, mientras que el porcentaje de quienes nunca lo hacen es del 23,8 %.

La formulación de opiniones o puntos de vista es una acción que se realiza de forma intermitente y rara vez en estas aplicaciones. El 30% y el 34% del alumnado, respectivamente, lo hace sólo en ocasiones o muy pocas veces y son el 26,3% los que nunca les dan ese uso.

Las razones para conocer a gente nueva o ligar también están presentes en el uso de las redes sociales. Se trataría de usos con frecuencia relativa. En el caso del primero, el 65,7 % ha recurrido alguna vez a la red social por este motivo. Mientras el número de personas que nunca ha utilizado las redes sociales con el objetivo de ligar es del 51,9%.

Cómo citar este informe:

Grupo de investigación NOR (2020). “Uso de las redes”. Informe num. 12 del Panel de universidad de Ikusiker. Mayo de 2020. Proyecto de investigación Applika (US17/40). UPV/EHU. <http://www.ikusiker.eus>