

nikus  
ker.

Instagram

INFORME 38 • ENERO 2023



# ÍNDICE

1. IKUSIKER.....	2
2. METODOLOGIA .....	3
3. RESULTADOS.....	4
3.1 USO DE REDES SOCIALES .....	7
3.2 INSTAGRAM.....	14
4. ALGUNAS CONCLUSIONES.....	15

**Cómo Citar:** *Ikusiker (2023): Instagram. Informe 38. UPV/EHU. [www.ikusiker.eus](http://www.ikusiker.eus)*

# 1. IKUSIKER

IKUSIKER es una investigación que analiza los consumos audiovisuales y los usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) de la juventud vasca de entre 12 y 23 años (Applika+: US22/23).

Para la realización de este estudio se han creado dos paneles compuestos por estudiantes de Educación Secundaria y de universidad a los que se encuesta periódicamente.

Esta investigación se puso en marcha en el curso 2018-2019 de la mano del grupo NOR de la UPV/EHU, EITB, el Observatorio Vasco de la Cultura, Tabakalera y el Organismo Público de la Lengua Vasca, en colaboración con los distintos centros educativos.



**Facultad de ciencias sociales y de la comunicación**

**Barrio Sarriena, 48940 Leioa (Bizkaia)**

**+34 747 414 355**

**[ikusiker@ehu.eus](mailto:ikusiker@ehu.eus)**

## 2. METODOLOGÍA

En el momento de la realización de esta investigación, el panel de Ikusiker lo conforman más de dos mil alumnos y alumnas de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y de la Universidad Pública de Navarra (UPNA). Estos universitarios responden de forma permanente y frecuente a los cuestionarios online que se les envían ([www.encuestafacil.com](http://www.encuestafacil.com)), siempre en lo que se refiere a los consumos audiovisuales y los usos de las TICs. Para el trabajo de campo y la creación de la base de datos, se cuenta con la asesoría técnica de Aztiker.

Este informe recoge los resultados de la encuesta realizada entre el 28 de noviembre y el 4 de diciembre de 2023 sobre los consumos de Instagram. Para el estudio se ha contado con 2.101 respuestas válidas.

El documento presenta en primer lugar los resultados obtenidos en relación al consumo de los panelistas con diferentes redes sociales. A continuación, se presentan los datos recogidos de los usos Instagram por parte del alumnado: alcance, frecuencia de conexión, diferentes usos, perfiles que se siguen y valoración general, entre otros.

## 3. RESULTADOS

### 3.1 USO DE LAS REDES SOCIALES

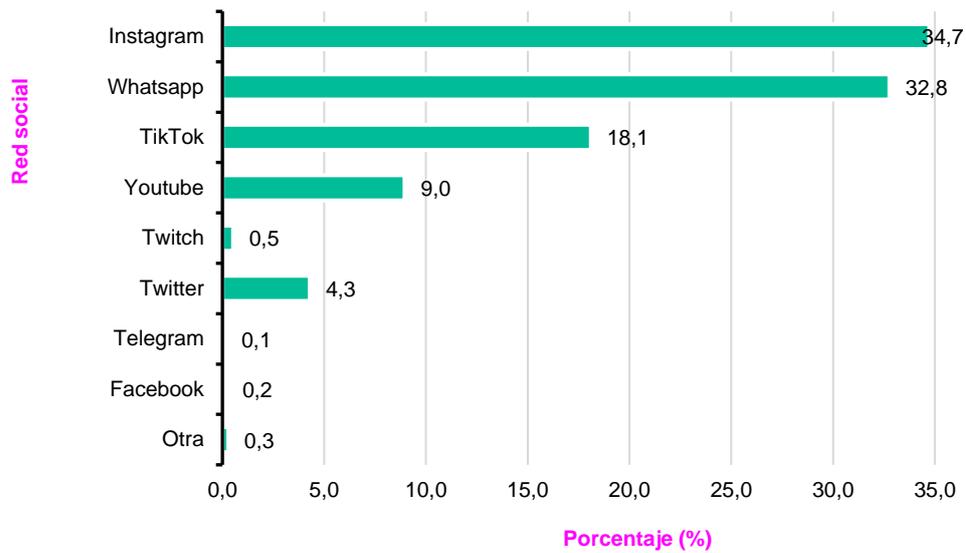
En primer lugar, se les ha preguntado a los panelistas por la red social que más utilizan. A continuación, se les ha pedido que mencionen la segunda y tercera opción en el uso de las redes sociales. Respecto a la primera cuestión, son tres las redes sociales más mencionadas; Instagram (34,7%) Whatsapp (32,8%) y Tik Tok (18,1%).

Las redes sociales Youtube y Twitter han sido elegidas como primera opción por el 9,0% y el 4,3% respectivamente.

1ª. Imagen - Elige de esta lista la red social que más utilizas.

	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Instagram</b>	<b>729</b>	<b>34,7</b>
<b>Whatsapp</b>	<b>688</b>	<b>32,8</b>
<b>TikTok</b>	<b>380</b>	<b>18,1</b>
<b>Youtube</b>	<b>188</b>	<b>9,0</b>
<b>Twitch</b>	<b>11</b>	<b>0,5</b>
<b>Twitter</b>	<b>90</b>	<b>4,3</b>
<b>Telegram</b>	<b>3</b>	<b>0,1</b>
<b>Facebook</b>	<b>4</b>	<b>0,2</b>
<b>Otra</b>	<b>6</b>	<b>0,3</b>
<b>Total</b>	<b>2.099</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Ikusiker, Applika+

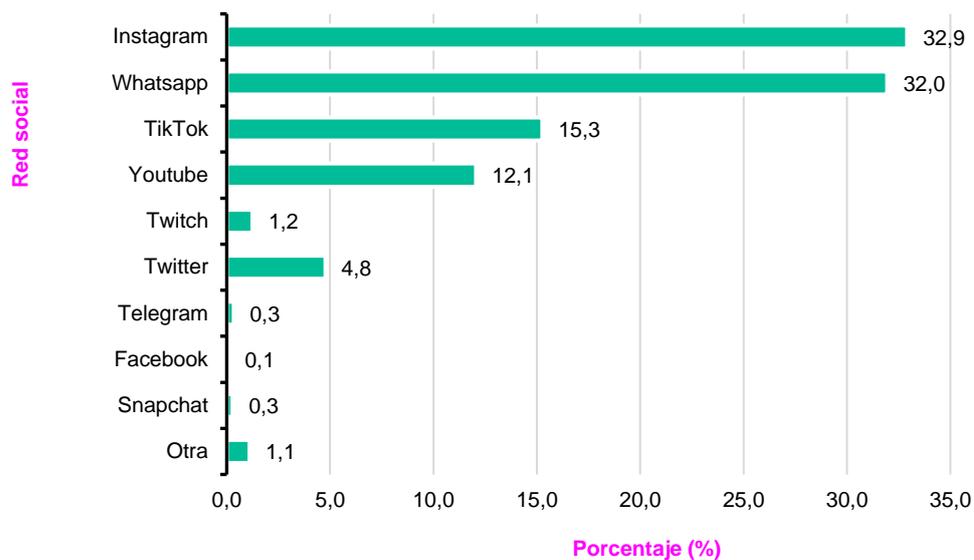


La segunda red social más utilizada sigue siendo Instagram, mencionada por el 32,9% de los panelistas, seguida de Whatsapp (32,0%) y Tik Tok (15,3%).

2ª. Imagen- Elige de esta lista la segunda red social que más utilizas.

	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Instagram</b>	<b>690</b>	<b>32,9</b>
<b>Whatsapp</b>	<b>670</b>	<b>32,0</b>
<b>TikTok</b>	<b>320</b>	<b>15,3</b>
<b>Youtube</b>	<b>253</b>	<b>12,1</b>
<b>Twitch</b>	<b>26</b>	<b>1,2</b>
<b>Twitter</b>	<b>100</b>	<b>4,8</b>
<b>Telegram</b>	<b>7</b>	<b>0,3</b>
<b>Facebook</b>	<b>2</b>	<b>0,1</b>
<b>Snapchat</b>	<b>6</b>	<b>0,3</b>
<b>Otra</b>	<b>23</b>	<b>1,1</b>
<b>Total</b>	<b>2.097</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Ikusiker, Applika+

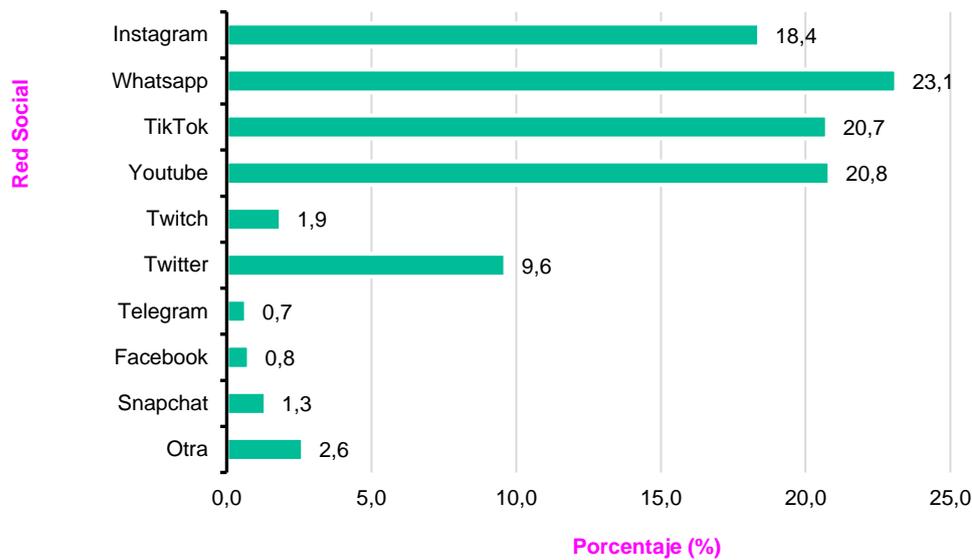


Respecto a la tercera red social más utilizada, destaca Whatsapp, elegida por el 23,1% de los encuestados, y le siguen Youtube (20,8%) y Tik Tok (20,7%).

3ª. Imagen - Elige de esta lista la tercera red social que más utilizas.

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Instagram	384	18,4
Whatsapp	483	23,1
TikTok	433	20,7
Youtube	435	20,8
Twitch	39	1,9
Twitter	201	9,6
Telegram	14	0,7
Facebook	16	0,8
Snapchat	28	1,3
Otra	55	2,6
<b>Total</b>	<b>2.088</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Ikusiker, Applika+



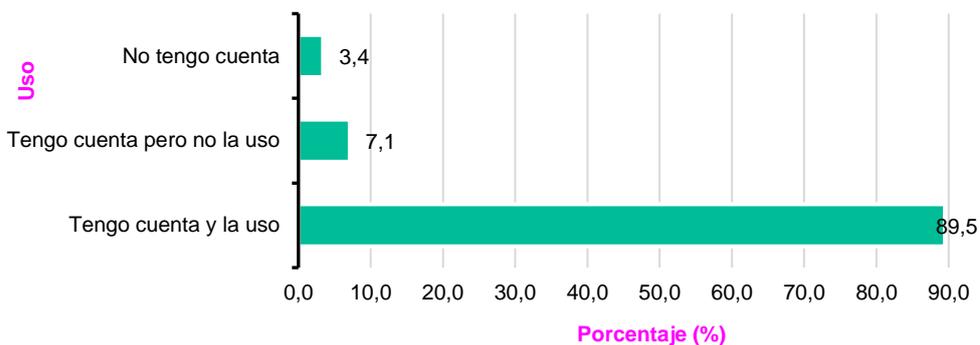
### 3.2 INSTAGRAM

Tal y como hemos visto, Instagram es la red social más utilizada por nuestros panelistas (89,5%). Otro 7,1% de las alumnas y los alumnos afirman tener cuenta en Instagram, pero no utilizarla, y el 3,4% restante sostiene que no tiene cuenta en Instagram.

4ª .Imagen - En el caso de Instagram, ¿utilizas esta red social?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>No tengo cuenta en Instagram.</b>	<b>72</b>	<b>3,4</b>
<b>Tengo una cuenta pero no la utilizo.</b>	<b>149</b>	<b>7,1</b>
<b>Sí, utilizo Instagram</b>	<b>1.880</b>	<b>89,5</b>
<b>Total</b>	<b>2.101</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Ikusiker, Applika+



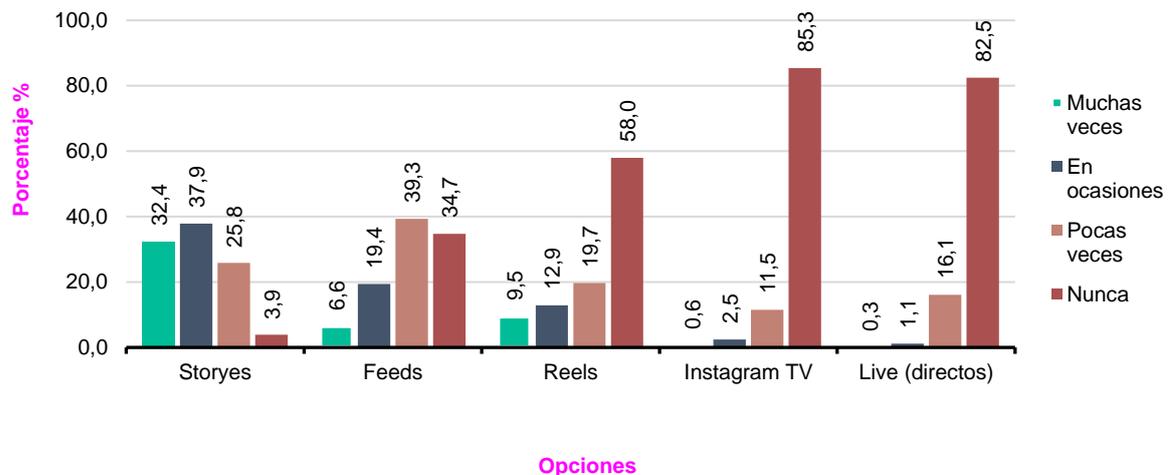
A continuación, el gráfico nos muestra el uso (de mayor a menor) de las diferentes herramientas que nos ofrece Instagram.

La opción más utilizada son los Stories. El 70,3% de los panelistas emplea esta herramienta en muchas o algunas ocasiones. Le siguen los Feed, utilizados en muchas ocasiones o con frecuencia por el 26,0%. En tercer lugar, se sitúan los Reel, usados en muchas ocasiones o frecuentemente por el 22,4%. Las herramientas Instagram TV y Live no tienen apenas seguidores; ocho de cada diez panelistas afirman no usarlas nunca.

5ª Imagen - Frecuencia de uso de cada función de Instagram.

	Muchas veces	A veces	Pocas veces	Nunca
<b>Stories</b>	<b>32,4</b>	<b>37,9</b>	<b>25,8</b>	<b>3,9</b>
<b>Feed (Post)</b>	<b>6,6</b>	<b>19,4</b>	<b>39,3</b>	<b>34,7</b>
<b>Reel</b>	<b>9,5</b>	<b>12,9</b>	<b>19,7</b>	<b>58,0</b>
<b>Instagram TV</b>	<b>0,6</b>	<b>2,5</b>	<b>11,5</b>	<b>85,3</b>
<b>Live (Directos)</b>	<b>0,3</b>	<b>1,1</b>	<b>16,1</b>	<b>82,5</b>

Fuente: Ikusiker, Applika+



También se les ha preguntado a los panelistas para qué utilizan Instagram. Se les han ofrecido once posibles respuestas, las cuales han sido ordenadas de mayor a menor el siguiente gráfico.

La opción “para pasar el tiempo” ha sido la más elegida por el 70,3% de las alumnas y los alumnos. La respuesta “para entretenimiento y diversión” la han elegido el 58,6%, y “para relacionarse con amigos y conocidos” el 45,4%.

El uso de Instagram “para el cotilleo” lo han mencionado el 33,5%, y la opción “para juntarse con los amigos” el 31,1%, que lo utiliza frecuentemente (con un fuerte aumento respecto al año anterior). La respuesta menos elegida ha sido “para estar informado” (el 18,0%). Por último, más de la mitad afirma no utilizar nunca Instagram para ligar (49,6%), para estudiar o para trabajar (52,5%) o para comprar (81,9%).

### 6ª. Imagen- Para qué se utiliza Instagram

	Muchas veces	A veces	Pocas veces	Nunca
De pasatiempo.	70,3	24,4	4,7	0,6
Para entretenimiento y diversión.	58,6	33,1	7,3	0,9
Para relacionarse con amigos.	45,4	39,9	12,0	2,6
Para cotilleo.	33,5	33,2	21,6	11,6
Para quedar con amigos.	31,1	34,8	24,2	10,0
Para estar informado (para saber lo que pasa en el mundo)	18,0	44,1	27,4	10,5
Para colgar videos y fotos.	12,1	32,3	43,0	12,6
Para enseñar las cosas que hago.	7,4	27,0	41,9	23,7
Para ligar.	2,0	14,9	33,5	49,6
Para estudiar o trabajar.	1,9	10,2	35,5	52,5
Para compras.	0,9	3,9	13,3	81,9

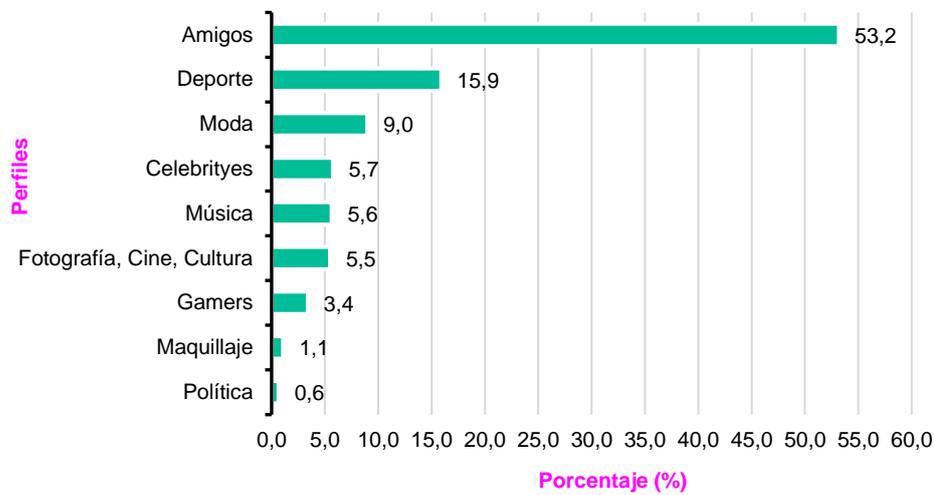
Fuente: Ikusiker, Applika+

Respecto a los perfiles más elegidos en Instagram, destacan los de los amigos, mencionados por 53,2% de los panelistas. Le siguen los relacionados con el deporte (15,9%) y los que tienen que ver con la moda (9,0%). Con un porcentaje menor, encontramos los perfiles de las celebrities (5,7%), o los relacionados con la música (5,6%).

### 7ª Imagen - Tipos de perfil más seguidos.

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Perfiles de amigos	990	53,2
Deporte	296	15,9
Moda	167	9,0
Celebrities	107	5,7
Música	105	5,6
Fotografía,cine,Cultura	102	5,5
Gamers	63	3,4
Maquillaje	20	1,1
Política	12	0,6
<b>Total</b>	<b>1.862</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Ikusiker, Applika+



8ª Imagen - Datos sobre el uso de Instagram.

	Media
¿Cuántas veces al día entras a Instagram?	18,1
Tiempo medio de uso: minutos / cada vez que se entra en la app.	17,4
Tiempo medio de uso: minutos / día	77,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

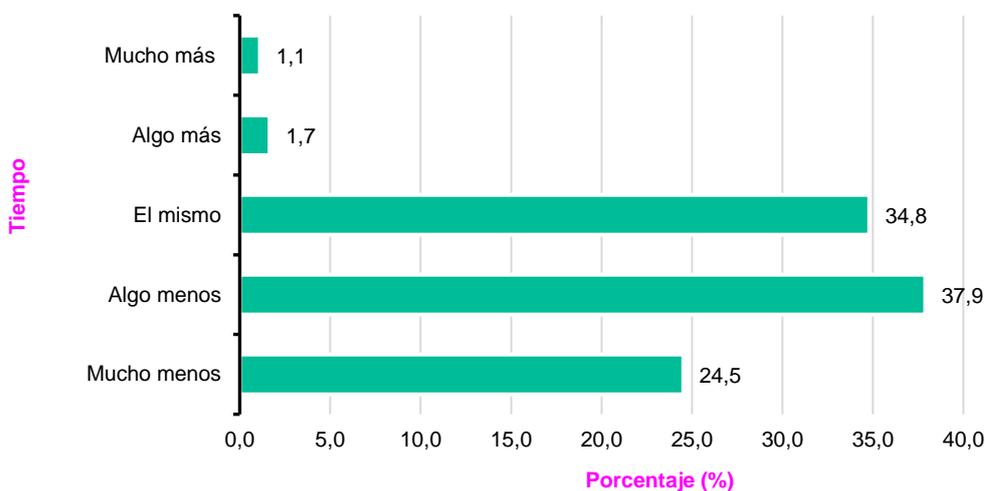
Cada panelista entra una media de 18,1 veces al día en Instagram, y cada vez que se conecta, dedica una media de 17 minutos a la red social. De media, cada alumno y alumna pasa 77 minutos al día en Instagram, es decir, más de una hora.

Preguntados por si dedicarían menos tiempo a esta red social si pudieran, el 37,9% afirman que definitivamente pasarían menos tiempo, y el 24,5% mucho menos tiempo. El 2,8% de los panelistas estaría más tiempo conectado, si pudiera.

9ª Imagen.- Si te fuera posible, pasarías ..... tiempo en Instagram

	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Mucho más tiempo.</b>	<b>21</b>	<b>1,1</b>
<b>Un poco más de tiempo.</b>	<b>31</b>	<b>1,7</b>
<b>El mismo tiempo.</b>	<b>650</b>	<b>34,8</b>
<b>Un poco menos de tiempo.</b>	<b>708</b>	<b>37,9</b>
<b>Mucho menos tiempo.</b>	<b>458</b>	<b>24,5</b>
<b>Total</b>	<b>1.868</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Ikusiker, Applika+



Se han presentado algunas preguntas a los alumnos y preguntado hasta qué punto están de acuerdo con ellas. En el siguiente cuadro se muestran los resultados ordenados<sup>1</sup> según el grado de conformidad que ha recibido cada frase. La frase que ha reunido mayor consenso ha sido la de “Hay demasiado postreo en Instagram”. El 94% del alumnado está muy de acuerdo o ligeramente de acuerdo con esta afirmación (94,0%). La segunda frase más elegida ha sido la de "Instagram impulsa el consumo", que en este caso, la ha respaldado el 82,1% de los panelistas.

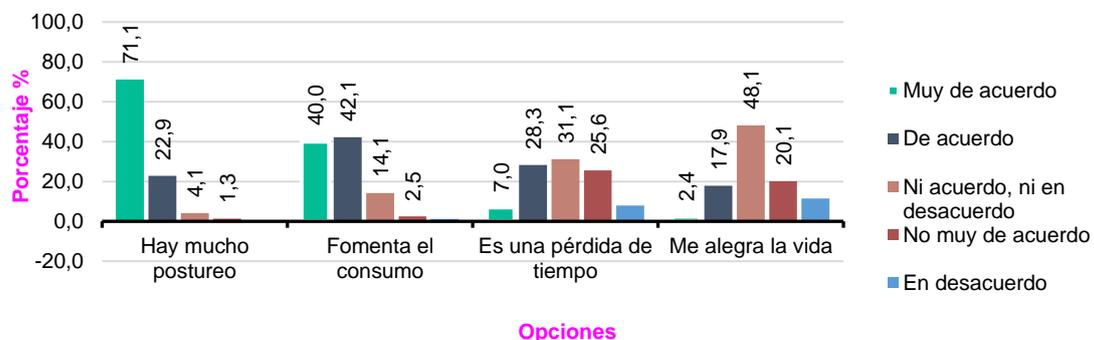
<sup>1</sup> Para ello, se hace uso de un índice: (totalmente de acuerdo + un poco de acuerdo / 2) - (un poco en contra / 2 + totalmente en contra). Así, si todos los que respondieran estuvieran de acuerdo, el índice sería 100, de lo contrario, sería -100

Las respuestas están bastante divididas en el caso de la tercera frase “Instagram es sólo para perder el tiempo”. El 35,3% está de acuerdo, el 33,6% en contra y el 31,1% ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por último, la opinión contraria tiene más fuerza en la cuarta frase “Instagram alegra la vida”. El 20,3% de los alumnos está de acuerdo con la frase, frente al 31,6%.

### 10ª Imagen - Conformidad con algunas frases.

	Totalmente de acuerdo	Un poco de acuerdo	Ni acuerdo, ni en desacuerdo	Un poco en desacuerdo	En desacuerdo	Índice (100 / - 100)
Hay mucho postureo en Instagram	71,1	22,9	4,1	1,3	0,6	81,3
Fomenta el consumo	40,0	42,1	14,1	2,5	1,2	58,6
Solo sirve para perder el tiempo	7,0	28,3	31,1	25,6	8,0	0,3
Me alegra la vida	2,4	17,9	48,1	20,1	11,5	-10,2

Fuente: Ikusiker, Applika+

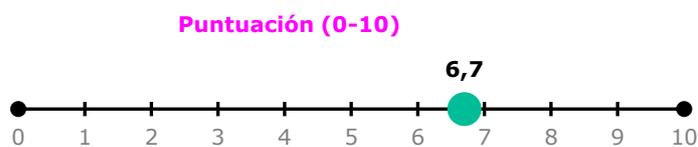
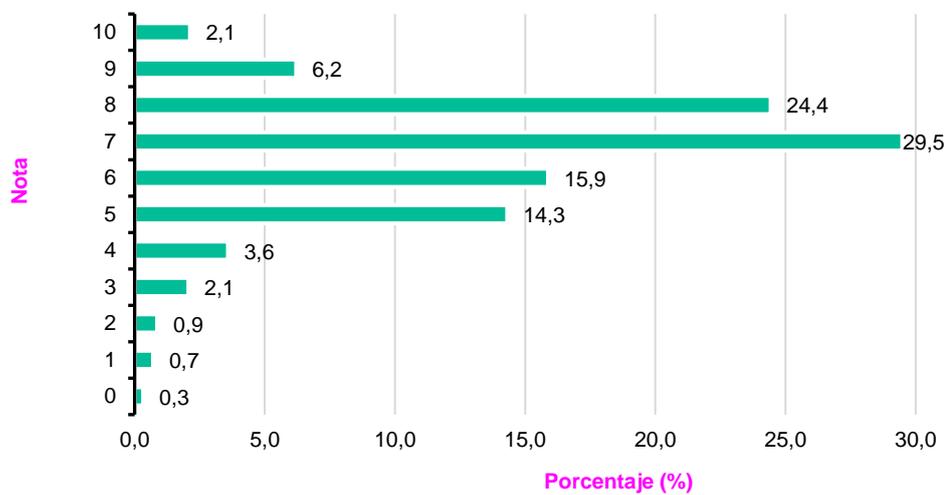


Finalmente, se solicita una valoración global de Instagram en una escala de 0 a 10 (siendo 0 la más negativa y 10 la más positiva). Los panelistas le asignan una puntuación media de 6,7. Un tercio le otorga una puntuación de entre 8 y 10, otro tercio la puntuación con un 7 y el último tercio opta por una calificación de entre 3 y 6.

## 11ª Imagen - Valoración general de Instagram

	Frecuencia	Porcentaje (%)
10	39	2,1
9	114	6,2
8	449	24,4
7	542	29,5
6	292	15,9
5	263	14,3
4	66	3,6
3	38	2,1
2	16	0,9
1	13	0,7
0	6	0,3
<b>Total</b>	<b>1.838</b>	<b>100,0</b>
<b>Media (0-10)</b>	<b>6,7</b>	

Fuente: Ikusiker, Applika+



## 4. ALGUNAS CONCLUSIONES

- El 89,5% de los panelistas tiene cuenta en Instagram y el 3,4% por el contrario, afirma no tener cuenta en esta red social. Las alumnas y los alumnos encuestados se conectan de media 18,1 veces al día a Instagram, y cada vez que lo hacen, pasan una media de 17 minutos.
- Entre las opciones que ofrece en Instagram, la herramienta más utilizada son los Stories; el 70,3% de los panelistas afirman que los utiliza muchas o algunas veces.
- El 70,3% de los encuestados utiliza Instagram “para pasar el tiempo”. Por otro lado, más de la mitad de los estudiantes (58,6%) lo emplea “para ver cosas entretenidas y graciosas”.
- El 53,2% se decanta por los perfiles de amigos, mayoritariamente.
- En la valoración global de Instagram (siendo 0 la más negativa y 10 la más positiva) la puntuación ha sido de 6,7.