

nikus  
ker.

Youtube

**INFORME 39 • FEBRERO 2023**



# ÍNDICE

1. IKUSIKER.....	2
2. METODOLOGIA .....	3
3. RESULTADOS.....	4
3.1 YOUTUBE.....	4
3.2 YOUTUBERS .....	12
4. ALGUNAS CONCLUSIONES.....	15

**Cómo Citar:** *Ikusiker (2023): Youtube. Informe 39. 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 las ciencias sociales y la comunicación de la UPV/EHU**

**Sarriena auzoa z/g, 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 9 y el 15 de enero de 2023 sobre los consumos de Youtube. Para el estudio se ha contado con 1.927 respuestas válidas.

## 3. RESULTADOS

### 3.1 YOUTUBE

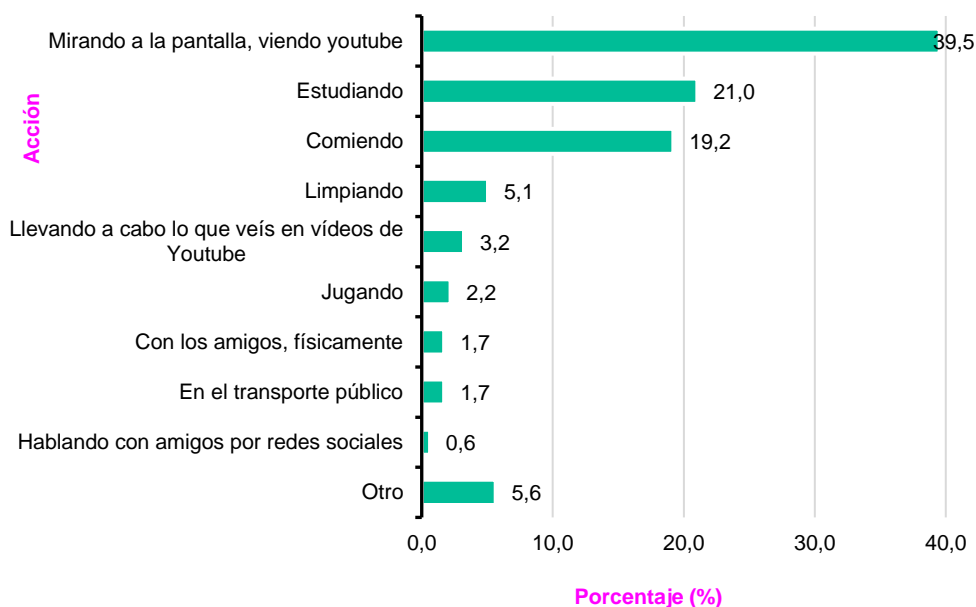
Desde el panel IKUSIKER se ha preguntado a los panelistas por el uso que hacen de la plataforma Youtube y del tipo de contenido que crean (si lo hacen) para esta red social. En primer lugar, se ha querido saber cuál era la actividad que estaban desarrollando en el momento en el que se conectaron a Youtube la última vez. El 39,5% de los panelistas afirman que solo estaban mirando la pantalla.

Mientras consumían vídeos de Youtube, el 21,0% de las alumnas y los alumnos afirman haber estado estudiando y el 19,2% declara que estaba haciendo la comida. En tercer lugar encontramos la opción “hacía las labores de la casa”, mencionada por 5,1%. Estos datos nos indican, que seis de cada diez alumnas y alumnos estaban realizando alguna otra tarea mientras estaban conectados a Youtube.

#### 1ª Imagen –¿Qué hacían mientras tenías Youtube en marcha?

	Frecuencia	Porcentaje(%)
Estaba mirando la pantalla, solo hacía eso	757	39,5
Estudiaba o hacía los deberes	403	21,0
Comía (comer, cenar...)	368	19,2
Estaba haciendo el arreglo de la casa, limpiando los platos..	97	5,1
Realizaba actividades relacionadas con contenidos de youtube (ejercicio físico, tutoriales, trabajos manuales...)	62	3,2
Jugaba	42	2,2
Estaba con mis amigos, físicamente	33	1,7
Estaba en el transporte público	33	1,7
Estaba conectado a través de redes sociales con mis amigos	12	0,6
Otro	108	5,6
Total	1.915	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

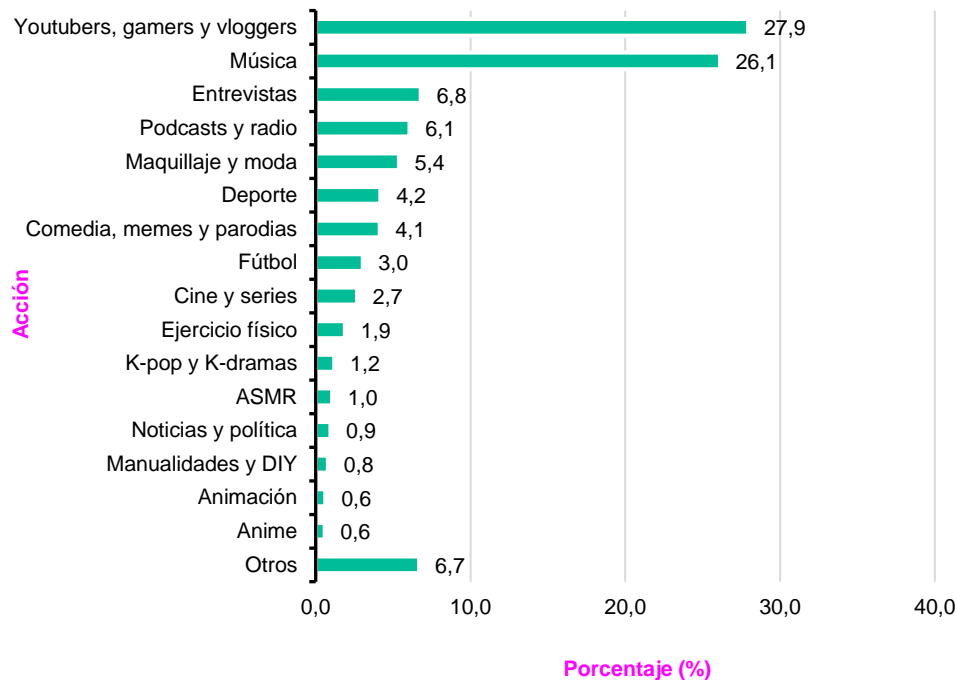


En cuanto a las categorías que podemos encontrar en Youtube, las más consumidas son las de “youtubers, gamers y vloggers” elegidas por el 27,9%, y las relacionadas con la “música” por la que opta el 26,1% de los panelistas. Les siguen, con un porcentaje relativamente menor las siguientes categorías: las entrevistas (6,8%), los podcasts y radio (6,1%), el maquillaje y la moda (5,4%), el mundo deportivo (4,2%), la comedia (4,1%) y el fútbol (3,0%).

## 2ª Imagen – ¿Cuál es tu tema o categoría favorita en Youtube?

	Maiztasuna	Ehuneko (%)
Youtubers, gamers eta bloggers	535	27,9
Música	500	26,1
Entrevistas	130	6,8
Podcasts y radio	116	6,1
Maquillaje y moda	103	5,4
Mundo deportivo	80	4,2
Comedia, memes y parodias	79	4,1
Fútbol	58	3,0
Cines y series	51	2,7
Ejercicio físico (cardio, fitness, yoga...)	36	1,9
K-pop y k-dramas	23	1,2
ASMR	20	1,0
Noticias y política	18	0,9
Manualidades eta DIY (Do It Yourself)	15	0,8
Animación	12	0,6
Anime	11	0,6
Otros	128	6,7
Total	1.915	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

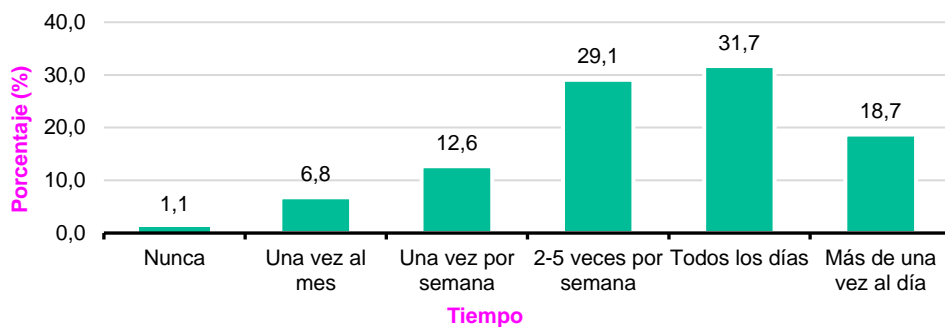


En cuanto a la frecuencia con la que nuestros panelistas utilizan Youtube, cabe destacar que el 50,4% se conecta al menos, una vez al día. Otra de las frecuencias más habituales entre las alumnas y los alumnos que han realizado la encuesta es la de 2-5 veces por semana, elegida por el 29,1%. El porcentaje de quienes se conectan una vez al mes es muy bajo, tan solo representa el 6,8%.

### 3ª Imagen – ¿Cada cuánto tiempo utilizas Youtube?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Nunca	21	1,1
Una vez al mes	130	6,8
Una vez a la semana	242	12,6
2-5 veces por semana	557	29,1
Todos los días	606	31,7
Más de una vez al día	358	18,7
Total	1.914	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

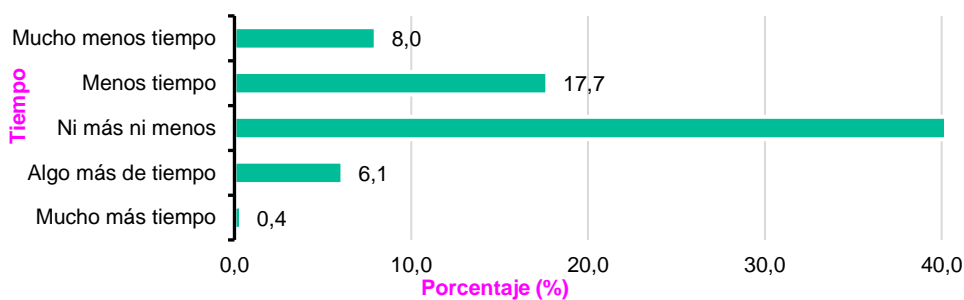


Nuestros panelistas pasan de media 53,8 minutos conectados a Youtube. Preguntados por si pasarían más o menos tiempo en esta red social si pudieran, el 67,8% de las alumnas y los alumnos afirman que dedicarían el mismo tiempo (ni más, ni menos). Sin embargo, el 17,7% manifiesta que le gustaría pasar menos tiempo, mientras que solo un 6,1% desearía pasar más tiempo.

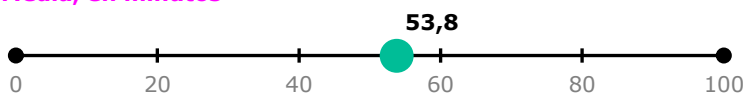
4ª Imagen– Si pudieras, ¿pasarías más o menos tiempo viendo Youtube?

	Maiztasuna	Ehunekoa (%)
Mucho menos tiempo	153	8,0
Un poco menos de tiempo	339	17,7
Ni más ni menos	1.299	67,8
Un poco más de tiempo	117	6,1
Mucho más tiempo	7	0,4
Total	1.915	100,0
<b>Tiempo medio diario en Youtube en minutos</b>	<b>53,8</b>	

Fuente: Ikusiker, Applika+



Media, en minutos





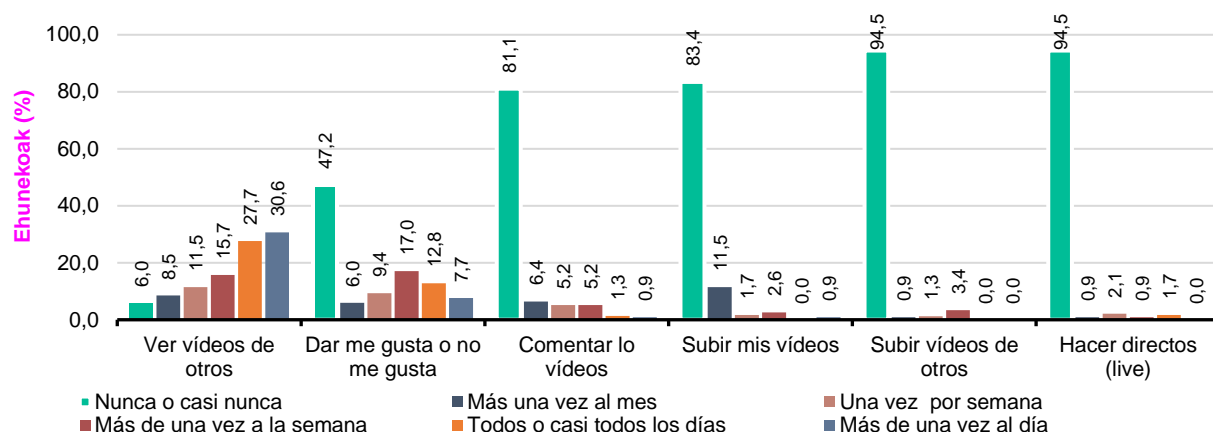
Dentro de las actividades que ofrece la plataforma Youtube, los panelistas optan mayoritariamente por “ver contenido subido por otros usuarios”. Si estudiamos esta acción de manera más detallada, observamos que el 30,6% la realiza varias veces al día, el 27,7% lo hace todos o casi todos los días y el 15,7% más de una vez por semana. La segunda actividad que más se ha mencionado por nuestros encuestados ha sido la de “dar me gusta o no me gusta en lo vídeos” que consumen; el 17% lo hace más de una vez por semana, el 12,8% todos o casi todos los días y el 7,7% varias veces al día.

Llama la atención el porcentaje de quienes nunca o rara vez comentan los vídeos vistos en Youtube, 81,1%. También destaca el dato de quienes nunca o rara vez suben vídeos a esta plataforma (83,4%). Las acciones de colgar vídeos de otros y hacer directos, tampoco son muy utilizadas por nuestros panelistas.

#### 5ª Imagen - Frecuencia con la que se realizan algunas acciones en Youtube.

	Nunca o rara vez	Más de una vez al mes	Semanal	Más de una vez por semana	Todos o casi todos los días	Varias veces al día
Veo contenidos subidos por otros usuarios	6,0	8,5	11,5	15,7	27,7	30,6
Suelo darles me gusta o no me gusta en los videos	47,2	6,0	9,4	17,0	12,8	7,7
Suelo comentar en los videos	81,1	6,4	5,2	5,2	1,3	0,9
Subo videos grabados y editados por mi	83,4	11,5	1,7	2,6	0,0	0,9
Subo videos de otros	94,5	0,9	1,3	3,4	0,0	0,0
Hago directos (live)	94,5	0,9	2,1	0,9	1,7	0,0

Fuente: Ikusiker, Applika+



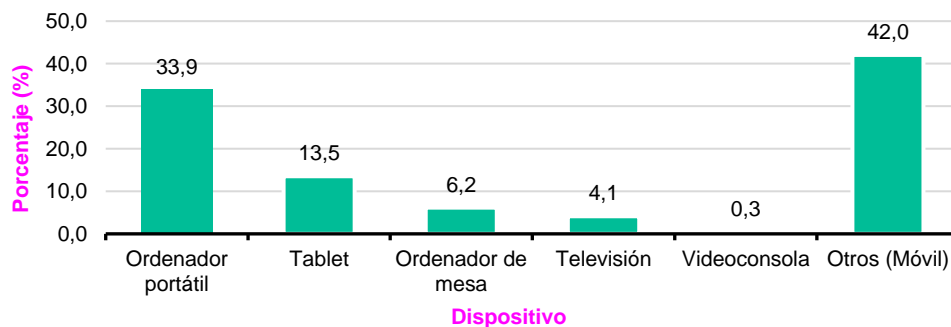
El principal dispositivo utilizado para ver Youtube es el teléfono móvil, utilizado por el 42%. No obstante, es necesario aclarar, que en la encuesta cumplimentada por las alumnas y los alumnos, no se puso como opción este dispositivo, por lo que el 42% ha optado por el teléfono móvil dentro de la categoría “otro” (en la encuesta del año anterior el porcentaje de personas que marcaron esta opción era del 6%). A la opción del teléfono móvil, le siguen el ordenador portátil (33,9%), la tablet 13,5%, el ordenador de mesa (6,2%) y la pantalla de la televisión (4,1%).

6ª Imagen – ¿Cuál es el dispositivo que más utilizas para ver Youtube?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Portátil	649	33,9
Tablet	259	13,5
Ordenador de mesa	118	6,2
Pantalla de televisión	79	4,1
Videoconsola	6	0,3
Otros: Móvil	806	42,0
Total	1.917	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

\*Nota: El móvil no está entre las opciones en esta encuesta. Por lo tanto, los alumnos que han pulsado "otros" dicen abiertamente que utilizan este dispositivo

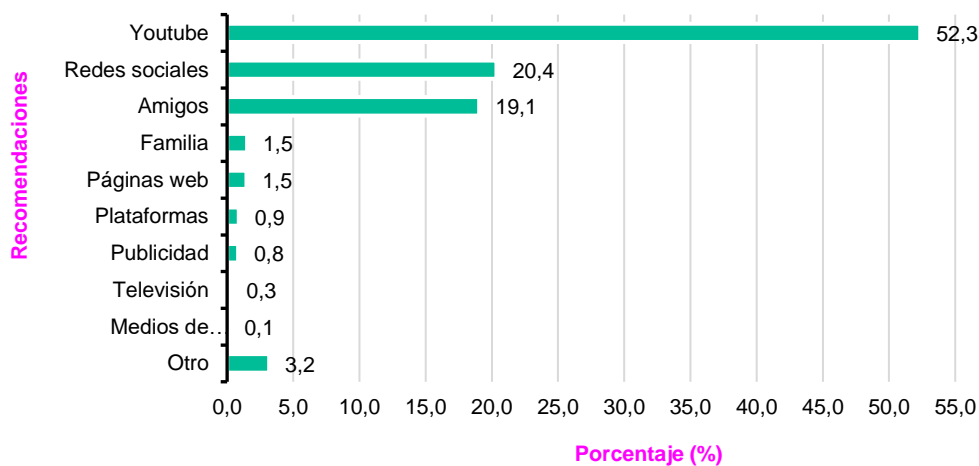


A continuación, se ha preguntado de dónde reciben las recomendaciones para decidir qué contenidos ver en Youtube. El 52,3% de los panelistas afirman que se guía principalmente por las sugerencias ofrecidas por la misma plataforma. El 20,4% tiene en cuenta las recomendaciones que le llegan desde otras redes sociales, y por último, destacan quienes se guían por las recomendaciones de los amigos (19,1%).

### 7ª Imagen – ¿De dónde recibes recomendaciones a la hora de decidir qué vas a ver en Youtube?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Apartado de propuestas de Youtube	1.003	52,3
Redes sociales	390	20,4
Amigos	365	19,1
Familia	29	1,5
Webs	28	1,5
Plataformas o proveedores (Netflix, HBO, Movistar...)	17	0,9
Publicidad	16	0,8
Televisión tradicional	5	0,3
Medios de comunicación tradicionales (periódicos, revistas, radio)	2	0,1
Otro	61	3,2
Total	1.916	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

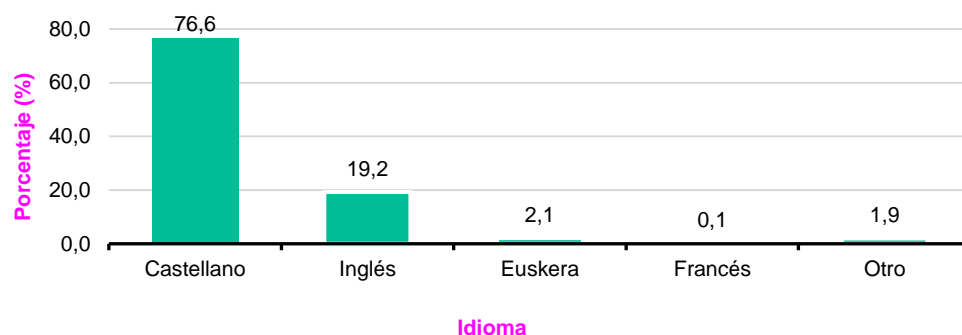


Respecto al idioma que más utilizan para visualizar contenido de Youtube, predominan el castellano (76,6%) y el inglés (19,2%). Solo el 2,1% afirma consumir contenido en euskera en esta plataforma.

## 8ª Imagen – ¿En qué idioma ves más vídeos en Youtube?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Castellano	1.465	76,6
Inglés	368	19,2
Euskara	40	2,1
Francés	2	0,1
Otro	37	1,9
Total	1.912	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

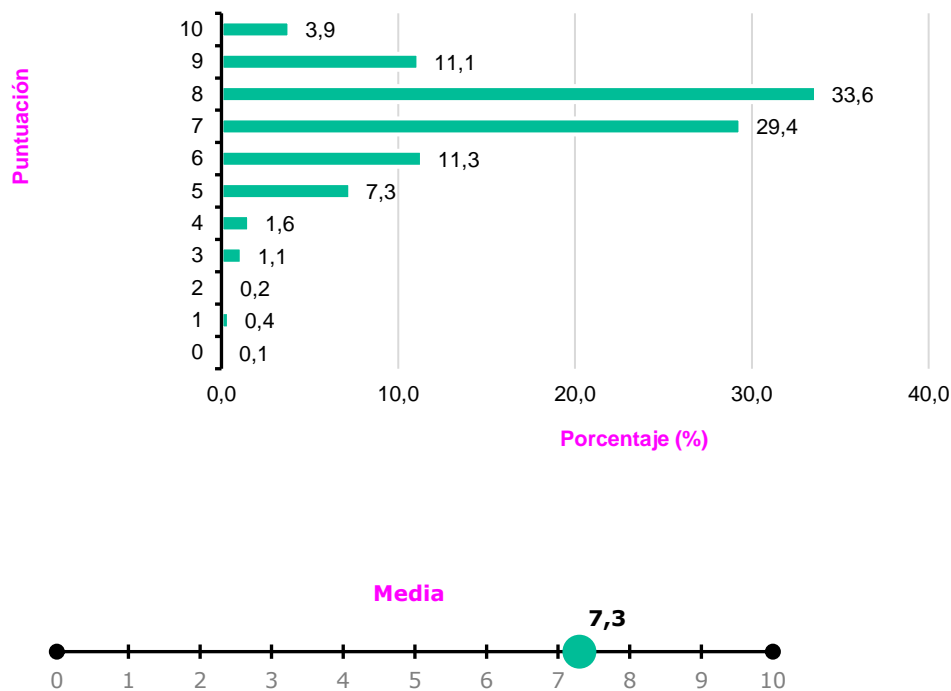


Preguntados por la valoración que hacen de Youtube, en una escala de 0 a 10, nuestros panelistas le dan una puntuación media de 7,3. El 48,6% opta por una puntuación entre 8 y 10, el 48,0% entre 5 y 7 y el 3,4% de los encuestados suspende a Youtube con una nota inferior al 5.

## 9ª Imagen – Si tuvieras que hacer una valoración global de Youtube, ¿qué nota le pondrías?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
0	2	0,1
1	8	0,4
2	3	0,2
3	22	1,1
4	30	1,6
5	140	7,3
6	218	11,3
7	564	29,4
8	646	33,6
9	214	11,1
10	74	3,9
Total	1.927	100,0
<b>Media de la valoración</b>		<b>7,3</b>

Fuente: Ikusiker, Applika+



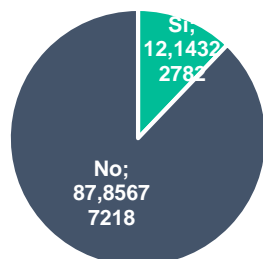
### 3.2 YOUTUBERS

¿Generan contenido en Youtube nuestros panelistas?. El 87,9% nunca ha creado vídeos para subir a Youtube. Solo el 12,1% afirma haberlo hecho. A este último grupo se le ha preguntado por el tipo de vídeos que deciden colgar en esta plataforma.

10ª Imagen – ¿Has creado contenido en Youtube alguna vez? Además de ver contenidos en Youtube, ¿has subido alguna vez vídeos o has hecho nunca vídeos directos?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	234	12,1
No	1.693	87,9
Total	1.927	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

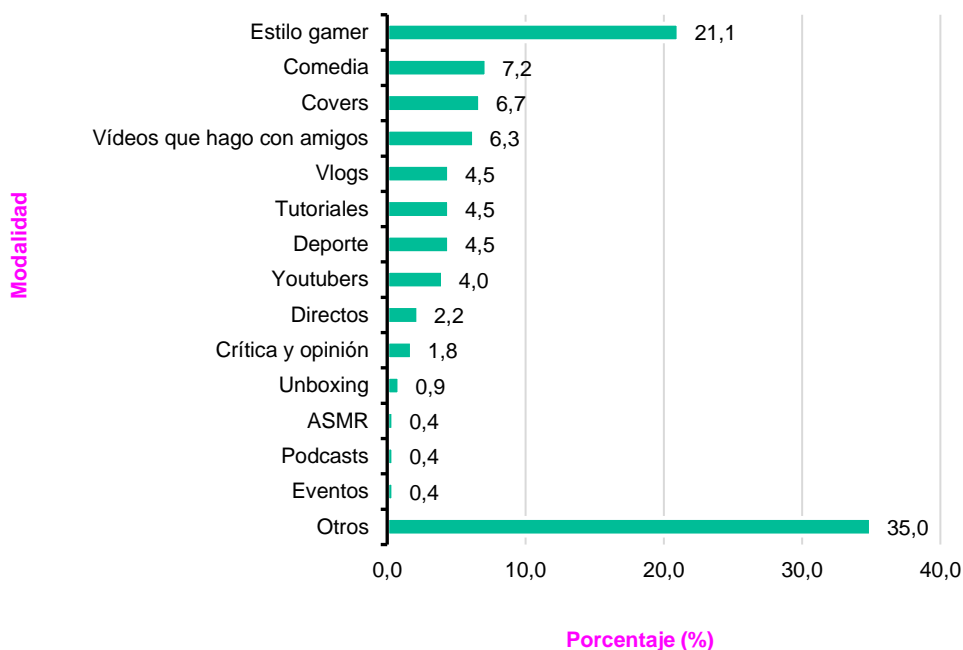


La categoría “vídeos gamer”, citado por el 21,1% es la más elegida. Le siguen, pero con un porcentaje mucho menor las siguientes categorías: "vídeos cómicos" (7,2%), "videos cantando versiones y canciones propias" (6,7%) y "vídeos realizados con mis amigos" (6,3%).

11ª Imagen –Entre los videos y contenidos que creas para Youtube, ¿Cuál es el tipo de contenido que más generas?

	Maiztasuna	Ehunekoa (%)
Vídeos gamer	47	21,1
Vídeos de comedia	16	7,2
Versiones y vídeos que canto canciones propias	15	6,7
Vídeos realizados con mis amigos	14	6,3
Vlogs	10	4,5
Tutoriales (maquillaje, moda, manualidades, deporte...)	10	4,5
Vídeos deportivos	10	4,5
Vídeos estilo Youtuber	9	4,0
Directos (live)	5	2,2
Vídeos de opinión o crítica (reviews)	4	1,8
Vídeos de unboxing	2	0,9
Vídeos de ASMR	1	0,4
Podcasts	1	0,4
Vídeos de eventos (conciertos, conferencias, festivales...)	1	0,4
Otros	78	35,0
Total	223	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

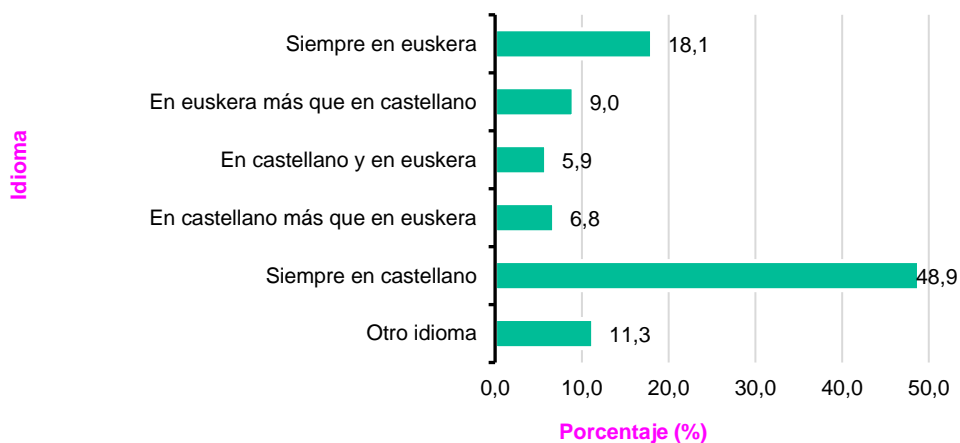


En cuanto al idioma que eligen para crear esos contenidos, el que más peso tiene es el castellano (48,9%). Solo el 18,1% afirma generar vídeos en euskera para Youtube.

12ª Imagen – ¿En qué idioma creas los vídeos?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Siempre genero contenidos en euskera	40	18,1
Creo más en euskera que en castellano	20	9,0
Lo hago en la misma proporción tanto en euskera como en castellano.	13	5,9
Creo más en castellano que en euskera	15	6,8
Siempre genero contenidos en castellano	108	48,9
Más en una lengua diferente al euskera y e al castellano	25	11,3
Total	221	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+



## 4. ALGUNAS CONCLUSIONES

- El 50,4% de los panelistas se conectan al menos, una vez al día a Youtube, y cada vez que lo hacen, pasan de media 53,8 minutos en la plataforma.
- Las categorías más consumidas de Youtube son las de “youtubers, gamers y vloggers” elegidas por el 27,9%,
- Dentro de las posibles actividades que ofrece la plataforma, los panelistas optan mayoritariamente por “ver contenido subido por otros usuarios”.
- El 52,3% afirman que las sugerencias realizadas por la misma plataforma son las que más en cuenta tienen a la hora de elegir el contenido que ven.
- El principal dispositivo utilizado para consumir vídeos en Youtube es el teléfono móvil, utilizado por el 42,0%.
- El 76,2% consume vídeos en castellano, y 19,2% en inglés.
- Los panelistas otorgan a Youtube una puntuación media de 7,3.