

inkus  
er.

# JÓVENES E INFORMACIÓN

INFORME 43 · MAYO 2023



# ÍNDICE

1. IKUSIKER.....	2
2. METODOLOGÍA .....	3
3. RESULTADOS.....	4
3.1 PREGUNTAS SOBRE INFORMACIÓN .....	4
4. ALGUNAS CONCLUSIONES.....	14

**Cómo Citar:** *Ikusiker (2023): Jóvenes e Información. UPV/EHU. [www.ikusiker.eus](http://www.ikusiker.eus)*

Autoras: Edorta Arana, Bea Narbaiza, Garazi Sanchez, Itziar Zorita, Blanca

Miguelz y Maialen Goirizelaia.

# 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. UPV/EHU**

**Barrio Sarriena s/n, 48940 Leioa (Bizkaia)**

**+34 747 414 355**

**[www.ikusiker.eus](http://www.ikusiker.eus)**

**[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 8 y el 17 de mayo de 2023 sobre los hábitos de consumo de los jóvenes respecto a la información. Para el estudio se ha contado con 1.551 respuestas válidas.

### 3. RESULTADOS

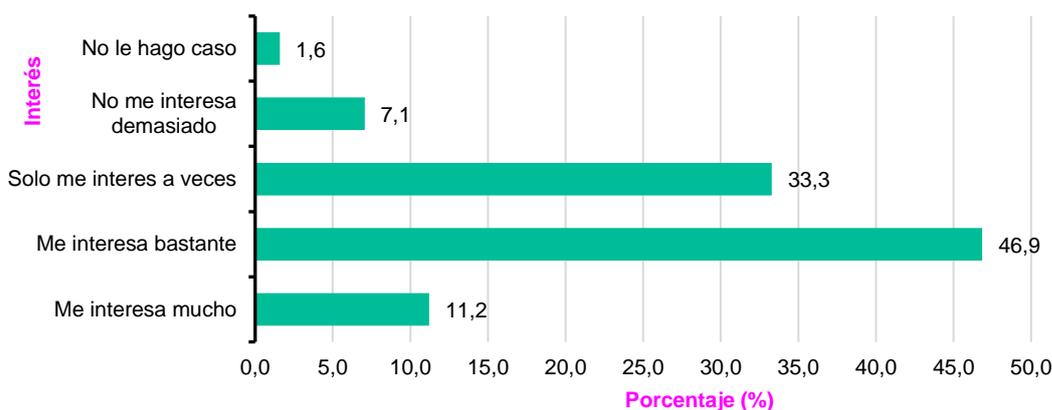
#### 3.1 PREGUNTAS SOBRE INFORMACIÓN

El cuestionario se inicia con una pregunta sobre el grado de afección que despierta la información de actualidad entre los y las universitarios. En un análisis general, los datos muestran que la información es un contenido atractivo para estos jóvenes. Entrando en detalles, se observa que al 11,2% le interesa mucho y al 46,9% bastante. A un 7,1% no le interesa demasiado, y solo el 1,6% de los panelistas dice que no le hace ningún caso.

1ª Imagen – ¿Hasta qué punto te interesa la información de actualidad?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Me interesa mucho	162	11,2
Me interesa bastante	677	46,9
Solo me interesa a veces	481	33,3
No me interesa demasiado	102	7,1
No le hago caso	23	1,6
Total	1.445	100,0

Fuente: Ikusiker, 2023, mayo.

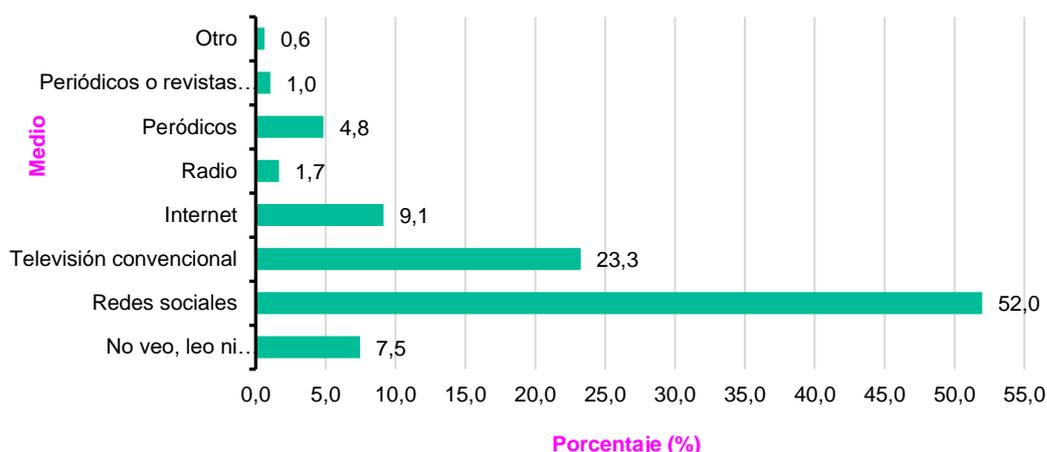


Pero, ¿dónde ven, oyen o leen las noticias? El 52% del alumnado utiliza las redes sociales para estar informado y el 23,3% los canales de televisión convencionales. El 7,5% de los panelistas afirma no ver, escuchar o leer noticias.

2ª Imagen – ¿En general, dónde ves, lees o escuchas las noticias?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
No veo, leo ni escucho las noticias	108	7,5
Redes sociales	751	52,0
Televisión convencional	336	23,3
Internet	132	9,1
Radio	24	1,7
Periódicos	70	4,8
Periódicos o revistas locales	15	1,0
Otro	9	0,6
Guztira	1.445	100,0

Fuente: Ikusiker, 2023 ,mayo.

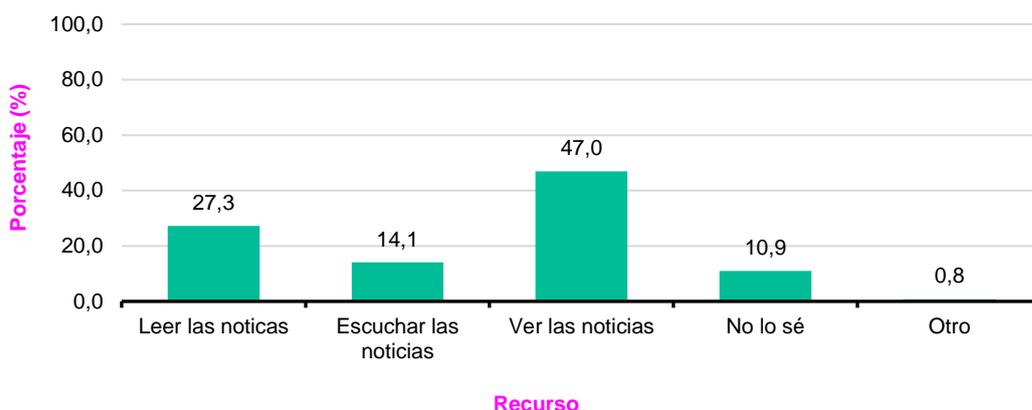


En una época en la que el audiovisual está tan extendido, se ha querido saber de qué forma prefieren recibir información estos jóvenes. El objetivo de esta pregunta es el de medir la fuerza que tienen los diferentes soportes. El 47% de los estudiantes prefiere seguir la actualidad a través de imágenes, el 27,3% prioriza el texto, y el 14% confiesa que le gusta más escucharlas.

3ª Imagen – ¿Qué prefieres a la hora de recibir información?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Leer las noticias	394	27,3
Escuchar las noticias	203	14,1
Ver las noticias	678	47,0
No lo sé	158	10,9
Otro	11	0,8
Total	1.444	100,0

Fuente: Ikusiker, 2023, mayo.

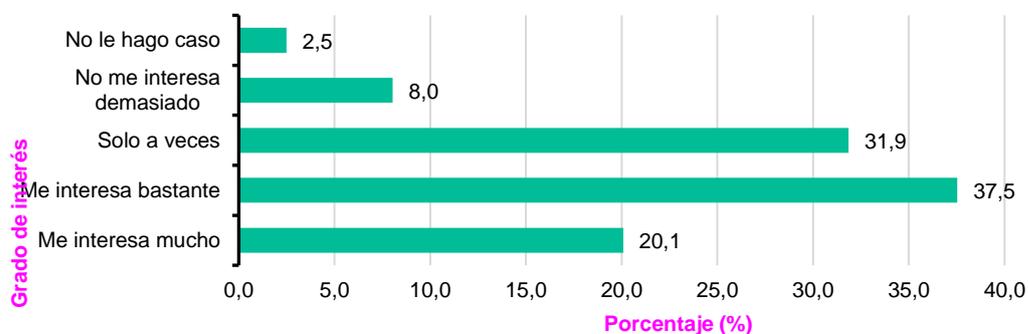


Este cuestionario aborda también el concepto de la información local. Las preguntas que se han realizado tienen como objetivo aclarar si los y las panelistas tienden a consumir noticias de proximidad. Los resultados muestran que a un 37,5% le interesa bastante, y al 20,1% mucho. El 2,5% declara no hacerle ningún caso.

4ª Imagen – ¿Te interesa la información local?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Me interesa mucho	290	20,1
Me interesa bastante	542	37,5
Solo a veces	460	31,9
No me interesa demasiado	116	8,0
No le hago caso	36	2,5
Total	1.444	100,0

Fuente: Ikusiker, 2023, mayo.



A continuación, se plantean dos líneas de investigación: La primera trata sobre el uso que hacen los y las jóvenes universitarias de las redes sociales para mantenerse informados y la segunda trata de averiguar si tienen la costumbre de recibir información a través de la televisión

convencional.

### 3.3.1 LAS REDES SOCIALES COMO FUENTE DE INFORMACIÓN

Esta primera línea de investigación busca establecer los recursos digitales que utilizan los jóvenes para estar informados y el tipo uso que hacen de ellos. También se pregunta por los formatos preferidos para recibir noticias, así como por los motivos o la percepción del sesgo de la información.

En primer lugar, se ha medido el peso que tienen las redes como fuente de información entre los y las panelistas. La tabla muestra que el 85,7% de estos jóvenes universitarios/as se sirve de las redes sociales para estar informado.

#### 5ª Imagen – ¿Utilizas las redes sociales para informarte?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	1.243	85,7
No	208	14,3
Total	1.451	100,0

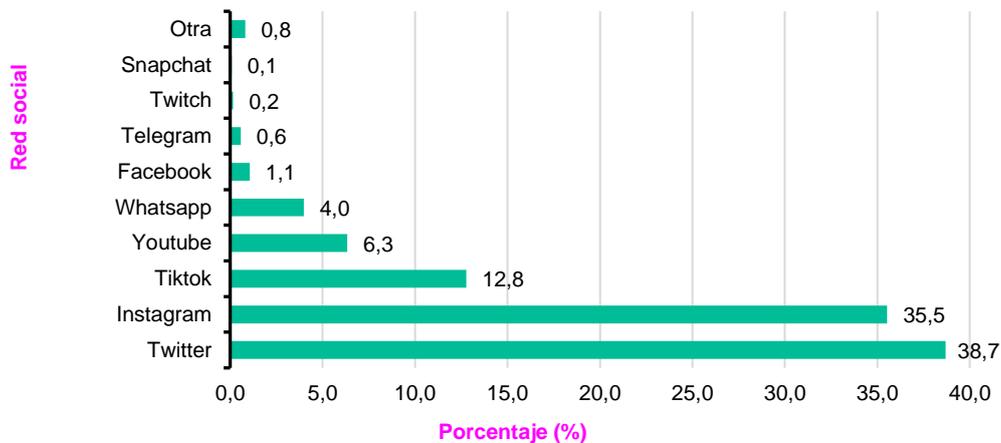
Fuente: Ikusiker, 2023, mayo.

La siguiente tabla detalla cuál es la red social más utilizada para recibir información entre los panelistas. El 38,7%, ha citado Twitter. Le sigue de cerca Instagram (35,5%), y en tercer lugar, con un dato más modesto, TikTok (12,8%).

#### 6ª Imagen – ¿Cuál es la red social que más utilizas para informarte?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Twitter	476	38,7
Instagram	437	35,5
Tiktok	157	12,8
Youtube	78	6,3
Whatsapp	49	4,0
Facebook	13	1,1
Telegram	7	0,6
Twitch	2	0,2
Snapchat	1	0,1
Beste bat	10	0,8
Total	1.230	100,0

Fuente: Ikusiker, 2023, mayo.

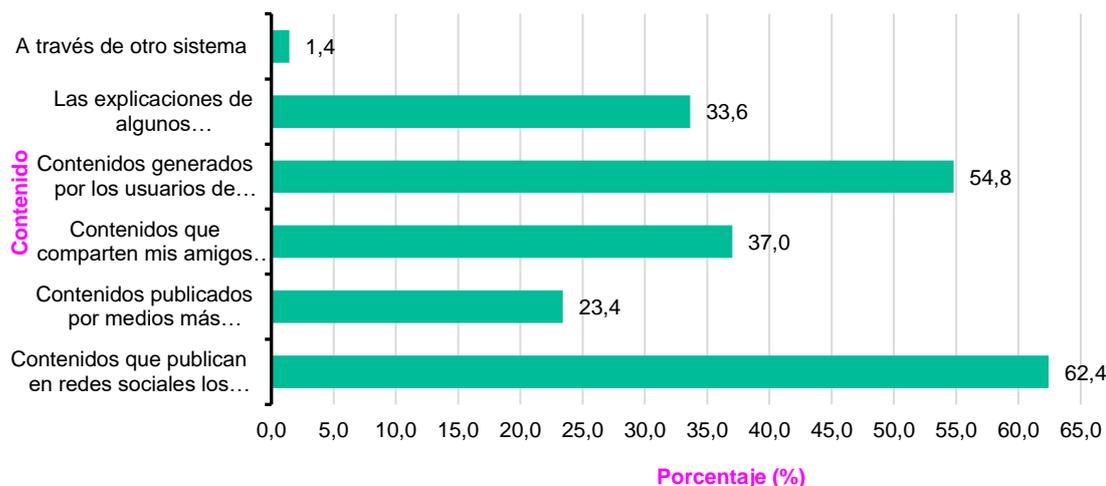


La siguiente pregunta de la encuesta se adentra en la forma en que el alumnado recibe información en las redes sociales. Un 62,4% menciona los contenidos que los medios de comunicación difunden a través de las redes sociales como su recurso informativo principal, mientras que un 54,8% prioriza los generados por los usuarios de la red. De las propuestas, como tercera opción, destacan los contenidos que las personas reciben de los medios de comunicación y luego comparten a través de las redes sociales (37%). Asimismo, tienen un peso importante los contenidos generados por youtubers, instagramers y tiktokers (33,6%).

7ª Imagen – ¿ Qué tipo de contenido consumes en las redes sociales para informarte?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Contenidos que publican en redes sociales los principales medios de comunicación	776	62,4
Contenidos publicados por medios más pequeños o alternativos	291	23,4
Contenidos que comparten mis amigos y que recogen de los medios de comunicación	460	37,0
Contenidos generados por los usuarios de internet	681	54,8
Las explicaciones de algunos Youtubers/Instagrammers/TikTokers (influencers)	418	33,6
A través de otro sistema	18	1,4
Total	1.243	

Fuente: Ikusiker, 2023, mayo.

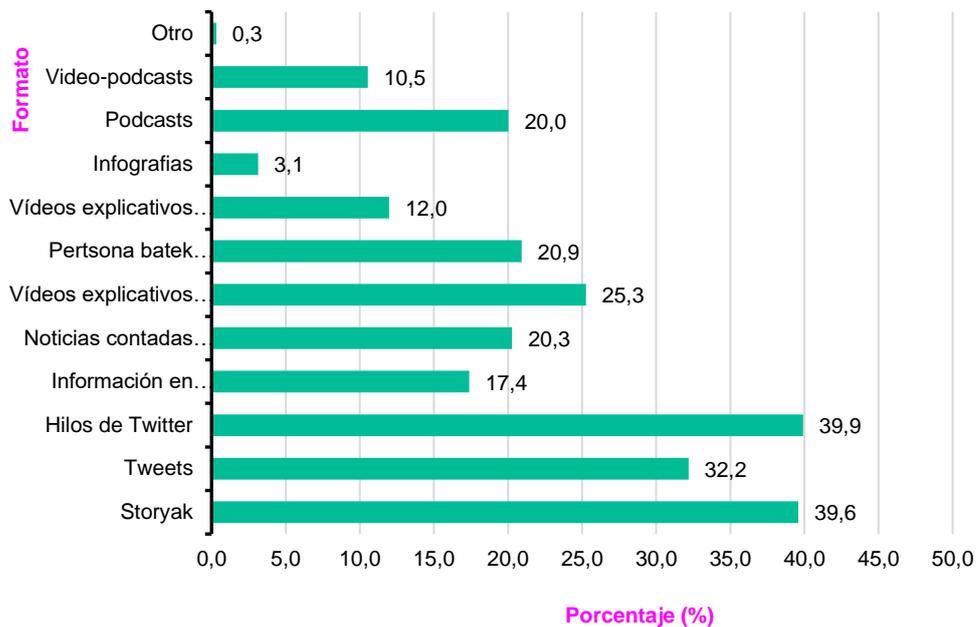


Con la intención de profundizar en la forma en la que consumen la información de actualidad los panelistas, se les ha preguntado por su formato preferido en a las redes sociales. Los hilos de Twitter y los storys de Instagram han sido los más mencionados (39,9% y 39,6%, respectivamente). Los tweets también son una herramienta muy utilizada por los jóvenes, y el 32,2% reconoce su costumbre de recibir información de esta manera.

8ª Imagen – ¿En las redes sociales, que formato te gusta más para informarte?

	Maiztasuna	Ehunekoa (%)
Storys	492	39,6
Tweets	400	32,2
Hilos de Twitter	496	39,9
Información en formato escrito	216	17,4
Noticias contadas solo con imágenes	252	20,3
Vídeos explicativos breves con subtítulos	314	25,3
Pertsona batek kamerara begira egiten dituen bideo laburrak	260	20,9
Vídeos explicativos breves que hace una persona mirando a la cámara.	149	12,0
Infografías	39	3,1
Podcasts	249	20,0
Video-podcasts	131	10,5
Otro	4	0,3
Total	1.243	

Fuente: Ikusiker, 2023, mayo.

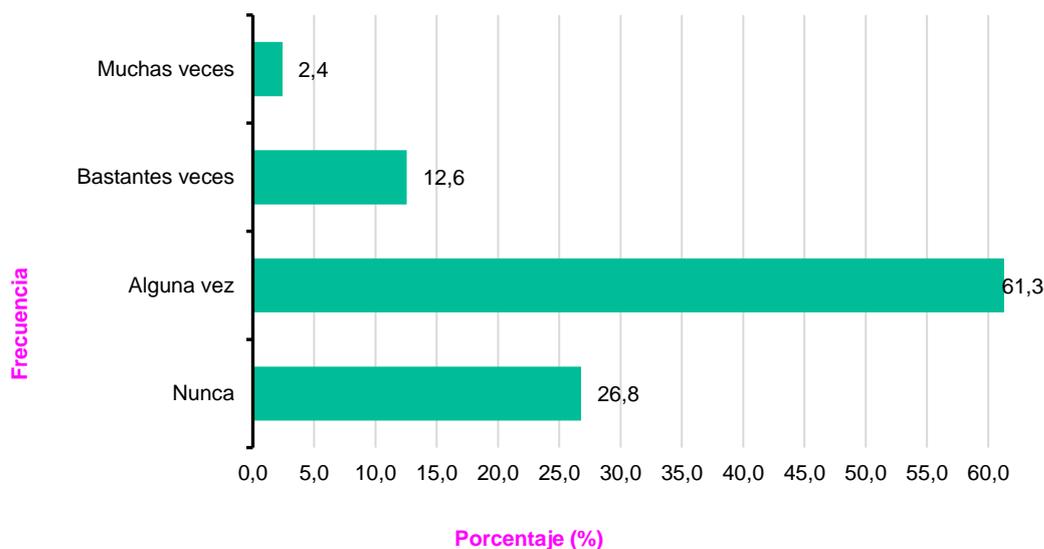


La siguiente pregunta del cuestionario analiza la actitud del alumnado sobre la información y si siente en algún caso rechazo por ella. El 61,3% menciona que alguna vez ha evitado contenidos informativos y un 12,6% bastantes veces. El 26,8% de los panelistas muestra una actitud positiva hacia la información, por lo que nunca elude las noticias.

9ª Imagen – ¿Has sentido alguna vez que no quieres recibir información y estas tratando de evitarla?

	Maiztasuna	Ehunekoa (%)
Nunca	333	26,8
Alguna vez	762	61,3
Bastantes veces	156	12,6
Muchas veces	30	2,4
Total	1.243	

Funete: Ikusiker, 2023, mayo.

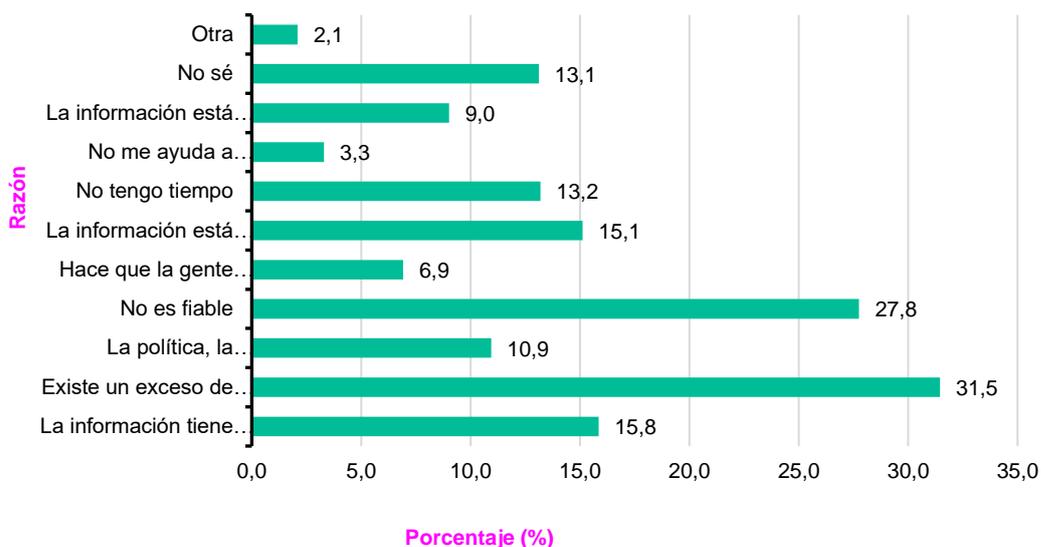


Siendo tan significativo el dato de quienes a veces evitan la información (61,3%), se han analizado las causas que lo provocan. La mayoría, el 31,5%, dice que hoy en día hay demasiada información y eso le molesta. El 27,8% de los panelistas reconoce que no le parece fiable la información que recibe y el 15,8% afirma que este tipo de contenidos le resulta perjudicial.

### 10.Imagen - ¿ Y si es así, por qué has tratado de evitar la información?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
La información tiene una influencia negativa en mí	197	15,8
Existe un exceso de información, me satura	391	31,5
La política, la economía y las noticia internacionales ocupan demasiado tiempo	136	10,9
No es fiable	345	27,8
Hace que la gente discuta entre sí	86	6,9
La información está sesgada hacia un lado	188	15,1
No tengo tiempo	164	13,2
No me ayuda a decidir lo que puedo hacer	41	3,3
La información está muy enrevesada, no se entiende bien	112	9,0
No sé	163	13,1
Otra	26	2,1
Total	1.243	

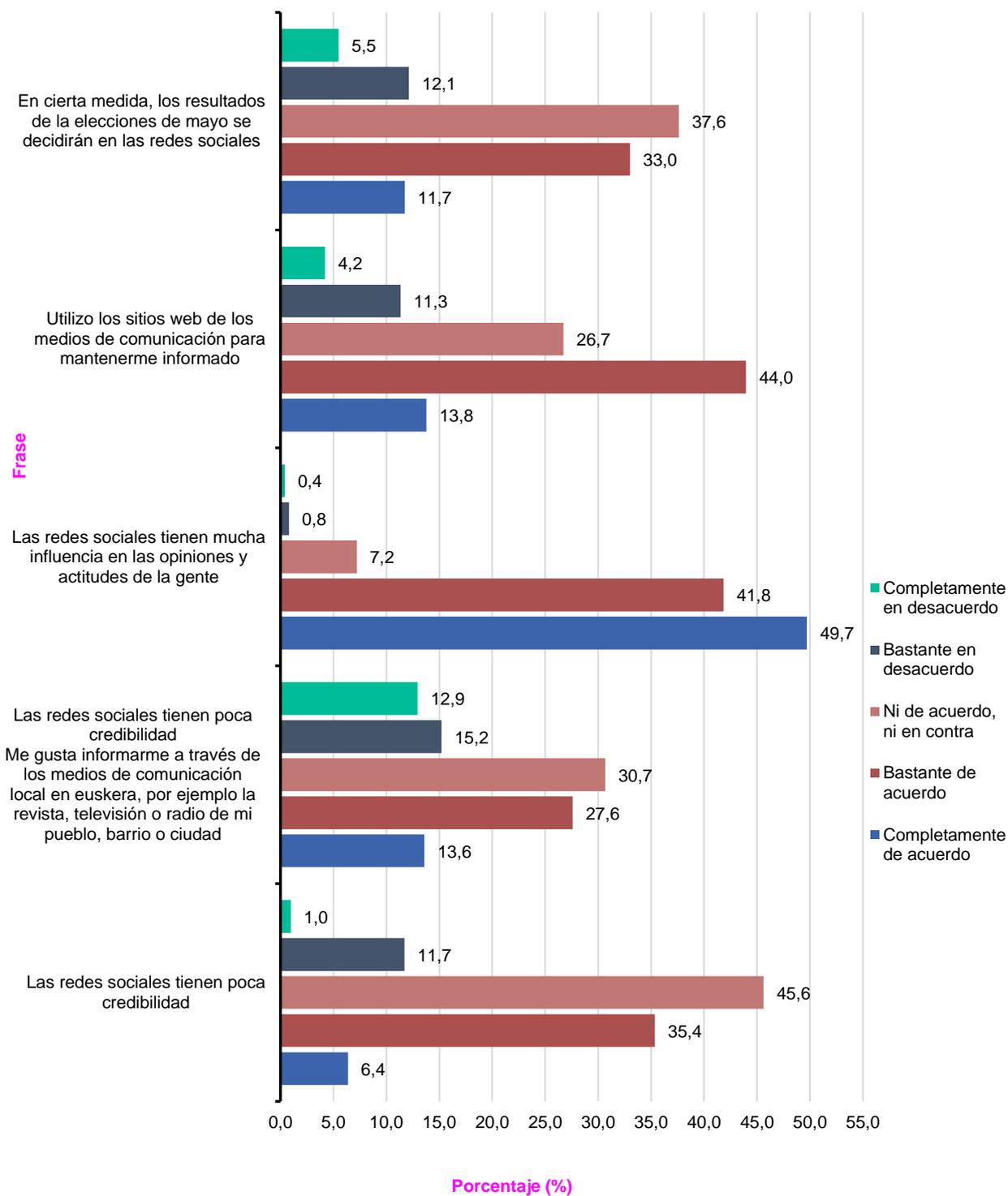
Fuente: Ikusiker, 2023, mayo.



A continuación, se proponen unas frases a los panelistas y se les pide que definan su grado de acuerdo con ellas. Se han trazado dos líneas en estas frases: la primera analiza el impacto de las redes sociales, y la segunda, el tipo de consumo de contenidos en euskera. La frase que obtiene un mayor grado de consenso es la de que las redes sociales tienen una gran influencia en las opiniones y comportamientos de la gente (49,7%). Sin embargo, sólo el 6,4% se muestra totalmente de acuerdo en que las redes sociales tienen poca credibilidad. El 44% de estos jóvenes utiliza las páginas web de los medios de comunicación para estar informados.

En cuanto a la segunda línea de interés, la tabla muestra que el 12,6% de los jóvenes encuestados no sigue la información de actualidad a través de los medios de comunicación locales en euskera, mientras que al 27,6% le gusta bastante recibir información en este idioma a través de la radio y televisión local, urbana o de barrio.

11. Imagen – Indica en qué medida estás de acuerdo con las siguientes frases.



Fuente: Ikusiker, 2023, mayo.

### 3.3.2. LA TELEVISIÓN COMO FUENTE DE INFORMACIÓN.

La segunda línea de investigación ahonda en la función difusora de información que juega la televisión. En primer lugar, se pregunta a los alumnos y alumnas si utilizan la televisión como fuente de información, y el 67,9% responde afirmativamente, mientras que el 32,1% no.

#### 12. Imagen – ¿Utilizas la televisión como fuente de información?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	985	67,9
No	466	32,1
Total	1.451	100,0

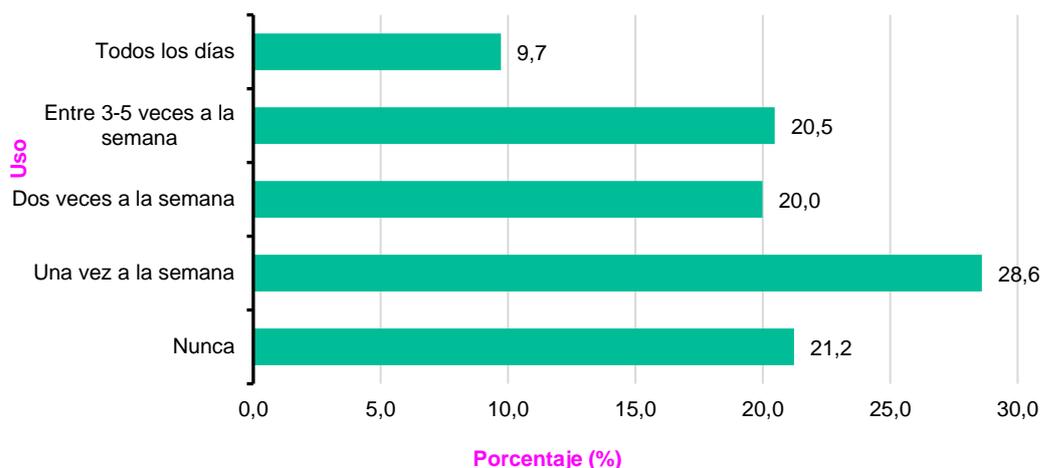
Fuente: Ikusiker, 2023, mayo.

A continuación, se pregunta por la frecuencia con la que consumen información en este medio convencional. En general, los consumos más habituales se repiten entre 1 y 5 veces a la semana. El 28,6% se informa a través de la televisión con una frecuencia semanal, mientras que el 21,2% afirma no utilizar nunca la televisión con este fin.

#### 13. Imagen – ¿Con que frecuencia ves los informativos en televisión?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Nunca	308	21,2
Una vez a la semana	415	28,6
Dos veces a la semana	290	20,0
Entre 3-5 veces a la semana	297	20,5
Todos los días	141	9,7
Total	1.451	100,0

Iturria: Ikusiker, Applika+

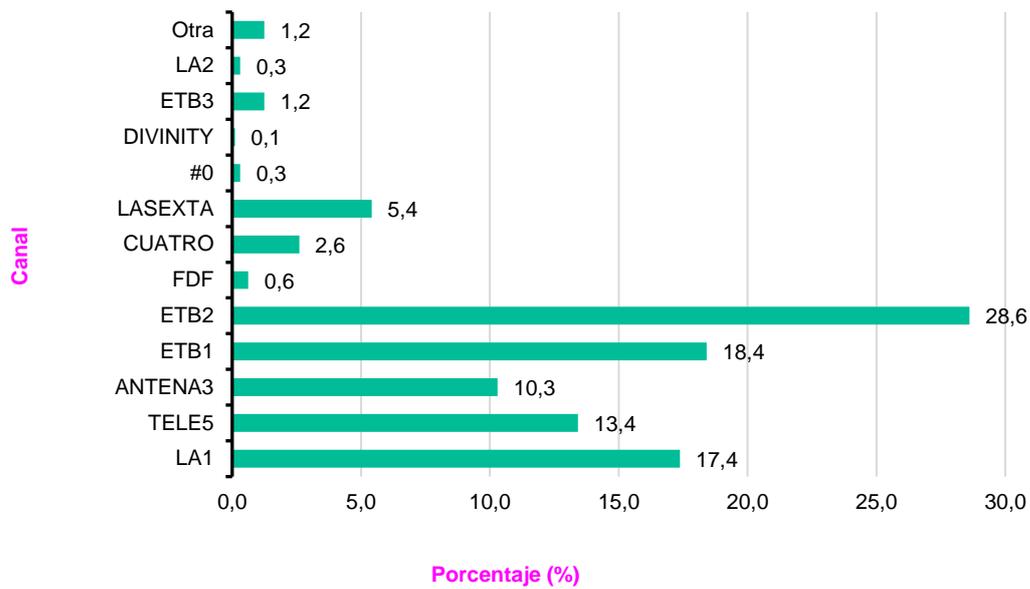


Siendo tan amplia la oferta informativa de la televisión actual, se ha querido saber qué canal eligen los y las alumnos para estar informados. El 28,6% de los jóvenes universitarios de la CAV y Navarra han priorizado ETB2. El segundo canal más citado ha sido ETB1 con un 18,4%. LA1 es el tercer canal preferido con un 17,4%.

#### 14. Imagen – Cuál es el canal de televisión que más te gusta para ver las noticias?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
LA1	167	17,4
TELE5	129	13,4
ANTENA3	99	10,3
ETB1	177	18,4
ETB2	275	28,6
FDF	6	0,6
CUATRO	25	2,6
LASEXTA	52	5,4
#0	3	0,3
DIVINITY	1	0,1
ETB3	12	1,2
LA2	3	0,3
Otra	12	1,2
Total	961	100,0

Fuente: Ikusiker, 2023, mayo.

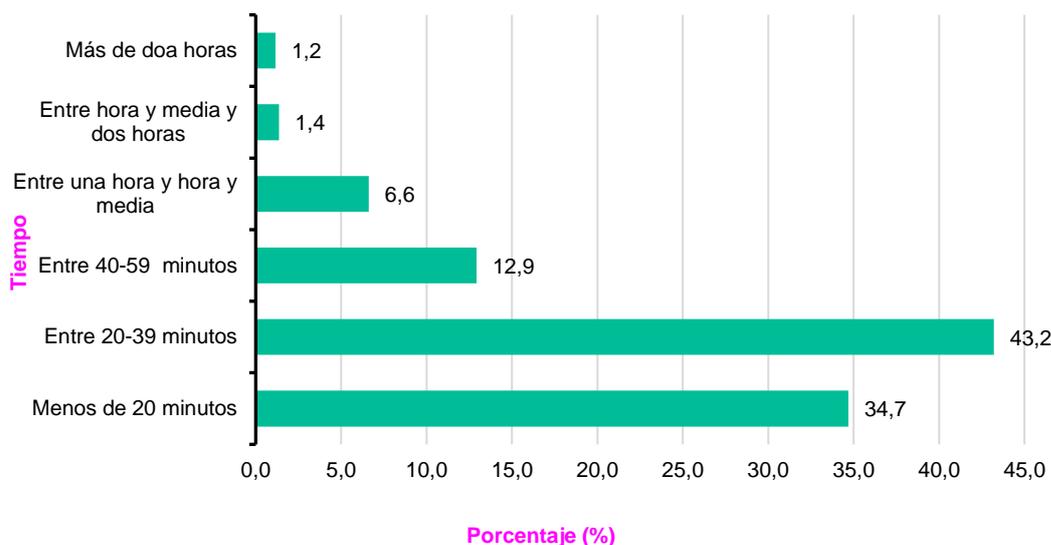


Pero, ¿cuánto tiempo dedican los panelistas a ver las noticias en televisión? Los resultados de la encuesta muestran que el 43,2% pasa entre 20 y 39 minutos, mientras que el 34,7% le dedica menos de 20 minutos al día. Solo un 6,6% consume entre una hora y hora y media al día de información en televisión.

### 15. Imagen – Cuánto tiempo dedicas al día a ver los informativos en televisión?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Menos de 20 minutos	330	34,7
Entre 20-39 minutos	411	43,2
Entre 40-59 minutos	123	12,9
Entre una hora y hora y media	63	6,6
Entre hora y media y dos horas	13	1,4
Más de dos horas	11	1,2
Total	951	100,0

Iturria: Ikusiker, 2023, mayo.

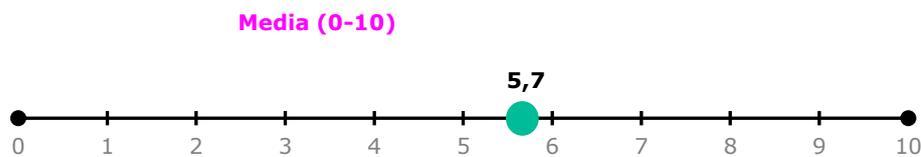


Pero, ¿la elección de canales que hacen estos estudiantes para ver las noticias, está relacionada con la credibilidad que les genera ese canal? Se ha ofrecido a los panelistas una escala de 0-10 para que valoren el grado de fiabilidad de ese canal. El 26,6% valoran con un 8 al canal que ha elegido para ver las noticias, mientras que el 22,7% le da un 7. La puntuación media ha sido de 7,1.

16. Imagen – En general, ¿qué nivel de credibilidad le das al canal de televisión que eliges para ver las noticias?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
10	14	1,2
9	31	2,6
8	145	12,3
7	256	21,8
6	239	20,3
5	258	21,9
4	78	6,6
3	71	6,0
2	47	4,0
1	30	2,6
0	7	0,6
Total	1.176	100,0
<b>Media (0-10)</b>	<b>5,7</b>	

Iturria: Ikusiker, 2023, mayo.



## 4. ALGUNAS CONCLUSIONES

- Al 46,9% de los y las panelistas de IKUSIKER le interesa bastante la información.
- El 85,7% utiliza las redes sociales para estar informado. El 38,7% prioriza Twitter y los hilos de Twitter, mientras que el 39,6% elige los storys de Instagram como formato para recibir noticias.
- El 47% del alumnado prefiere ver las noticias en soporte imagen, el 27,3% prioriza el texto, y el 14% opta por escucharlas.
- Al 20,1% le interesa la información local, mientras que al 37,5% le interesa bastante. El 2,5% declara no prestarle la mínima atención.
- El 67,9% utiliza la televisión convencional como fuente de información, y el 28,6%, consume televisión con este fin una vez por semana. En general, los panelistas dedican menos de una hora al consumo de contenidos relacionados con la información en televisión.