



Resultados correspondientes al alumnado de las
universidades públicas de la Comunidad Autónoma del
País Vasco y de Navarra

Usos de la información y la televisión

INFORME 58 · JUNIO 2025



ÍNDICE

IKUSIKER.....	2
FICHA TÉCNICA	3
RESULTADOS	4
ÚLTIMOS CONTENIDOS VISTOS.....	4
En Internet.....	4
En televisión	7
INFORMACIÓN.....	10
TELEVISIÓN.....	29
EN RESUMEN.....	40

IKUSIKER

El Observatorio IKUSIKER estudia los hábitos el consumo audiovisual y los usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que tienen los y las jóvenes. Creado en el curso 2018/2019, el Observatorio IKUSIKER lo forman en la actualidad, además del Grupo de Investigación NOR, EITB, la Oficina Pública del Euskera y el Observatorio Vasco de la Cultura.



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura



Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UPV/EHU

Sarriena Auzoa s/n, 48940 Leioa (Bizkaia)

+34 747 414 355

ikusiker@ehu.eus

Autoría: Edorta Arana Arrieta, Bea Narbaiza Amillategi, Garazi Sánchez Murciano, Ane Zugaza Goienetxea, Jone Hernández Perez de Gereñu, Helene Sagarzazu Aizpuru, Mikel Peña Sarrionaindia, Itziar Zorita Agirre y Maialen Goirizelaia Altuna.

Esta investigación ha contado con la ayuda técnica de Aztiker Sociología Ikergunea y ha utilizado la aplicación Encuestafacil para la realización de las encuestas *online*.



encuestafacil

FICHA TÉCNICA

En el curso 2024-2025, el panel de estudiantes universitarios de IKUSIKER está formado por algo más de dos mil alumnos y alumnas de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y de la Universidad Pública de Navarra (UPNA/NUP). En la muestra participan jóvenes de diferentes territorios, áreas de conocimiento, facultades y niveles de estudios. El trabajo de campo se inicia a comienzo de curso con una sesión presencial en la propia clase en la que rellenan la primera encuesta y, a partir de ahí, las y los alumnos que desean participar en el panel reciben con una periodicidad mensual los cinco cuestionarios siguientes.

El panel de la Universidad de IKUSIKER es representativo de todos los alumnos de la UPV/EHU y de la UPNA/NUP. Esta valía estadística se consigue ponderando los datos de la muestra, utilizando las siguientes variables:

- Sexo/género
- Universidad
- País
- Área de estudios
- Nivel de estudios

En este informe se puede acceder a los resultados de la encuesta realizada entre los días 7 y 11 de abril de 2025 sobre los consumos informativos y el uso de la televisión. En total, se han recibido respuestas válidas de 1730 alumnos y alumnas universitarias.

RESULTADOS

ÚLTIMOS CONTENIDOS VISTOS

En Internet

La siguiente nube de palabras contiene las respuestas sobre del último contenido que declaran haber visto los jóvenes en Internet, teniendo en cuenta que la encuesta fue respondida en la primera quincena de abril de 2025.

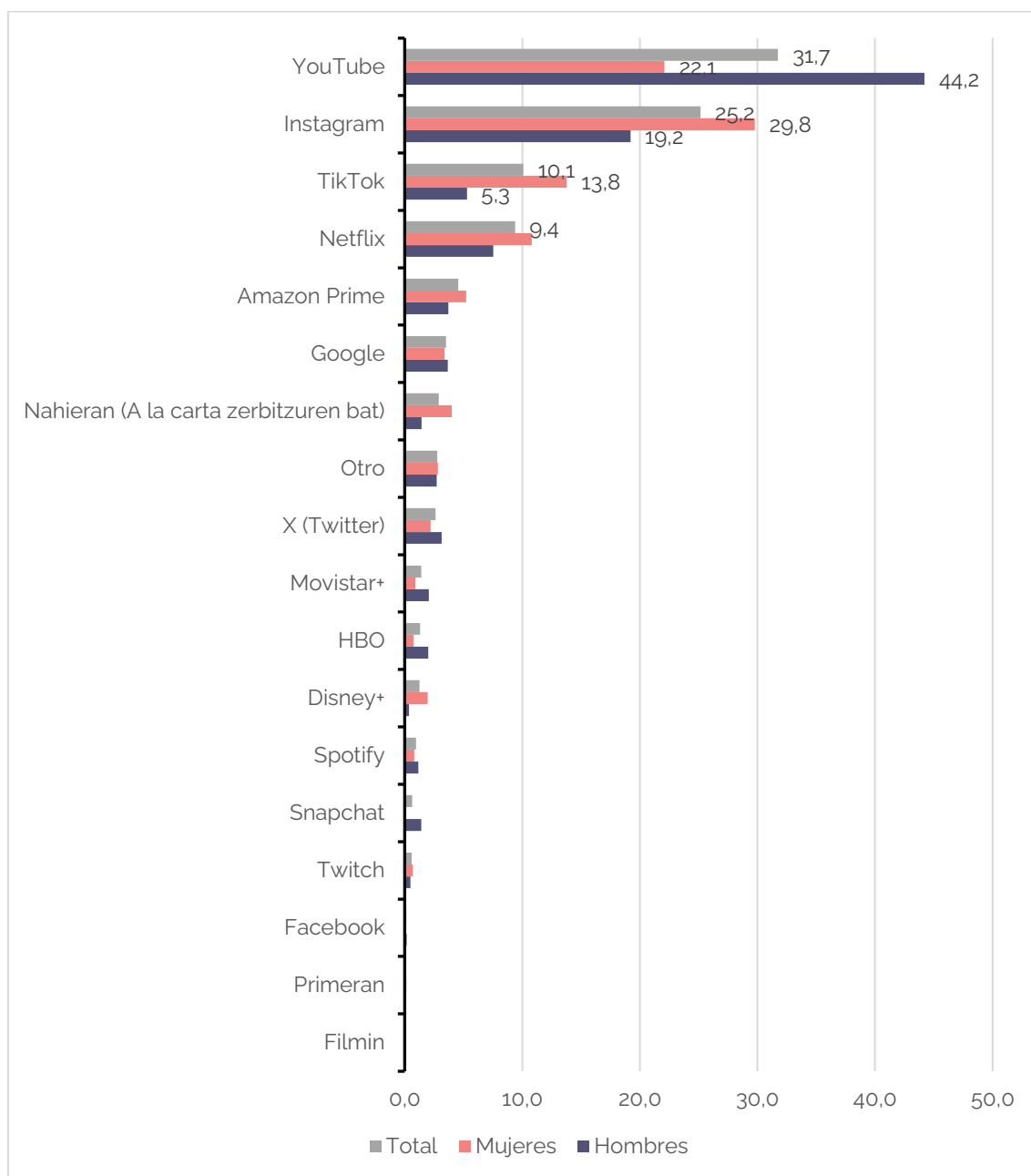
Imagen 1: Nube de palabras de los últimos contenidos vistos en Internet.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Siguiendo la tendencia manifestada en los informes previos, YouTube e Instagram se sitúan por encima del resto a la hora de indicar dónde se ha realizado el último consumo audiovisual. YouTube es la red social más relevante para los chicos (44,2%) e Instagram lo es para las chicas (29,8%). En el caso de los varones, la diferencia entre YouTube e Instagram es mayor (24,4 puntos) que entre las chicas (7,7 puntos). TikTok ocupa el tercer lugar, ocupando una posición más destacada entre aquellas.

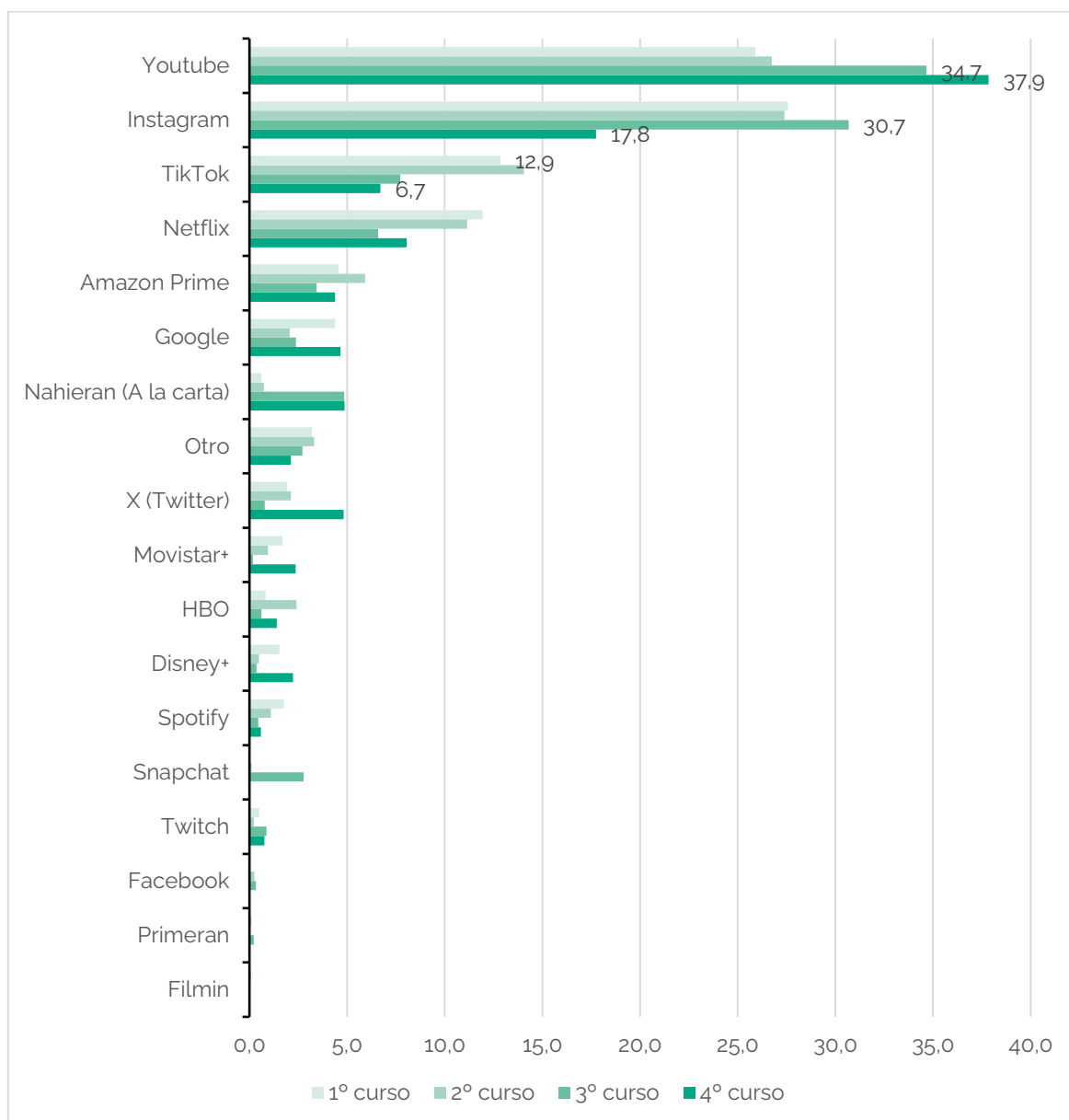
Imagen 2: Plataforma utilizada para el último consumo en internet. Porcentajes totales y en función del género.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Atendiendo a estos datos en función del curso, se observa que los alumnos de nivel superior mencionan más YouTube que Instagram al hablar sobre sus últimos consumos en Internet. De hecho, el porcentaje de alumnado de cuarto curso en la categoría de Instagram es inferior al de los demás (17,8%). Pese a ser más bajo que el de Instagram y YouTube, la presencia de TikTok es superior entre los alumnos y alumnas de primero y segundo curso (12,9% y 14,1% respectivamente).

Imagen 3: Plataforma utilizada para el último consumo de Internet. Datos por nivel de estudios.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

En televisión

A través de esta encuesta realizada entre el 7 y el 11 de abril de 2025 se puede conocer el último consumo en televisión que recuerdan los y las panelistas.

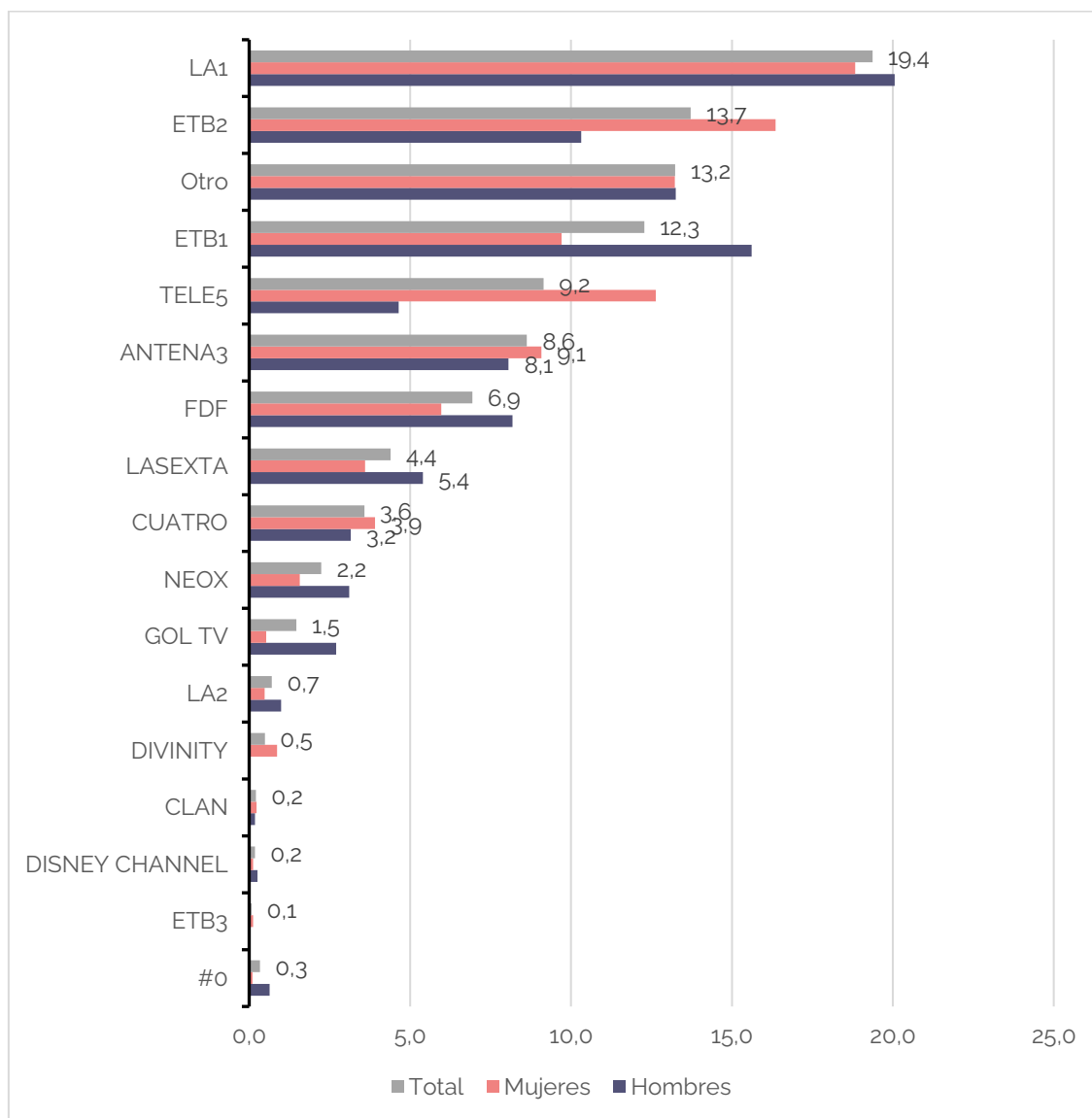
Imagen 4: Nube de palabras de los últimos contenidos vistos en televisión.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Como se muestra en el gráfico de debajo, casi el 20% de los alumnos ha optado por La1 a la hora de responder a la pregunta sobre el canal en el que ha realizado el último consumo televisivo. Porcentajes similares se observan también en esta categoría en la distribución por género. No ocurre lo mismo en el segundo canal más citado, ETB2: en este caso, el porcentaje de mujeres es 6 puntos superior al de hombres. Por otra parte, Tele5 ha bajado cuatro puestos respecto al [informe anterior](#), y supone el diez por ciento del alumnado. Como suele ser habitual, el porcentaje de chicas es notablemente superior al de chicos. ETB1 ocupa el cuarto lugar en la lista, con un 15,3% de cuota y alcanzando más peso entre los chicos.

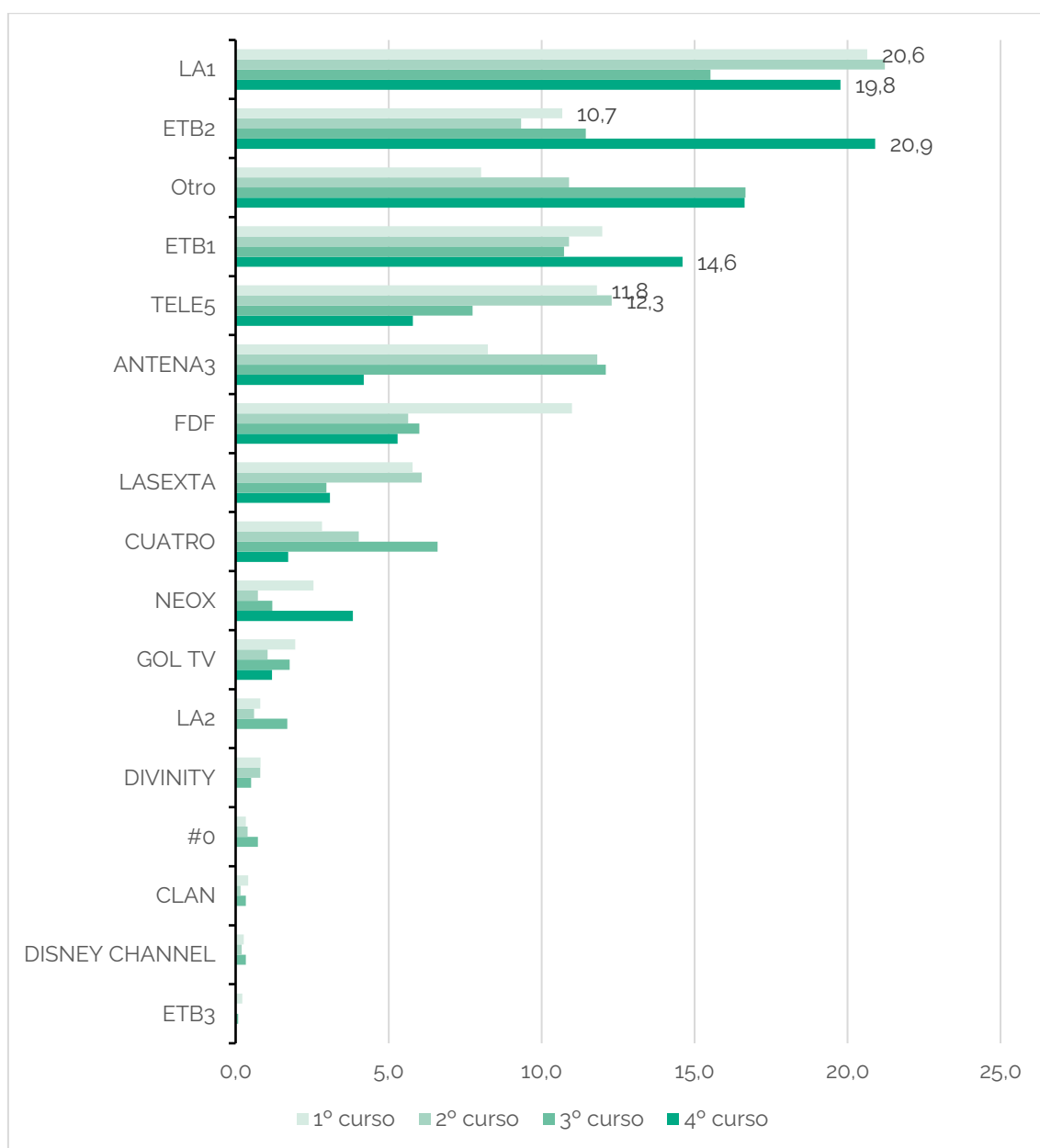
Imagen 5: Canal en el que se ha visto el último contenido de televisión tradicional. Porcentajes totales y en función del género.



Fuente: lkusiker, abril de 2025.

Atendiendo a la distribución de las repuestas por curso, se aprecian diferencias significativas. La presencia de las y los alumnos de cuarto curso en la categoría ETB2 es muy alta en comparación con el porcentaje del resto de niveles. De hecho, entre el alumnado de cuarto destaca ETB2 por delante de La1 cuando se le ha preguntado en qué canal han realizado su último consumo. Por otro lado, las y los universitarios de primero y segundo han respondido principalmente Tele5, aunque ETB2 también presenta porcentajes elevados.

Imagen 6: Canal en el que se ha visto el último contenido de televisión. Datos por nivel de estudios.



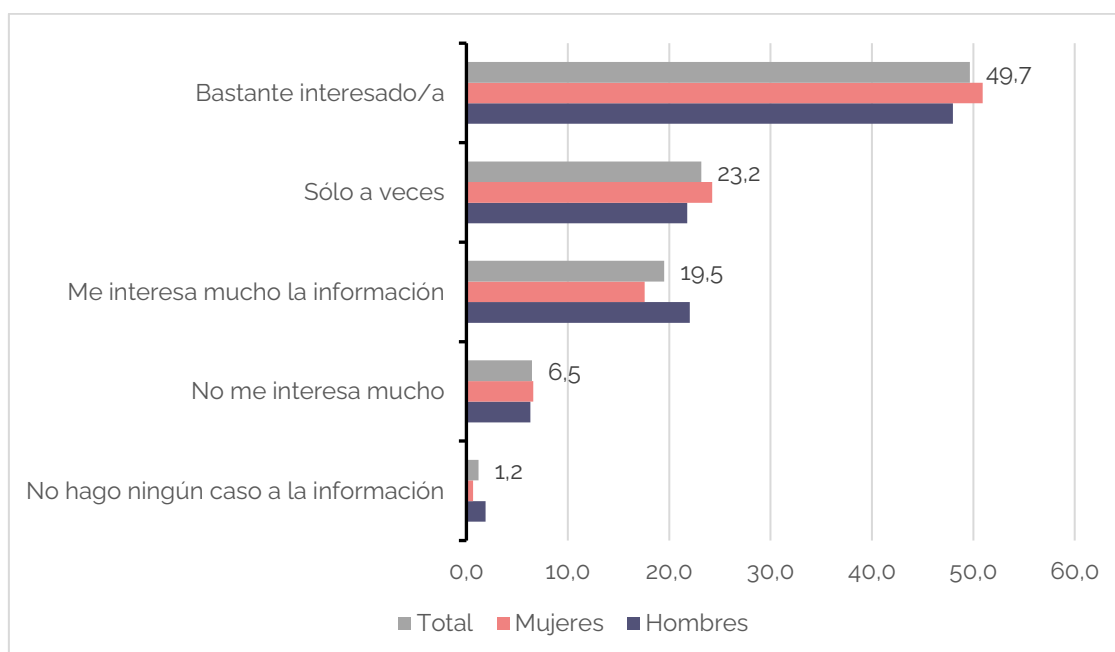
Fuente: Ikusiker, abril de 2025

INFORMACIÓN

A través de las preguntas incluidas en este apartado, se busca ahondar en las percepciones que las y los estudiantes universitarios tienen sobre la información. Entre otras cuestiones, y para tener una visión amplia del tema, se les ha pedido que detallen el grado de interés por la información, su medio preferido para acceder a ella, el uso de redes sociales para recibir información o si utilizan los medios de comunicación local.

Los datos obtenidos no muestran diferencias significativas en función del género. Los porcentajes totales ponen de manifiesto que casi a la mitad de las y los estudiantes universitarios les resulta atractiva la información. Los porcentajes de las categorías "Solo a veces" son similares (en torno al 20%) a la posición más intermedia y más extrema ("Me interesa mucho la información"), aunque la segunda tiene menos peso. El bajo aprecio o incluso el desinterés por la información no alcanza al 8% del alumnado.

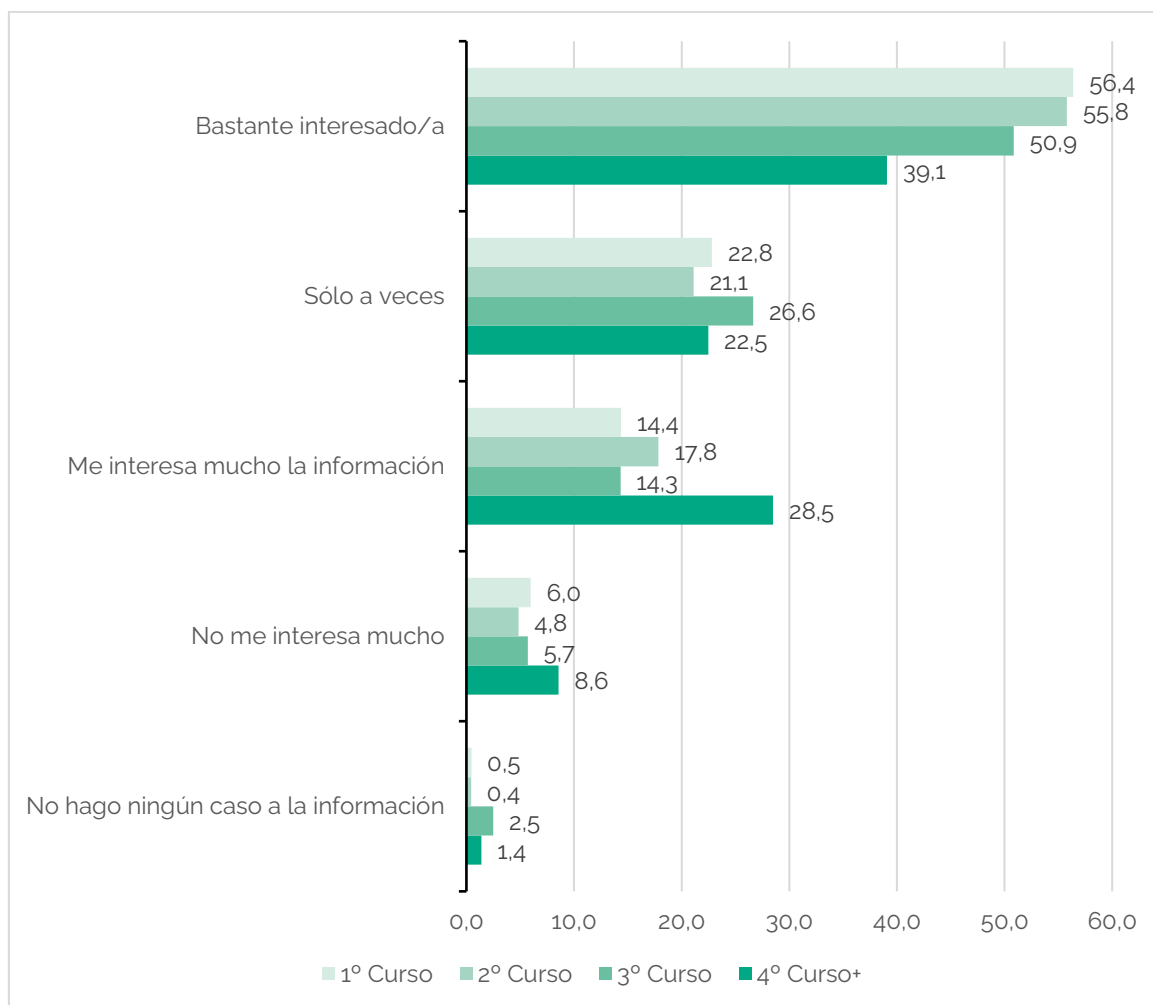
Imagen 7: Grado de interés por la información. Porcentajes totales y en función del género.



Fuente: lkusiker, abril de 2025

En el gráfico que sigue se muestran los datos por nivel de estudios. El porcentaje de alumnos y alumnas que se declaran bastante interesados por la información descende a medida que aumenta el nivel (sobre todo en cuarto curso), pero esto se explica por la categoría "me interesa mucho la información": en este caso tienen más peso los alumnos de cuarto curso (28,5).

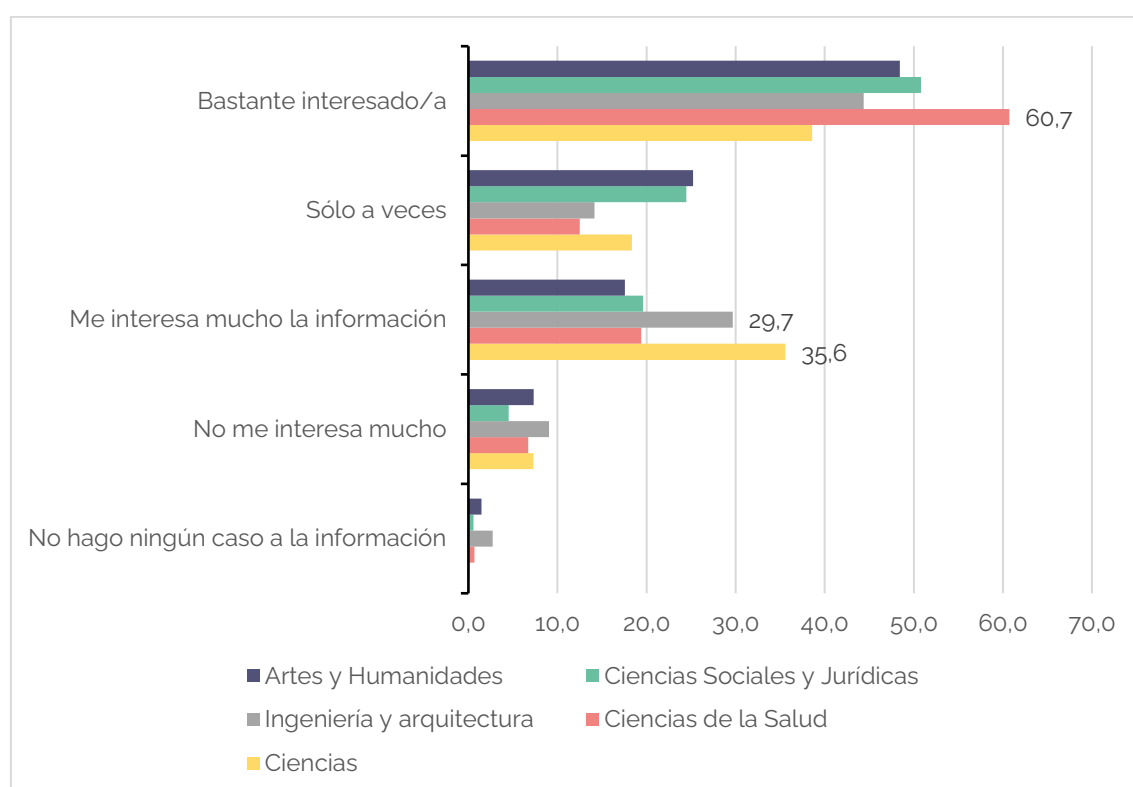
Imagen 8: Grado de interés por la información. Porcentajes totales y en función del nivel de estudios.



Fuente: Iklusiker, abril de 2025

Si analizamos los resultados de la encuesta por ámbitos de estudio, destaca el alumnado de Ciencias de la Salud entre aquellos que están bastante interesados (60,7%). En general, aunque se observa que existe interés por la información en todas las áreas, los estudiantes de Ingeniería y Arquitectura y Ciencias se sitúan más en una posición intermedia.

Imagen 9: Grado de interés por la información. Porcentajes totales y en función del área de estudio.

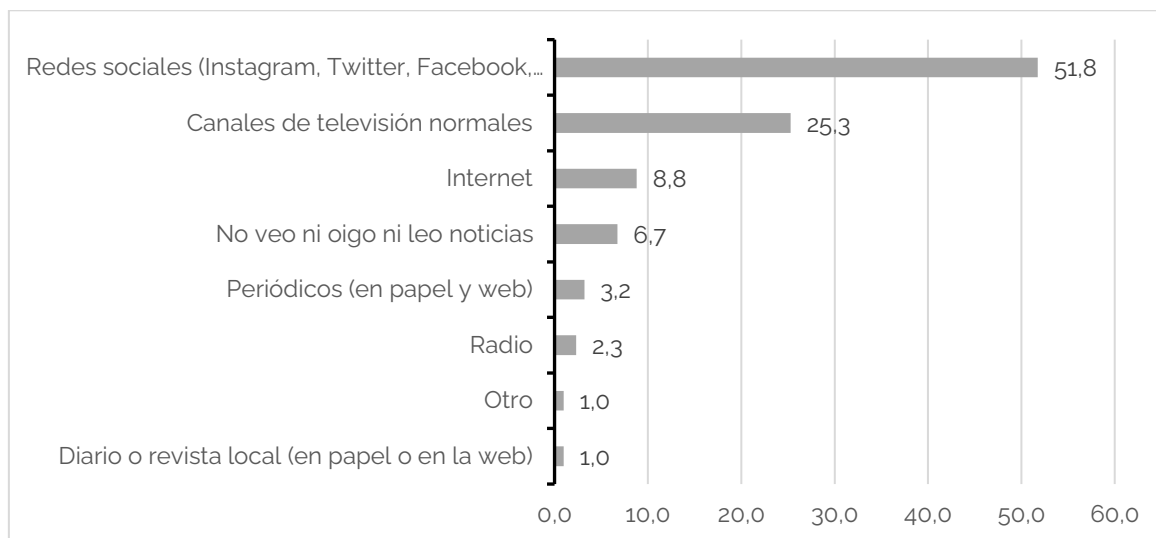


Fuente: Ikusiker, abril de 2025

El siguiente gráfico muestra dónde consumen las noticias los y las alumnas universitarias. Se presentan los datos totales y las distribuciones por género, aunque no presenten grandes diferencias en los resultados.

Más de la mitad de los estudiantes utiliza las redes sociales para estar al día de la actualidad. Un cuarto elige la televisión tradicional y la categoría "Internet" no alcanza el 10%. Los porcentajes obtenidos por los medios más tradicionales y locales están por debajo del 5%.

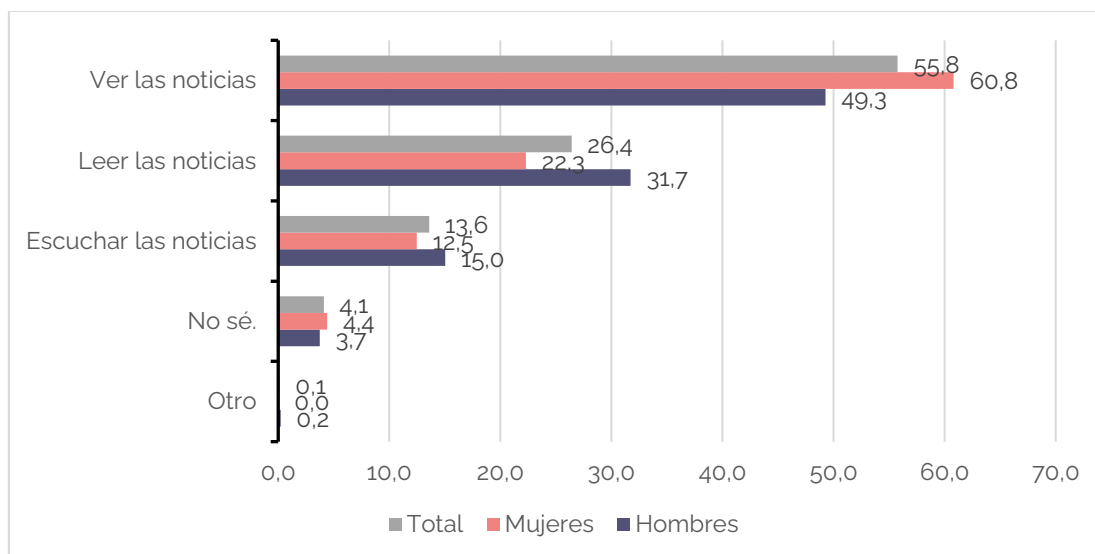
Imagen 10: Medios utilizados para recibir las noticias. Porcentajes totales.



Fuente: lkusiker, abril de 2025

Asimismo, se ha querido saber en qué lenguaje prefieren los estudiantes recibir las noticias. Como opciones se han definido "ver", "leer", "escuchar" y "no sé". A la vista de los porcentajes totales, más de la mitad de los y las alumnas prefieren verlas, las chicas en mayor proporción que los chicos (60,8% y 49,2% respectivamente). El porcentaje del alumnado que prefieren leer las noticias (un cuarto, aproximadamente) es menor, pero dentro de este grupo es significativo el peso de los chicos.

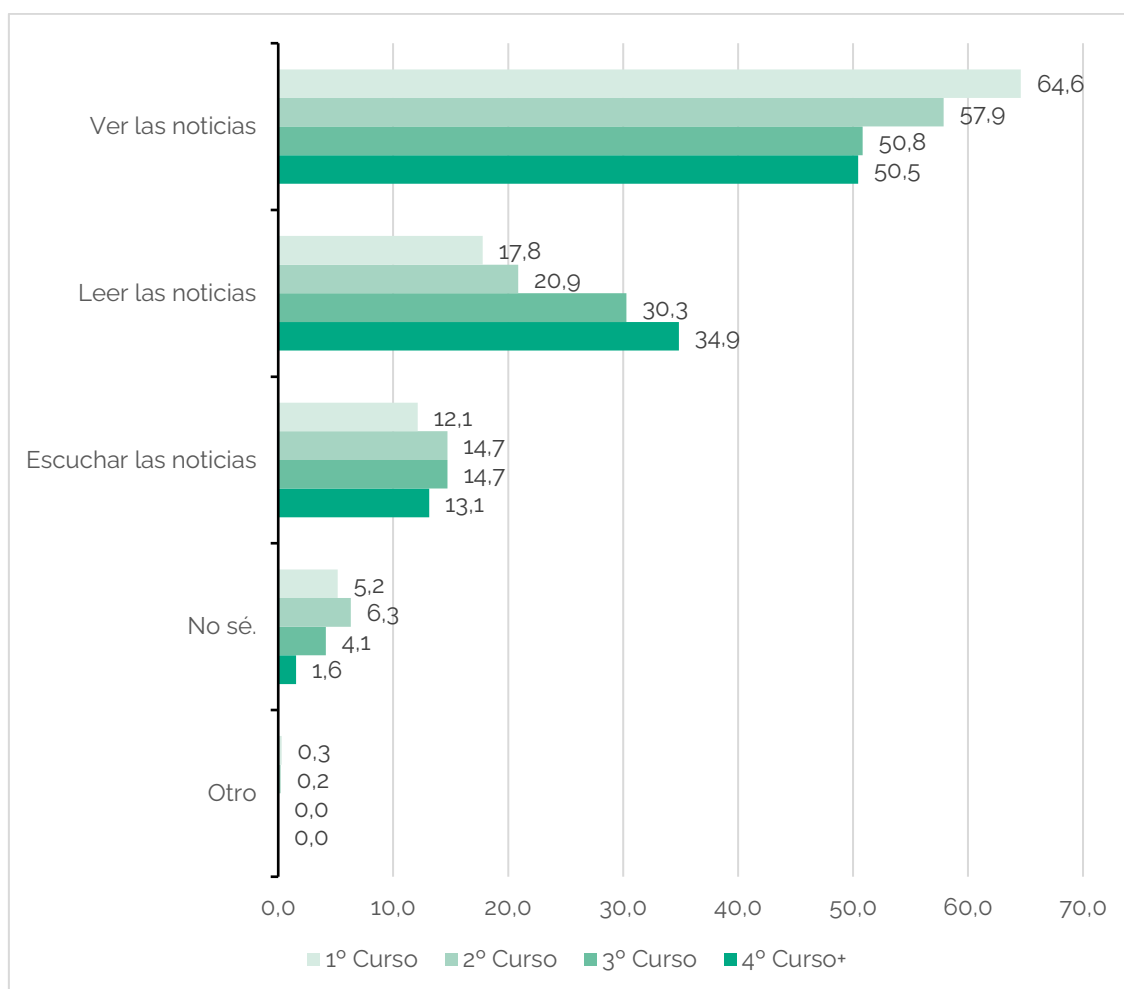
Imagen 11: Lenguaje preferido para recibir las noticias. Porcentajes totales y en función del género.



Fuente: lkusiker, abril de 2025

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta en función del curso en el que se encuentran, lo que en la práctica quiere decir, la edad de las y los estudiantes. El gráfico muestra claramente que se produce una tendencia inversa: a medida que sube el nivel de estudios el porcentaje de estudiantes que prefieren ver las noticias disminuye, pero ocurre lo contrario con la lectura. No obstante, hay que tener en cuenta que la diferencia entre los datos más altos de las categorías “ver” y “leer” se sitúa en torno a 25 puntos, es decir, que el alumnado en general utiliza más los formatos visuales que los que se basan en la lectura.

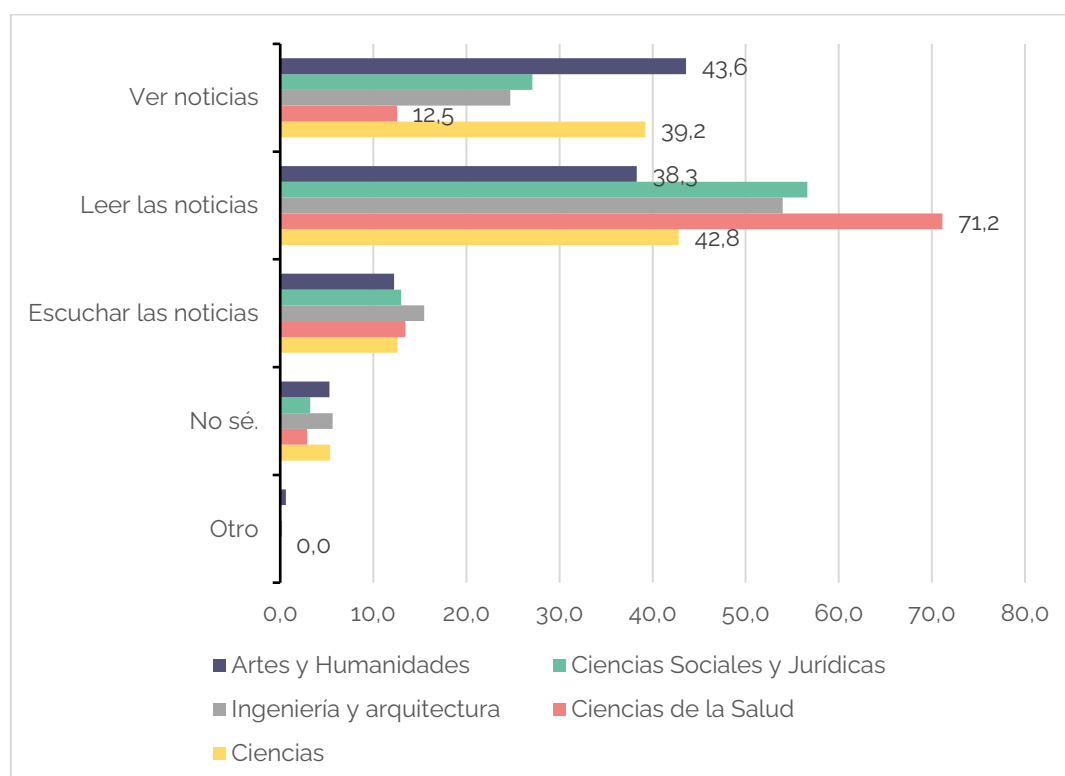
Imagen 12: Lenguaje preferido para recibir las noticias. Porcentajes totales y en función del nivel de estudios.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Observando los resultados de la encuesta en relación con el ámbito de estudio, se aprecia que en particular el alumnado de Ciencias de la Salud está más interesado en ver las noticias. Es muy diferente el caso de los estudiantes de Artes y Ciencias Sociales, donde la categoría "leer" se impone, aunque por poco, a la categoría "ver". Algo similar ocurre entre el estudiantado de Ciencias, aunque en este caso ver las noticias se coloca un poco por delante de leerlas.

Imagen 13: Lenguaje preferido para recibir las noticias. Porcentajes totales y en función del área de estudio.

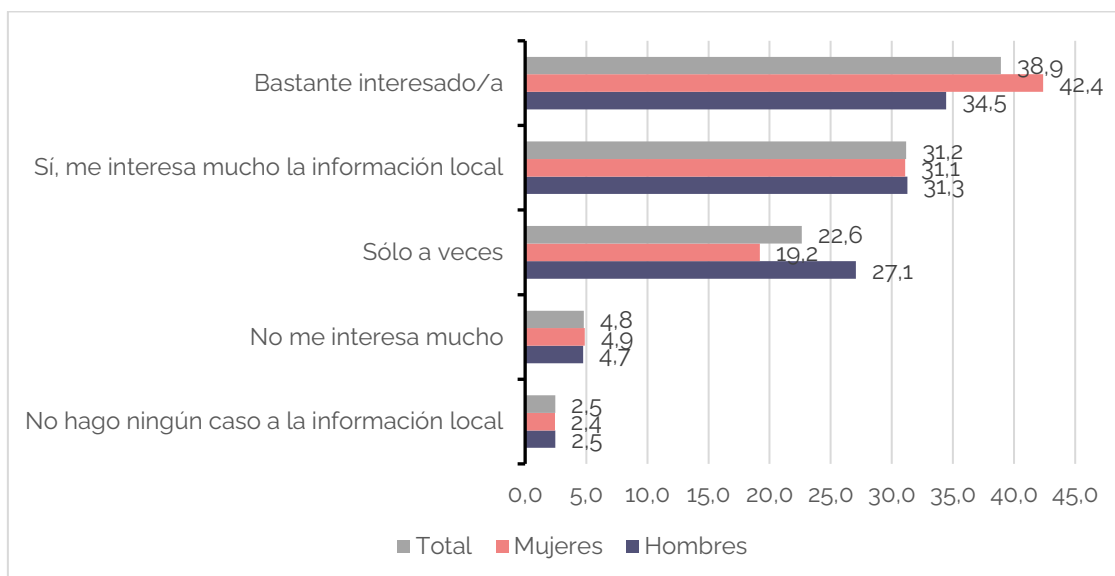


Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Previamente se ha explicitado el grado de interés de los alumnos y las alumnas por la información. Ahondando en esta misma cuestión, detallaremos ahora su interés por la información de proximidad, a través de los medios de comunicación local.

En este caso, en comparación con los gráficos anteriores sobre la información en general, se recogen porcentajes más bajos en la respuesta "estoy bastante interesado", pero más altos en la respuesta más categórica "me interesa mucho". El porcentaje en hombres y mujeres de esta última categoría es el mismo (31%).

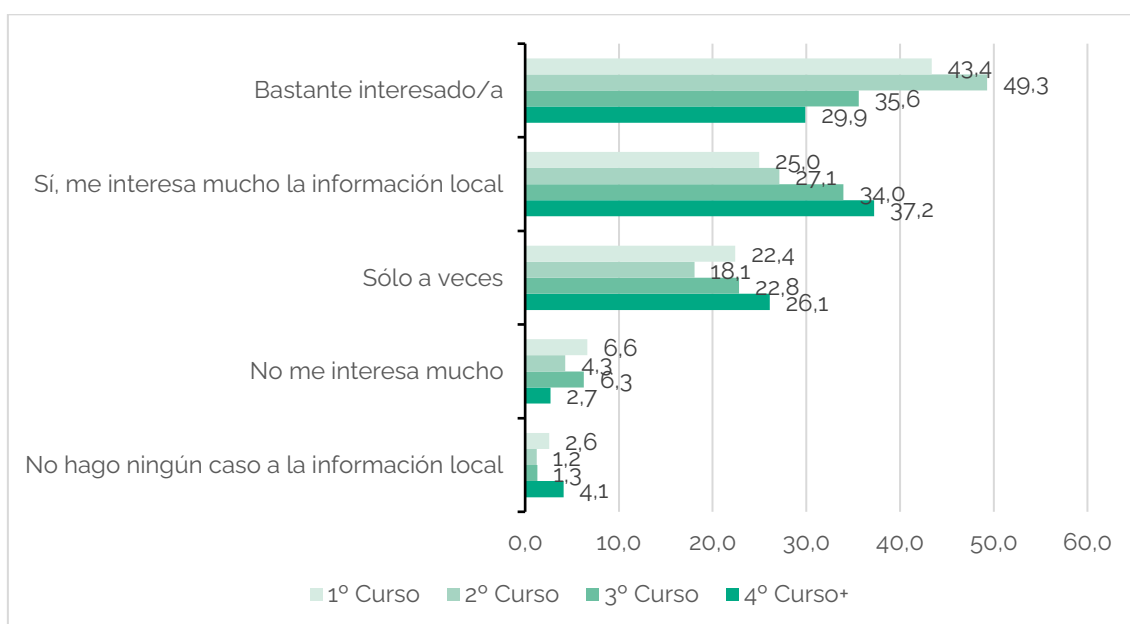
Imagen 14: Interés por la información local. Porcentajes totales y en función del género.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

La distribución de las respuestas según el nivel de estudios muestra porcentajes similares a los del interés por la información, previamente analizados. En general, el interés es alto, pero aumenta a medida que el alumnado se encuentra en cursos superiores.

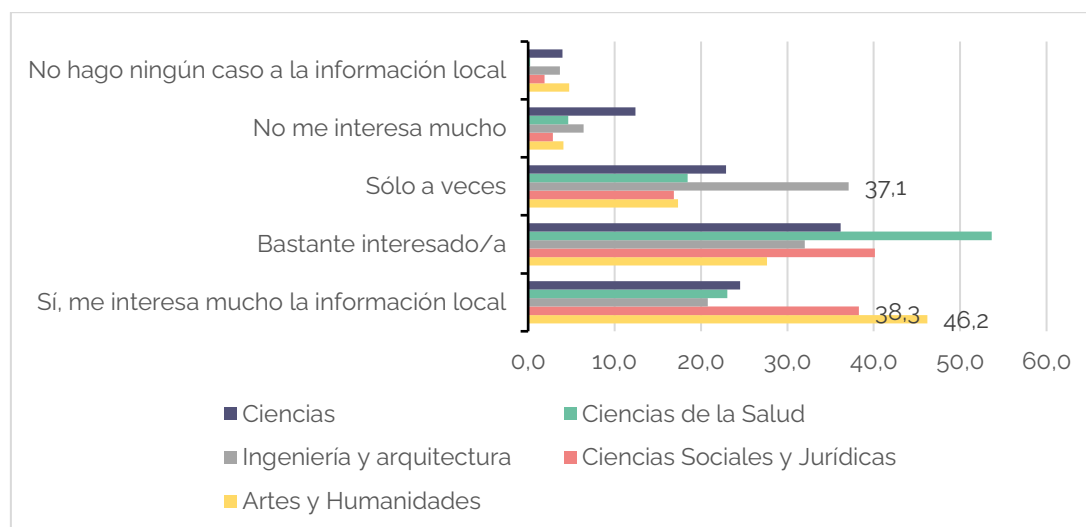
Imagen 15: Interés por la información local. Porcentajes totales y en función del nivel de estudios.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Analizando los datos por ámbitos de estudio, el alumnado de Ciencias Sociales y Jurídicas y Artes y Humanidades es el que muestran un mayor interés por la información local. En una posición más moderada ("solo a veces"), predominan las y los alumnos de Ingeniería y Arquitectura (37,1%).

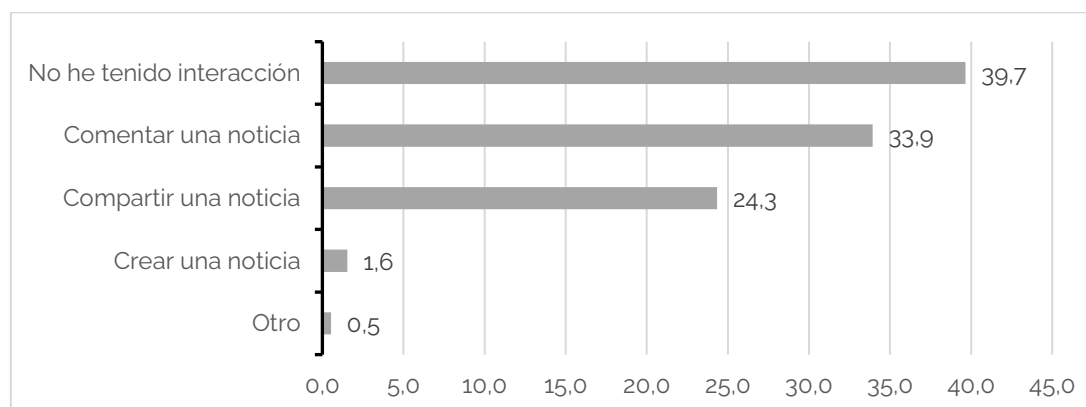
Imagen 16: Interés por la información local. Porcentajes totales y en función del área de estudio.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

A través del cuestionario se puede conocer las interacciones que tienen los y las alumnas con la información (compartir noticias, dar "like", comentar, crear...). En términos porcentuales totales, lo más habitual es no tener un alto nivel de interacción (39,7%), pero en segundo lugar se sitúa la categoría "comentar una noticia" (33,9%). Por otra parte, casi una cuarta parte del alumnado comparte noticias.

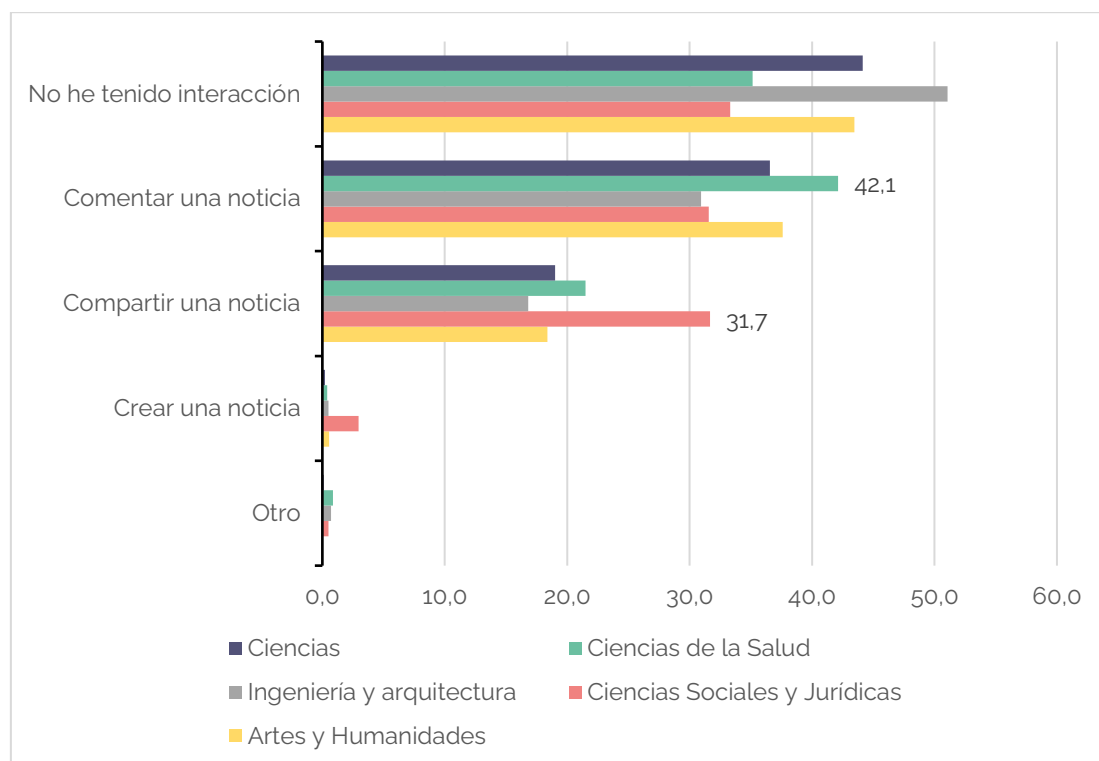
Imagen 17: Nivel de interacción con las noticias. Porcentajes totales.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas son los que más comparten las noticias y los de Ciencias de la Salud los que más las comentan: entre estos alumnos son más los que comentan las noticias (42,1%) que los que no realizan ninguna interacción (35,1%).

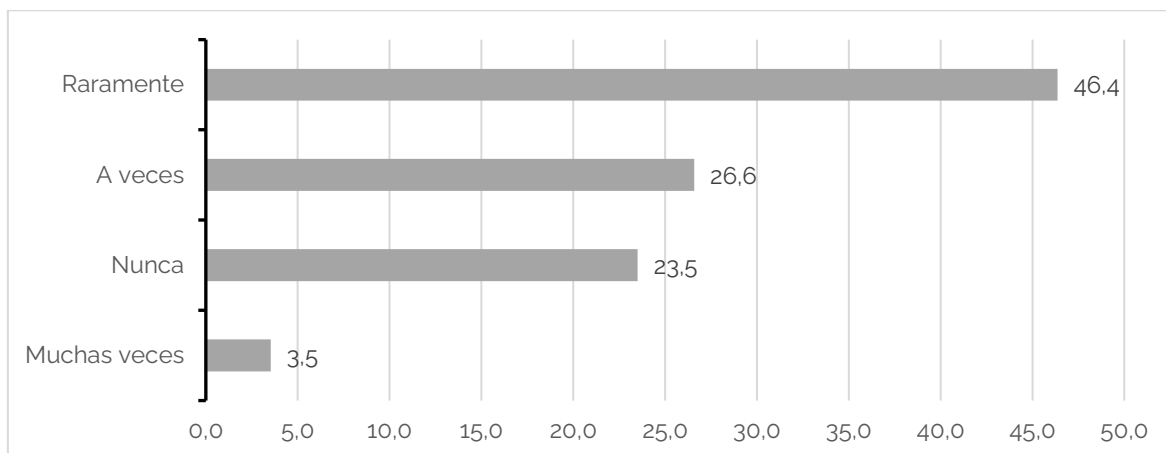
Imagen 18: Nivel de interacción con las noticias. Porcentajes totales y en función del área de estudio.



Fuente: lkusiker, abril de 2025

Las pantallas ocupan un papel muy relevante en el día a día de las y los usuarios, también cuando buscan información, casi sin límites de contenido, tiempo o espacio. De ahí el interés por saber si los jóvenes encuestados han esquivado alguna vez la información y, en su caso, por qué lo han hecho. Tal y como se observa en el siguiente gráfico (porcentajes totales), el alumnado no tiene por costumbre eludir la información. Más de tres de cada cuatro alumnos "rara vez" o "nunca" han evitado la información. Los porcentajes de quienes lo hacen "a veces" y "muchas veces" no supera el 27% en ninguna de las dos categorías.

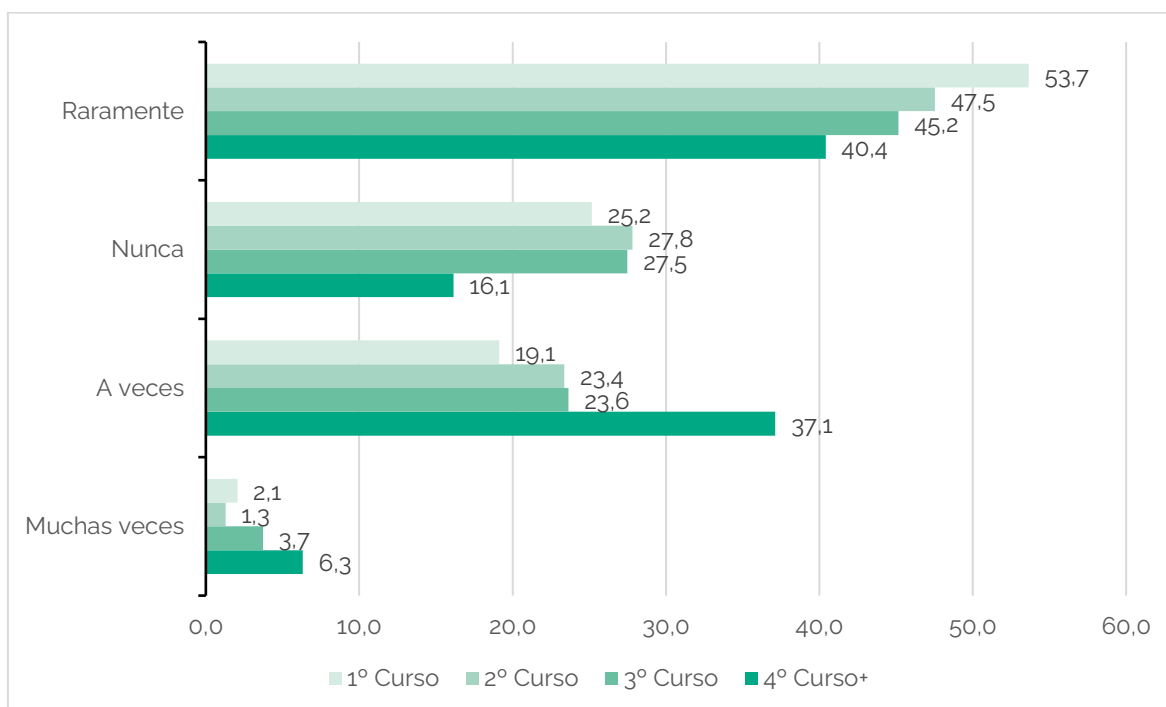
Imagen 19: Hábito de esquivar la información. Porcentajes totales.



Fuente: Iksiker, abril de 2025

En la distribución por nivel de estudios, se puede observar que el porcentaje de personas que evitan la información raramente decrece con los años. Los alumnos de cuarto presentan porcentajes más altos entre los que "a veces" y "muchas veces" esquivan la información y más bajos en las categorías "raramente" y "nunca". Es decir, en general los alumnos de cuarto curso rehuyen más la información.

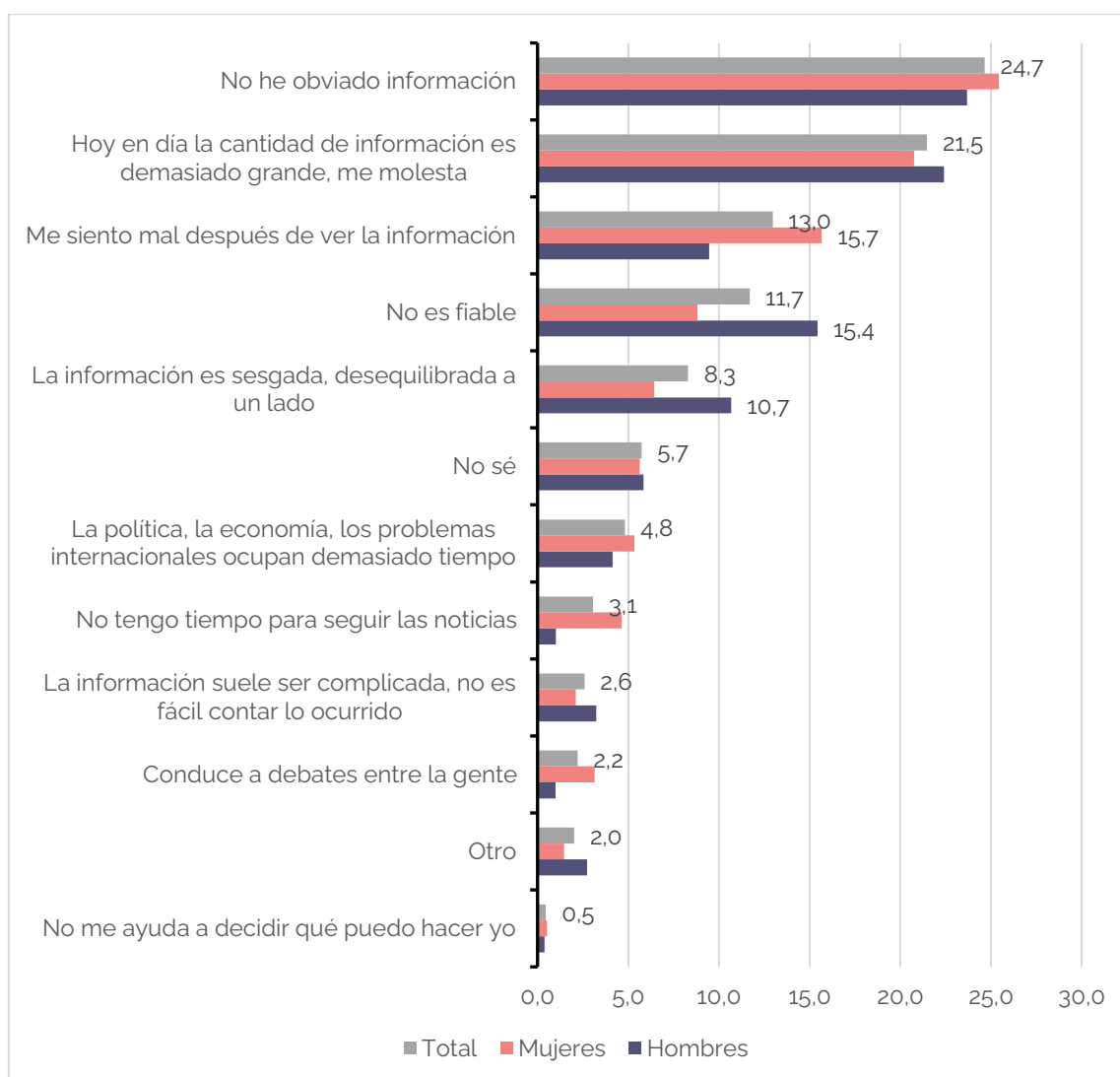
Imagen 20: Hábito de esquivar la información. Porcentajes totales y en función del nivel de estudios.



Fuente: Iksiker, abril de 2025

Una cuarta parte del alumnado encuestado declara no eludir la información y el porcentaje restante apunta algunas razones para hacerlo. La más frecuente es la excesiva cantidad de información que reciben, este es el motivo para el 21,5% de los y las estudiantes universitarios. El siguiente motivo aducido es que "después de ver la información me siento mal", argumento con más peso entre las mujeres (alrededor de 6 puntos de diferencia sobre los hombres). En lo que refiere a la poca fiabilidad que atribuyen a la información, los hombres se colocan por delante de las mujeres (15,4% y 8,8%, respectivamente). En la misma línea, el 10,7% de los hombres considera que la información es sesgada y el resto del alumnado aduce otro tipo de razones para no consumir información.

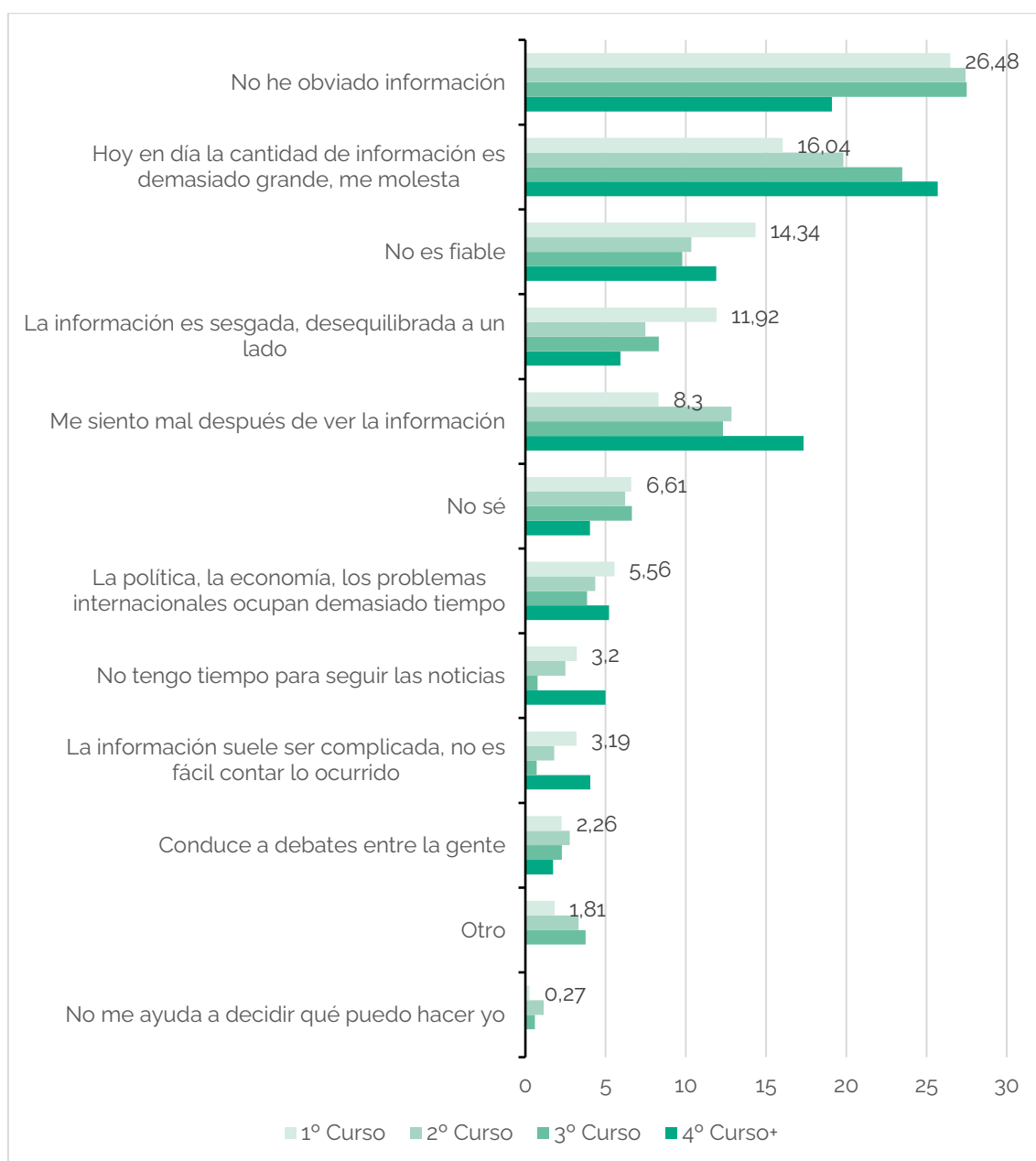
Imagen 21: Razones para esquivar la información. Porcentajes totales y en función del género.



Fuente: lkusiker, abril de 2025

Con objeto de conocer mejor las razones por las que las y los encuestados soslayan la información, analizaremos las respuestas según su nivel de estudios. Así, los datos ponen de manifiesto que entre el alumnado de cuarto curso es muy bajo el porcentaje de aquellos y aquellas que eluden la información (19,1%). De hecho, estos alumnos han señalado que el motivo por el que no ven los contenidos de actualidad es que "la cantidad de información es demasiado grande". Otra razón que apuntan es la de sentirse mal tras ver este tipo de contenido informativo (17,1%).

Imagen 22: Razones para esquivar la información. Porcentajes totales y en función del nivel de estudios.

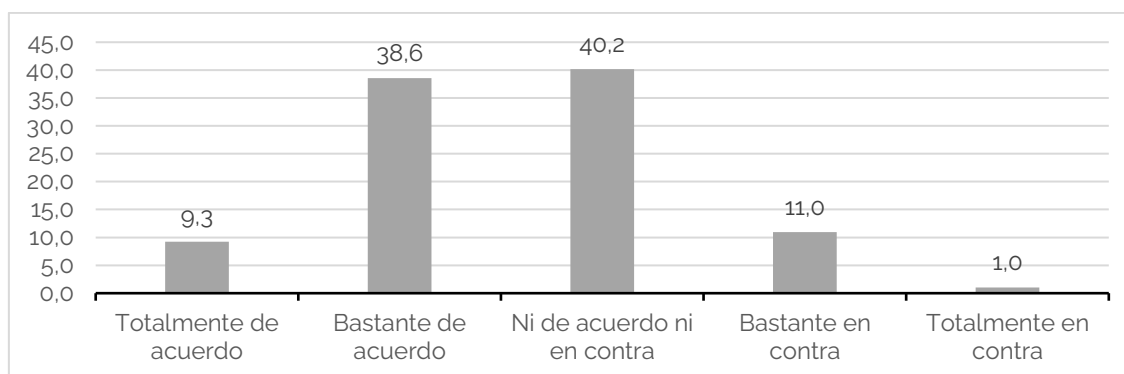


Fuente: lkusiker, abril de 2025

En los siguientes gráficos se presenta el grado de conformidad de las y los encuestados con algunas frases sobre la información.

Casi la mitad de los alumnos (47,9%) están de acuerdo con la opinión de que “Las noticias que se ven en las redes sociales tienen poca credibilidad”, pero el porcentaje de alumnos que lo ponen en duda es también bajo (40,2%).

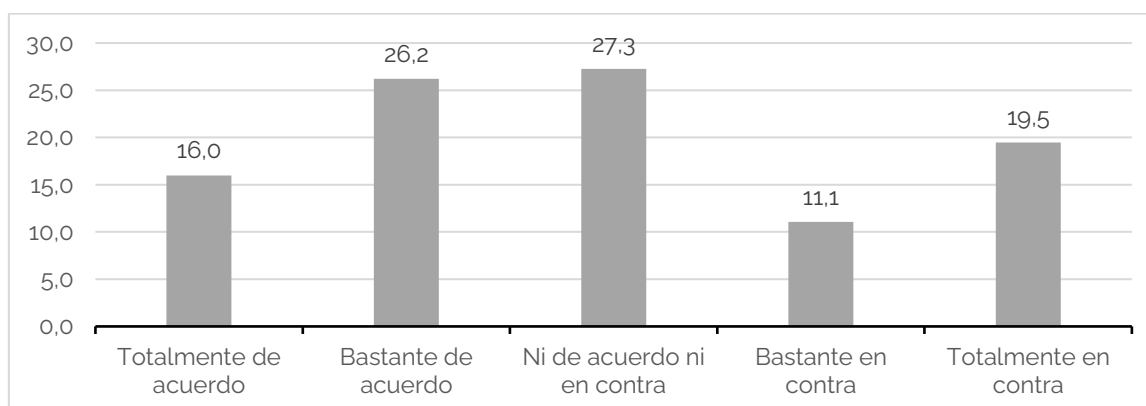
Imagen 23: Nivel de conformidad con la frase “Las noticias que se ven en las redes sociales tienen poca credibilidad. Porcentajes totales.



Fuente: Iklusiker, abril de 2025

Cuando se les pregunta a las y los universitarios hasta qué punto les gusta seguir la actualidad de su pueblo, barrio o ciudad en los medios de comunicación, más de 4 de cada diez han respondido favorablemente (el 16% totalmente de acuerdo y el 26,2% bastante de acuerdo). Otras tres de cada diez están completamente en contra y el resto se sitúan en una opinión intermedia (27,3%), como se puede apreciar en la imagen que sigue.

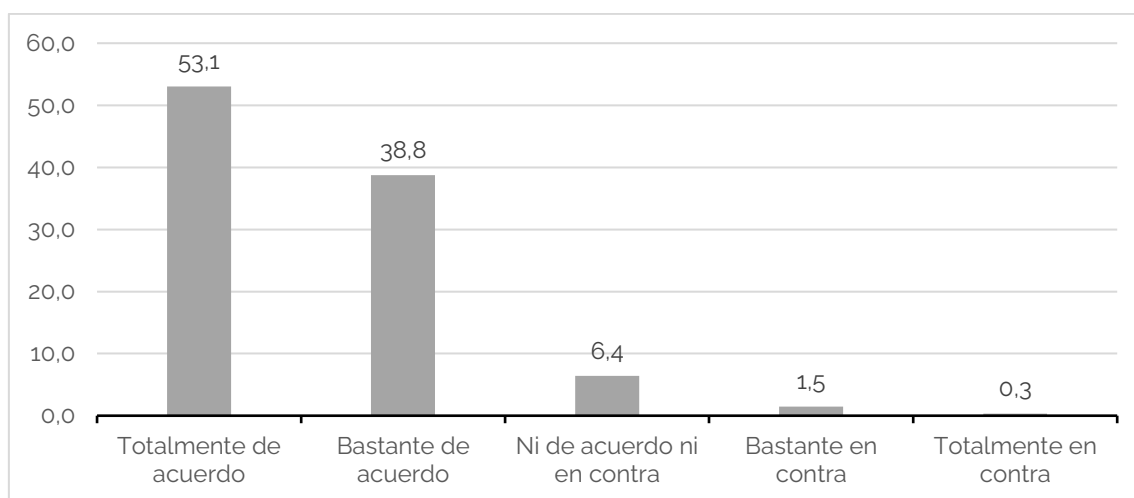
Imagen 24: Nivel de conformidad con la frase “Me gusta informarme a través de los medios de comunicación local en euskera, por ejemplo, la revista, televisión o radio de mi pueblo, barrio o ciudad”. Porcentajes totales.



Fuente: Iklusiker, abril de 2025

Siguiendo en la línea de analizar las percepciones que tiene el estudiantado universitario sobre la influencia de las redes sociales en la población, ante la afirmación de que “las redes sociales tienen una gran influencia en las opiniones y comportamientos de la gente”, el 91,9% están de acuerdo. Es casi inexistente el porcentaje de los que no aprecian esa influencia o la relativizan.

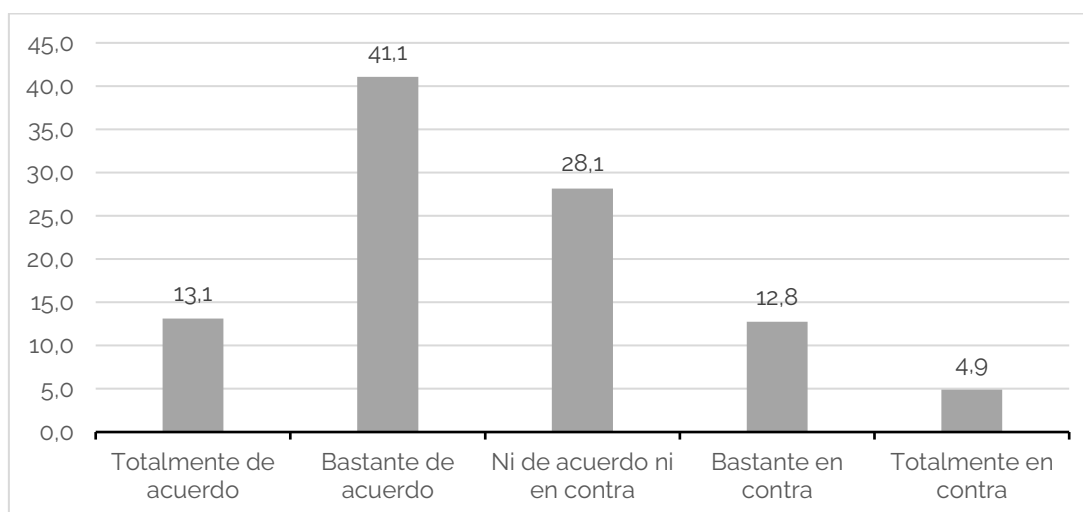
Imagen 25: Nivel de conformidad con la frase “Las redes sociales tienen mucha influencia en las opiniones y actitudes de la gente”. Porcentajes totales.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Más de la mitad (54,2%) de las personas encuestadas utilizan los sitios web de los medios de comunicación para mantenerse informadas. Un 28,1% no se decantan ni a favor ni en contra y las posiciones contrarias suponen un 17,7%, en total.

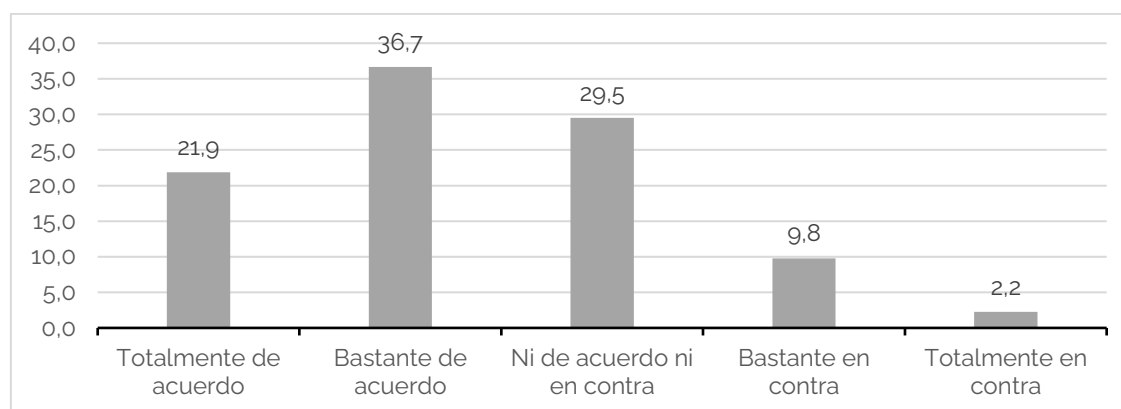
Imagen 26: Nivel de coincidencia con la utilizan de los sitios web de los medios de comunicación para mantenerse informados. Porcentajes totales.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

A través de la última de las frases incluidas en el cuestionario hemos querido cotejar el grado de acuerdo de las y los estudiantes con la opinión de que “los resultados de las elecciones se deciden en las redes sociales”. El 58,6% del alumnado está de acuerdo y el 29,5% restante no ve con tanta claridad la influencia de las redes sociales. El número de personas que niegan dicha incidencia no supera el 12%.

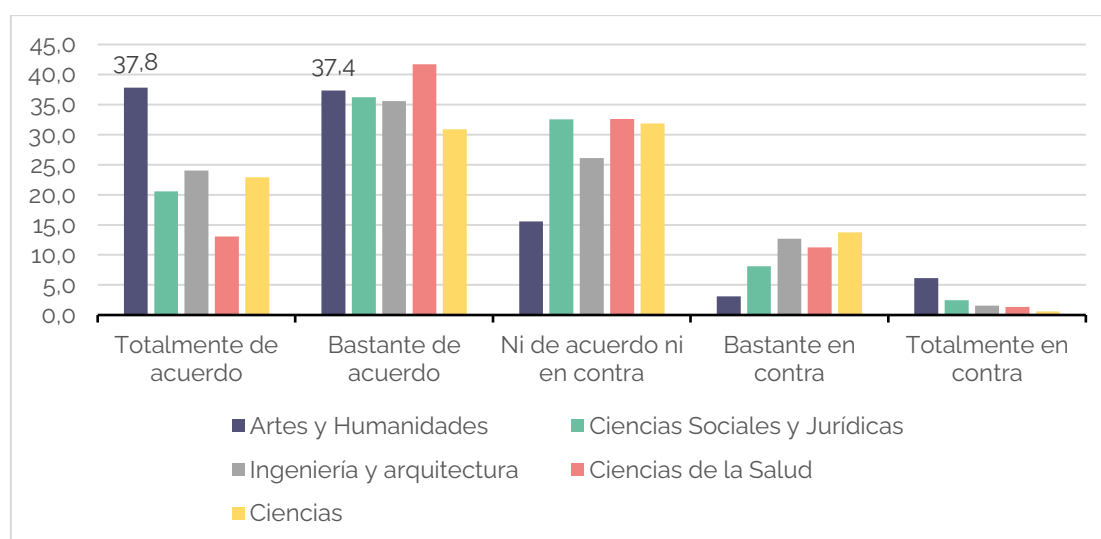
Imagen 27: Nivel de coincidencia con la opinión de que “los resultados de las elecciones se deciden en las redes sociales”. Porcentajes totales.



Fuente: lkusiker, abril de 2025

Para este caso hemos considerado interesante analizar los resultados además en relación al ámbito de estudios, y donde se aprecian sustanciales diferencias. El alumnado de Artes y Humanidades manifiestan un nivel de acuerdo superior al resto, alcanzando a tres de cada cuatro personas encuestadas.

Imagen 28: Nivel de coincidencia con la opinión de que “los resultados de las elecciones se deciden en las redes sociales”. Porcentajes por área de estudios.

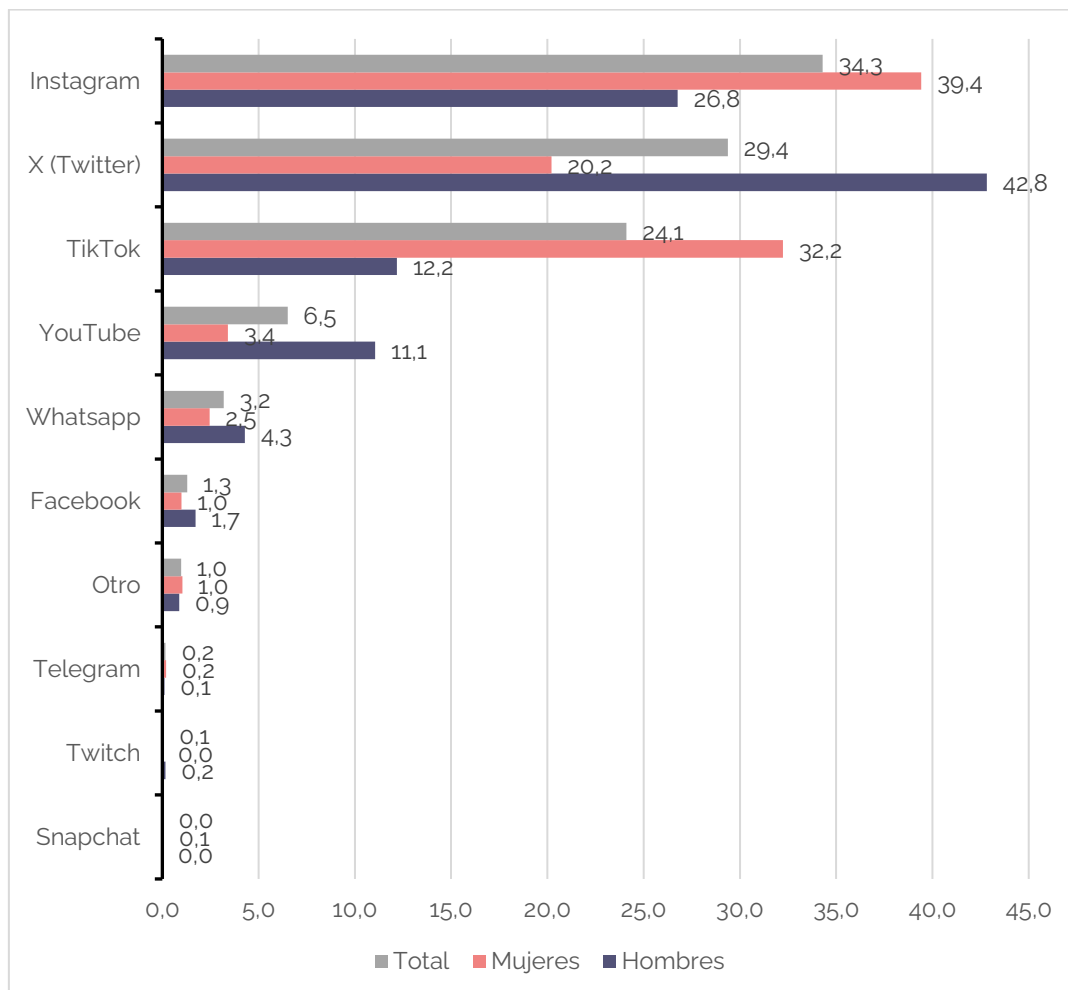


Fuente: lkusiker, abril de 2025

En la imagen número 10 se detalla que más de la mitad de los alumnos y alumnas utilizan las redes sociales para informarse, pero para profundizar un poco en este dato, hemos preguntado a los y las encuestados qué redes sociales son las que más utilizan con ese objetivo.

Como ya ocurre en el caso de los últimos consumos audiovisuales en internet, existen diferencias por género en lo relativo a las redes sociales de las que se valen. Entre las mujeres, la opción más votada es Instagram (39,4%), y le sigue TikTok (32,2%). En el caso de los hombres, X es la más elegida, con un 42,2%. Por detrás se sitúa Instagram (39,4%). El porcentaje de varones que eligen TikTok es del 12,2.

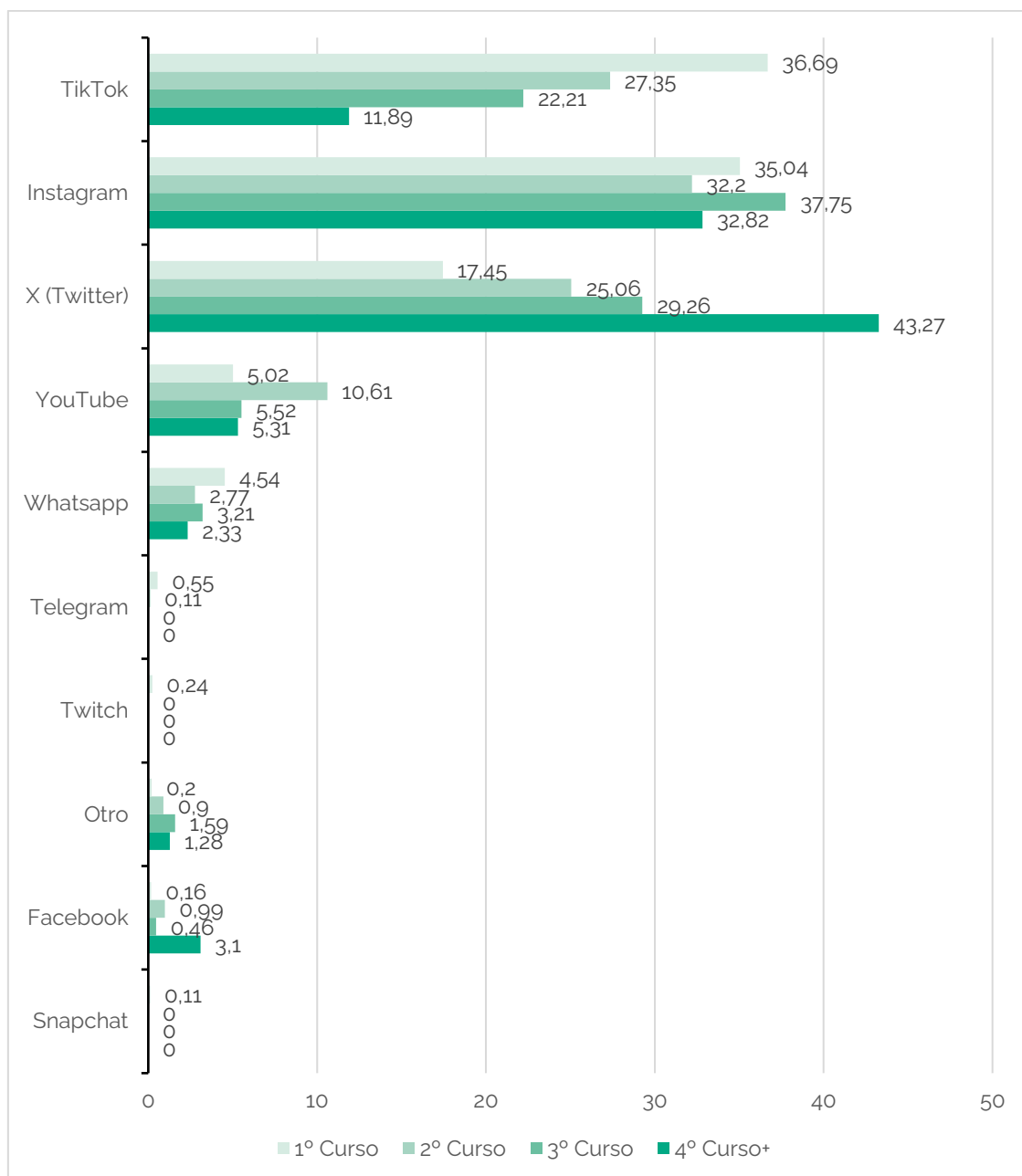
Imagen 29: Red social más utilizada para informarse. Porcentajes totales y por género.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Si analizamos los resultados según el curso en el que se encuentre el alumnado, el peso de TikTok es mucho mayor en primero, pierde relevancia en segundo, también lo hace en tercero y así sucesivamente. Ocurre lo contrario con X, que va ganando presencia en los cursos superiores y alcanza el 43,3% entre el alumnado de cuarto curso.

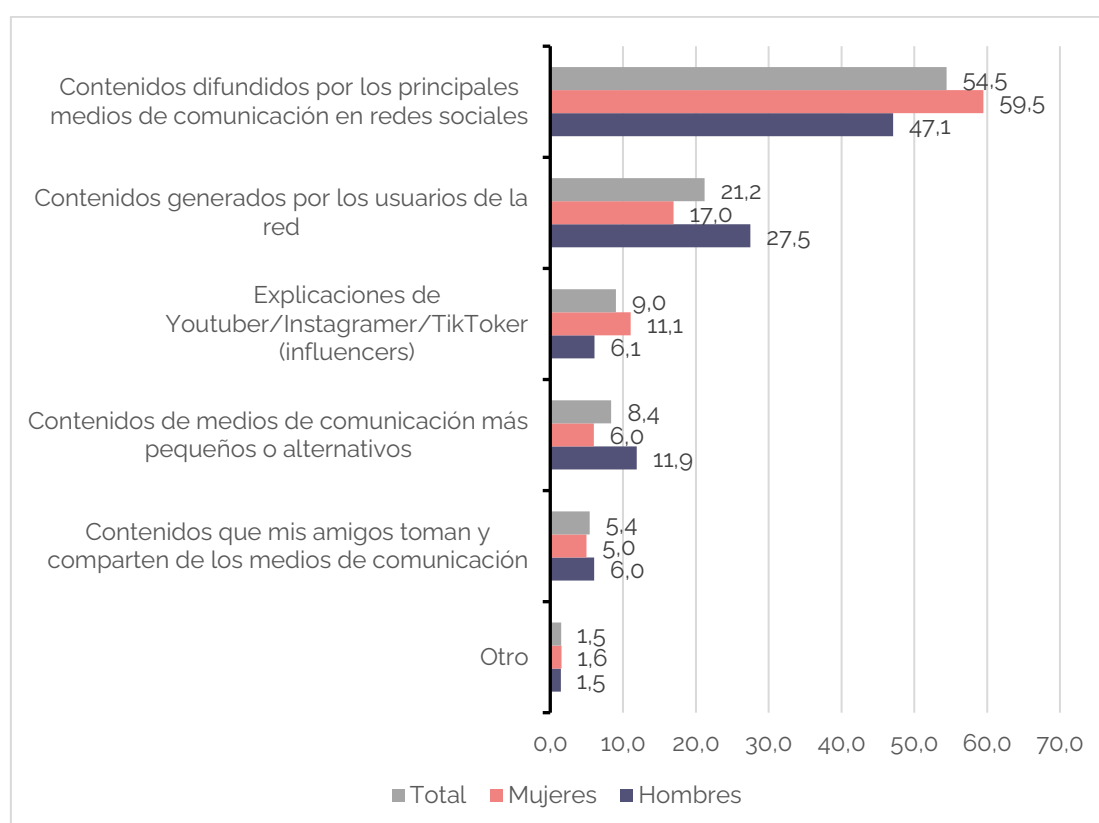
Imagen 30: Redes sociales más utilizadas para informarse. Porcentajes totales y por nivel de estudios.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Entre aquellas y aquellos usuarios que utilizan las redes sociales para informarse, más de la mitad consumen los contenidos que los medios de comunicación publican en sus redes sociales, en especial las chicas (59,5%), el porcentaje de los chicos es más modesto (47,7%). Sin embargo, los contenidos creados por los usuarios tienen más aceptación entre los hombres, diez puntos más que entre las chicas.

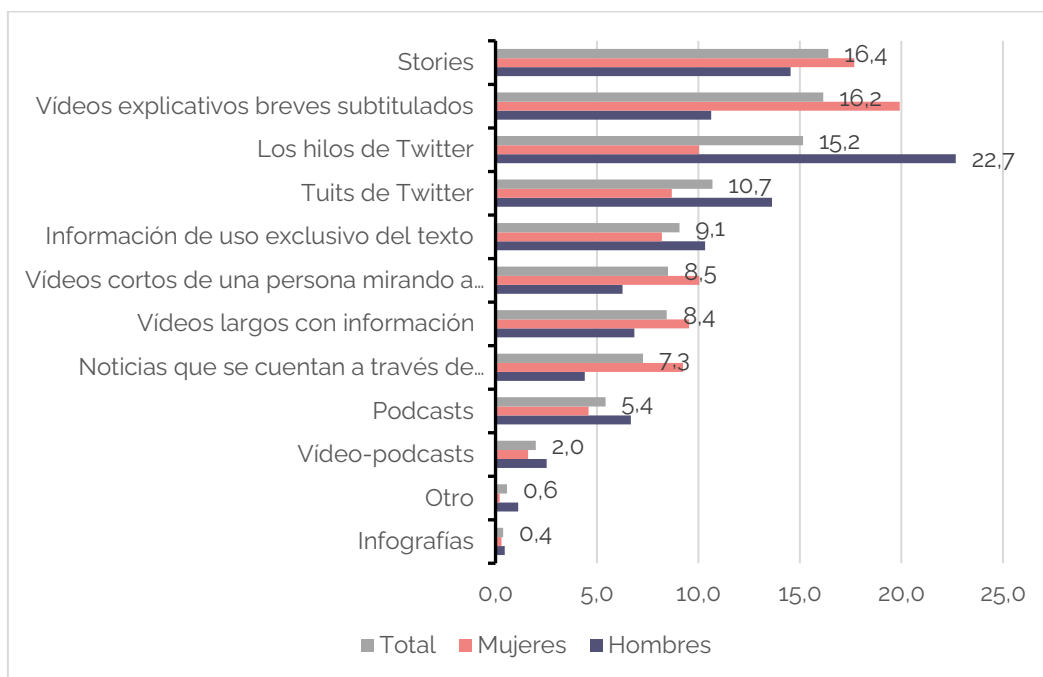
Imagen 31: Contenidos de las redes sociales preferidos para informarse. Porcentajes totales y por género.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Para finalizar este apartado dedicado a las redes sociales y, de manera más global, a la información, en la siguiente imagen se detallan los resultados sobre las preferencias en cuanto a los formatos. Los porcentajes se distribuyen de forma bastante homogénea entre los distintos formatos disponibles en las redes sociales. Sin embargo, el preferido por los hombres son los hilos de X (22,7%), con una diferencia de diez puntos con respecto a las chicas. Por contra, entre las preferencias de las chicas están los stories y los vídeos cortos subtítulados.

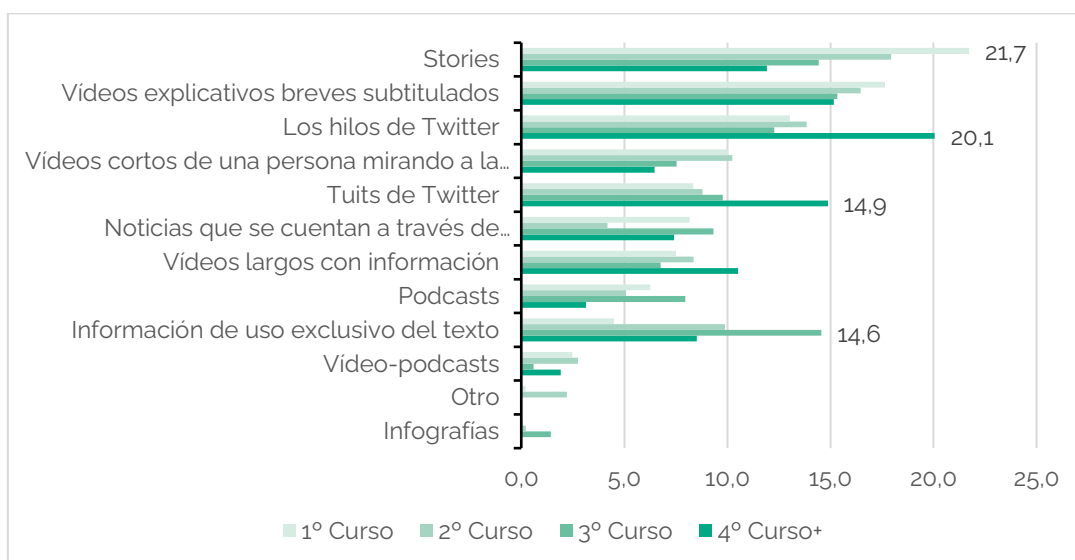
Imagen 32: Formatos de las redes sociales preferidos para informarse. Porcentajes totales y por género.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Los datos desglosados por nivel de estudios ponen de manifiesto que los hilos de X (20,1%) son la opción preferida por las y los alumnos de cuarto curso, a diferencia del resto del alumnado de otros niveles. Entre los alumnos de cuarto también destacan los tuits de X.

Imagen 33: Formatos de las redes sociales preferidos para informarse. Porcentajes totales y por nivel de estudios.

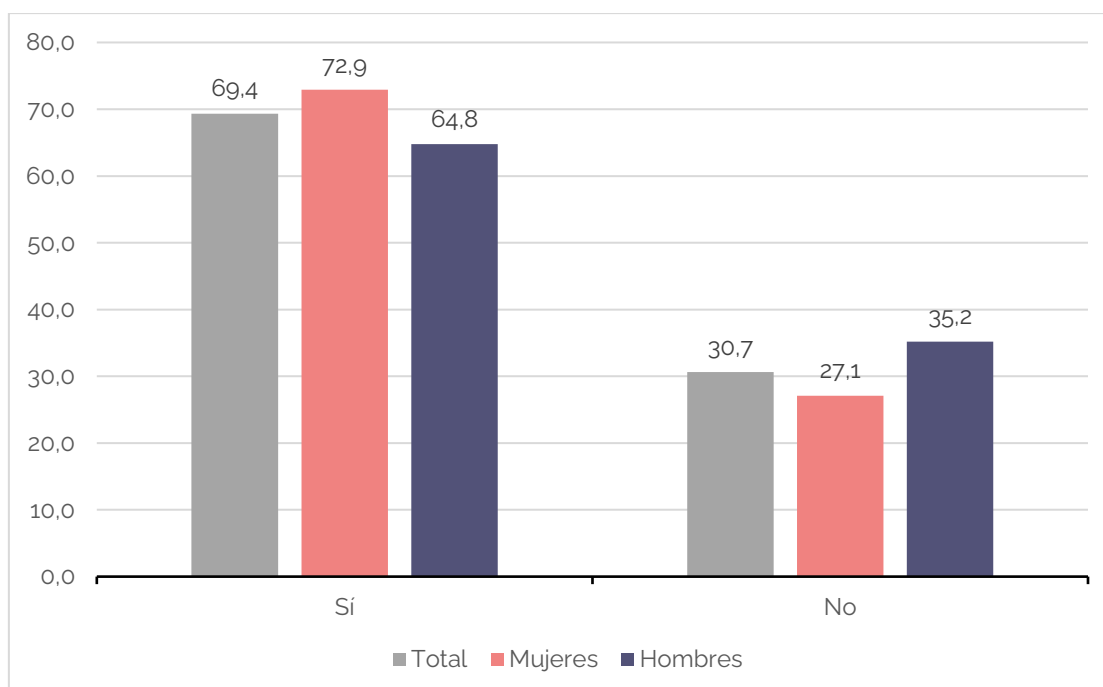


Fuente: Ikusiker, abril de 2025

TELEVISIÓN

Es innegable la importancia que tienen entre los jóvenes las redes sociales como fuente de información. Sin embargo, hemos querido conocer también si la televisión sigue jugando un papel relevante a la hora de mantenerse informados. El resultado de la encuesta es clarificador, prácticamente el 70% del alumnado declara utilizarla con ese objetivo, siendo el porcentaje más alto entre las chicas.

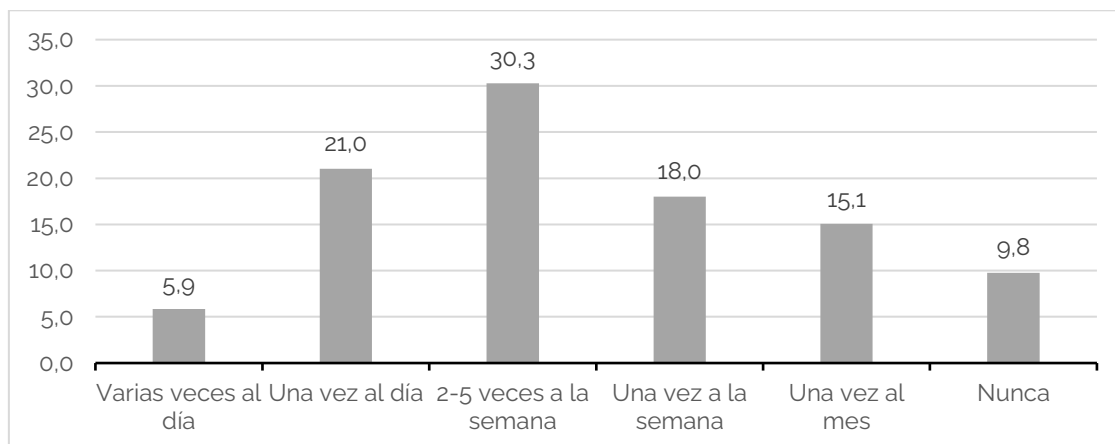
Imagen 34: Utilización de la televisión como fuente de información. Datos totales y por género.



Fuente: lkusiker, abril de 2025

Siguiendo con el análisis del consumo de televisión, se ha preguntado a las y los encuestados sobre la frecuencia de utilización del medio. Las respuestas no son muy diferentes en función del sexo, el nivel y el nivel ámbito de estudios. Las personas que ven televisión al menos una vez a la semana son el 75,2% y las que lo hacen al menos una vez al día el 26,9%. El 15,1% reconoce ver los informativos de televisión con frecuencias mensual.

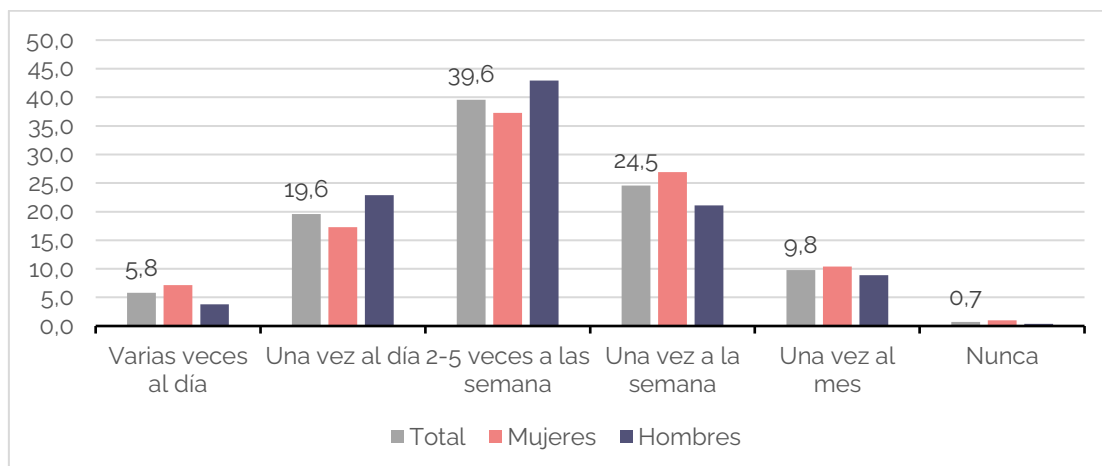
Imagen 35: Frecuencia de uso de la televisión en general. Porcentajes totales.



Fuente: Iksiker, abril de 2025

Entre los y las universitarias son similares los porcentajes de quienes consumen televisión en general y los que eligen los informativos en particular. Sin embargo, como se verá más adelante, los programas de actualidad no se encuentran entre sus contenidos preferidos, al contrario de lo que ocurre con el entretenimiento o la ficción.

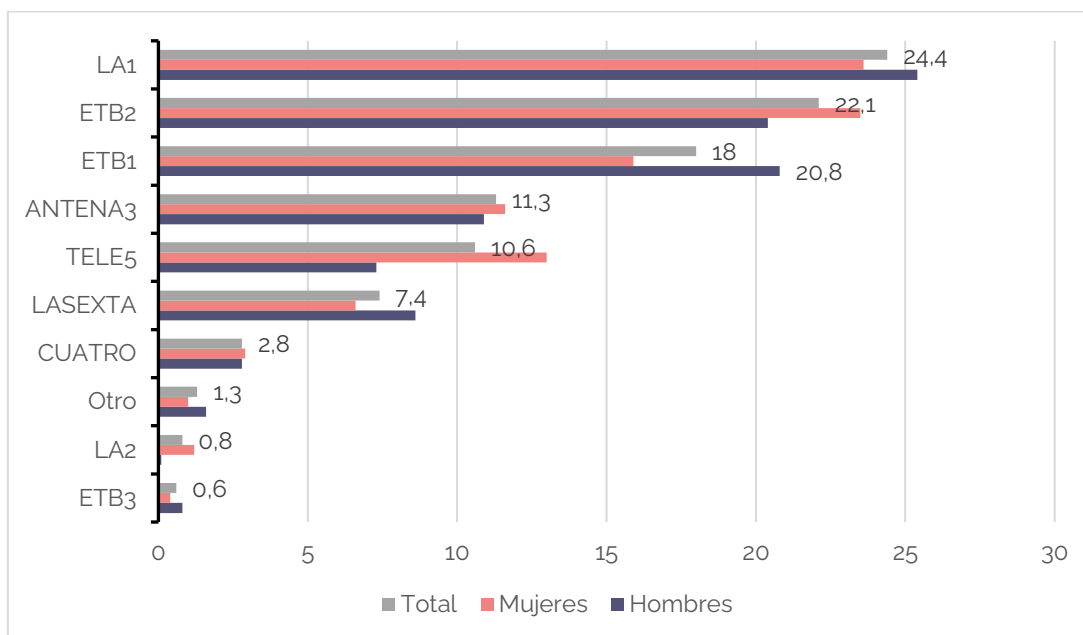
Imagen 36: Frecuencia de uso de la televisión para informarse. Porcentajes totales y por género.



Fuente: Iksiker, abril de 2025

Cuando se les ha pedido que expliciten cuál es su canal preferido para ver los informativos, tanto los hombres como las mujeres encuestadas, han elegido La1. ETB2 aparece en la segunda posición. Cabe destacar que entre los chicos es mayor el porcentaje de los que señalan el primer canal de ETB, por delante del de castellano.

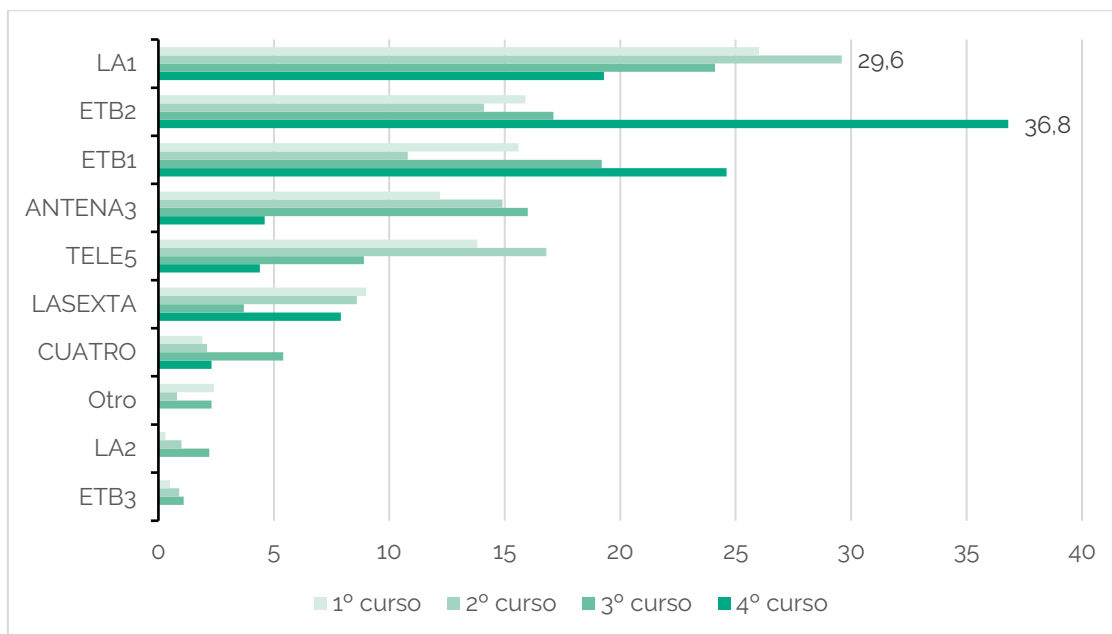
Imagen 37: Canal preferido para ver los informativos. Porcentajes totales y por género.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Si cruzamos los resultados con el nivel de estudios, entre el alumnado de 4 curso destaca el peso de ETB2 como fuente para los informativos. Para el resto de los niveles, el primer canal de RTVE es el más popular.

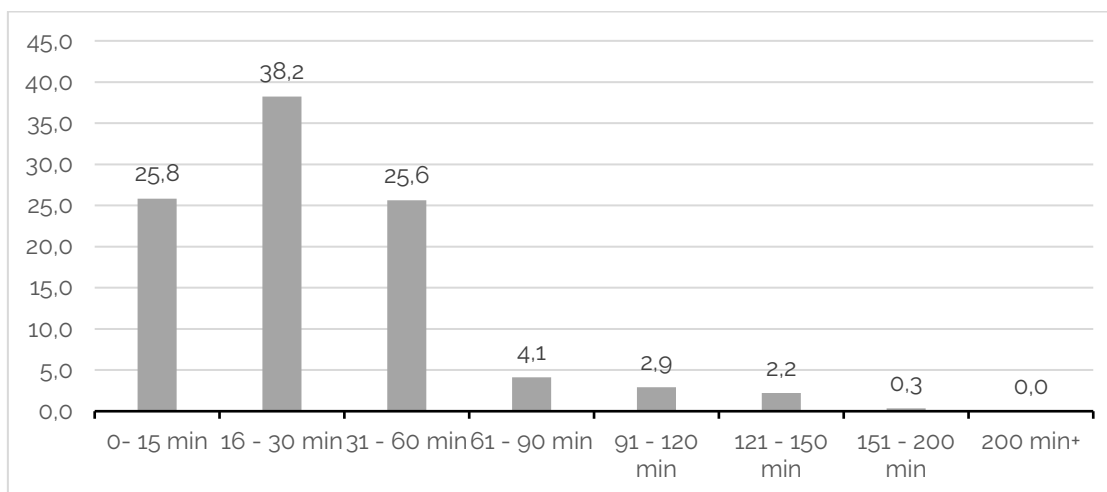
Imagen 38: Canal preferido para ver los informativos. Porcentajes por nivel de estudios.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

En la siguiente imagen se muestra el tiempo que los alumnos dedican a diario a ver los informativos. El 64% de las y los universitarios encuestados se sitúa entre 0-30 minutos al día.

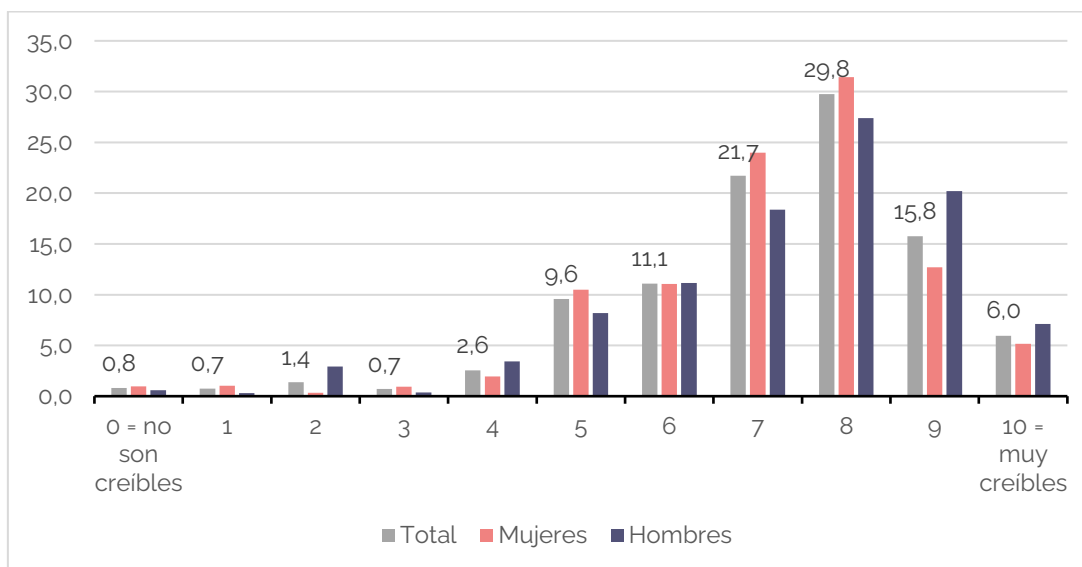
Imagen 39: Tiempo diario dedicado a ver los informativos de televisión. Porcentajes totales.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Por último, siguiendo con el análisis de los informativos de la televisión, cuando se ha preguntado a las y los panelistas por la credibilidad que le atribuyen a dichos programas de actualidad, la mitad le ha dado una nota de 7 u 8.

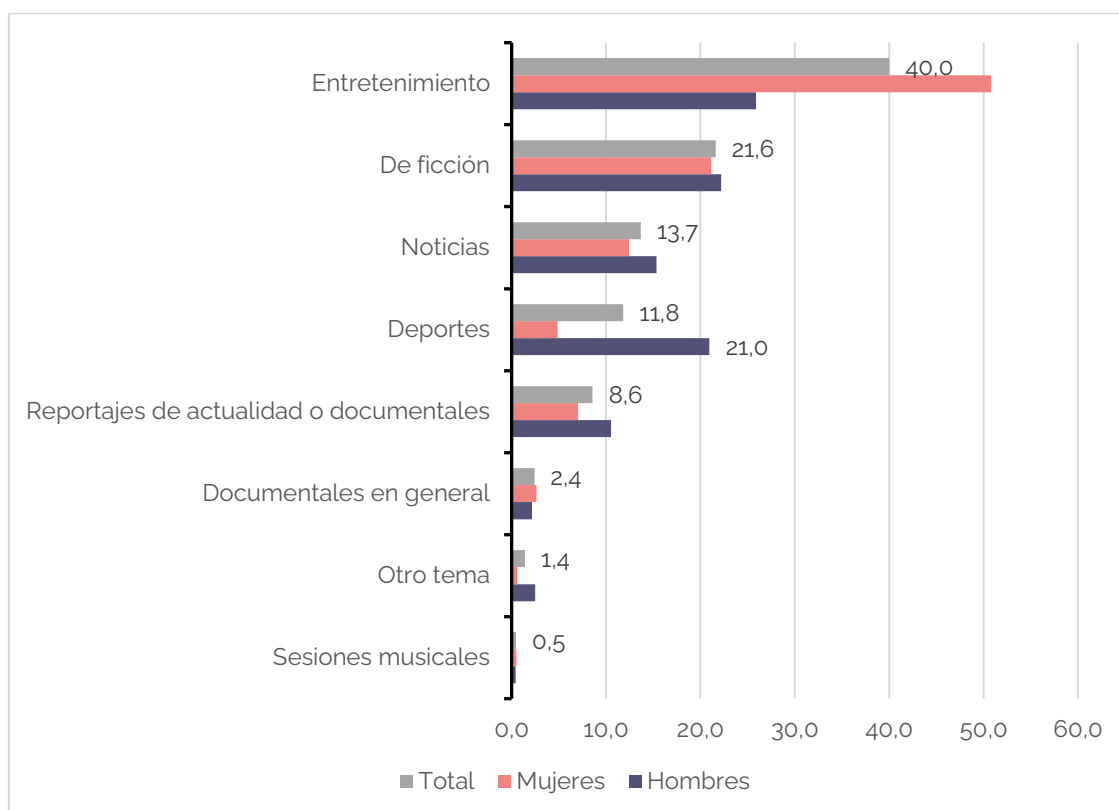
Imagen 40: Valoración de la credibilidad de los informativos de tu canal de televisión preferido. Porcentajes totales y por género.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

En general, al hablar de sus contenidos televisivos preferidos, destaca el entretenimiento. Es de señalar que se aprecian diferencias en función del género. Así, el 50,8% de las mujeres opta por contenidos de entretenimiento, mientras que esta categoría solo es apuntada por el 25,9% de los hombres. La diferencia por género es más que evidente en deportes: mientras el 21% de los hombres lo eligen, solo el 4,9% de las mujeres lo definen como su contenido televisivo destacado.

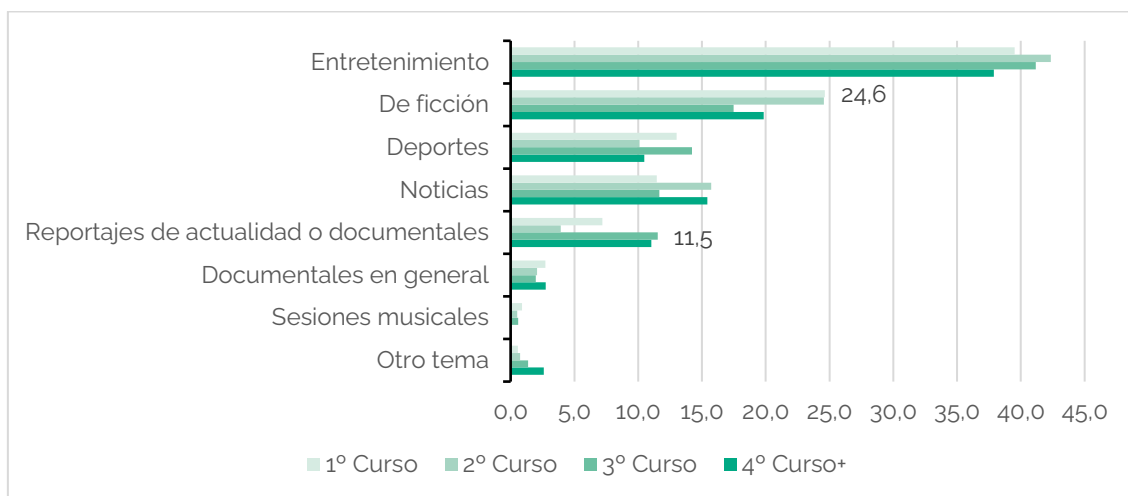
Imagen 41: Contenido televisivo preferido. Porcentajes totales y por género.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Si analizamos el tipo de contenido que priorizan en función del nivel de estudios en el que se encuentran, se mantiene el mismo ranking y no se aprecian diferencias significativas. Cabe destacar, sin embargo, que los reportajes de actualidad suscitan mayor interés entre los y las alumnas de tercero y cuarto curso y, por el contrario, los contenidos de ficción tienen más importancia entre el alumnado de primero y segundo cursos.

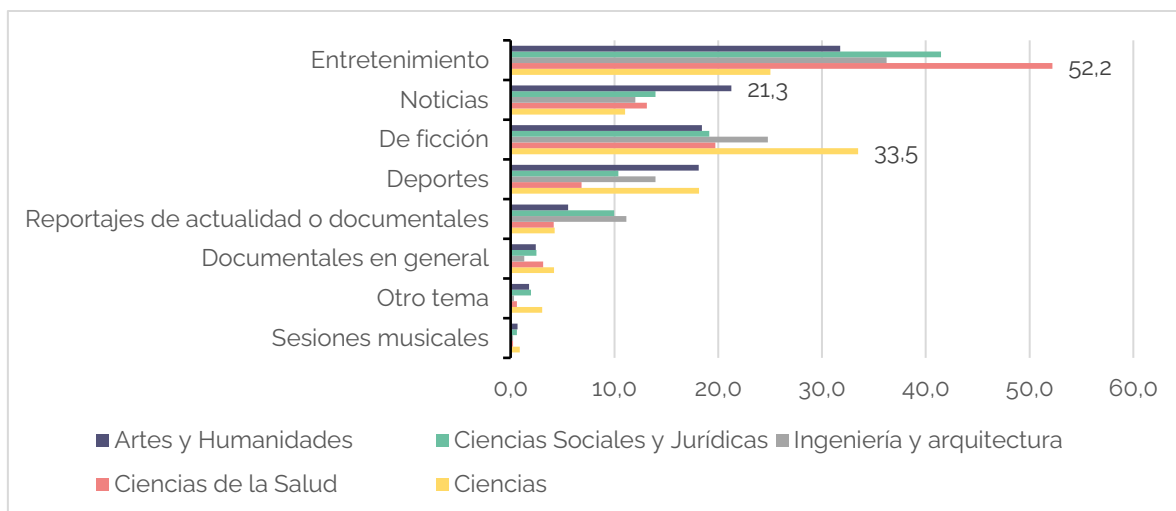
Imagen 42: Contenido televisivo preferido. Porcentajes totales y por nivel de estudios.



Fuente: Iklusiker, abril de 2025

Si hacemos el mismo análisis por ámbitos de estudio, se aprecian algunas diferencias, aunque todos muestran un ranking de prioridades similar (aparecen en los primeros puestos el entretenimiento, le sigue la ficción y después vienen los informativos y el deporte). Sin embargo, entre los que subrayan el entretenimiento es mayor el peso de los estudiantes de Ciencias de la Salud, y los mismo ocurre con la ficción entre los de Ciencias. Por último, cabe señalar que, aunque con poca diferencia, los estudiantes de Artes y Humanidades son los que más consumen los informativos.

Imagen 43: Contenido televisivo preferido. Porcentajes totales y por ámbito de estudios.

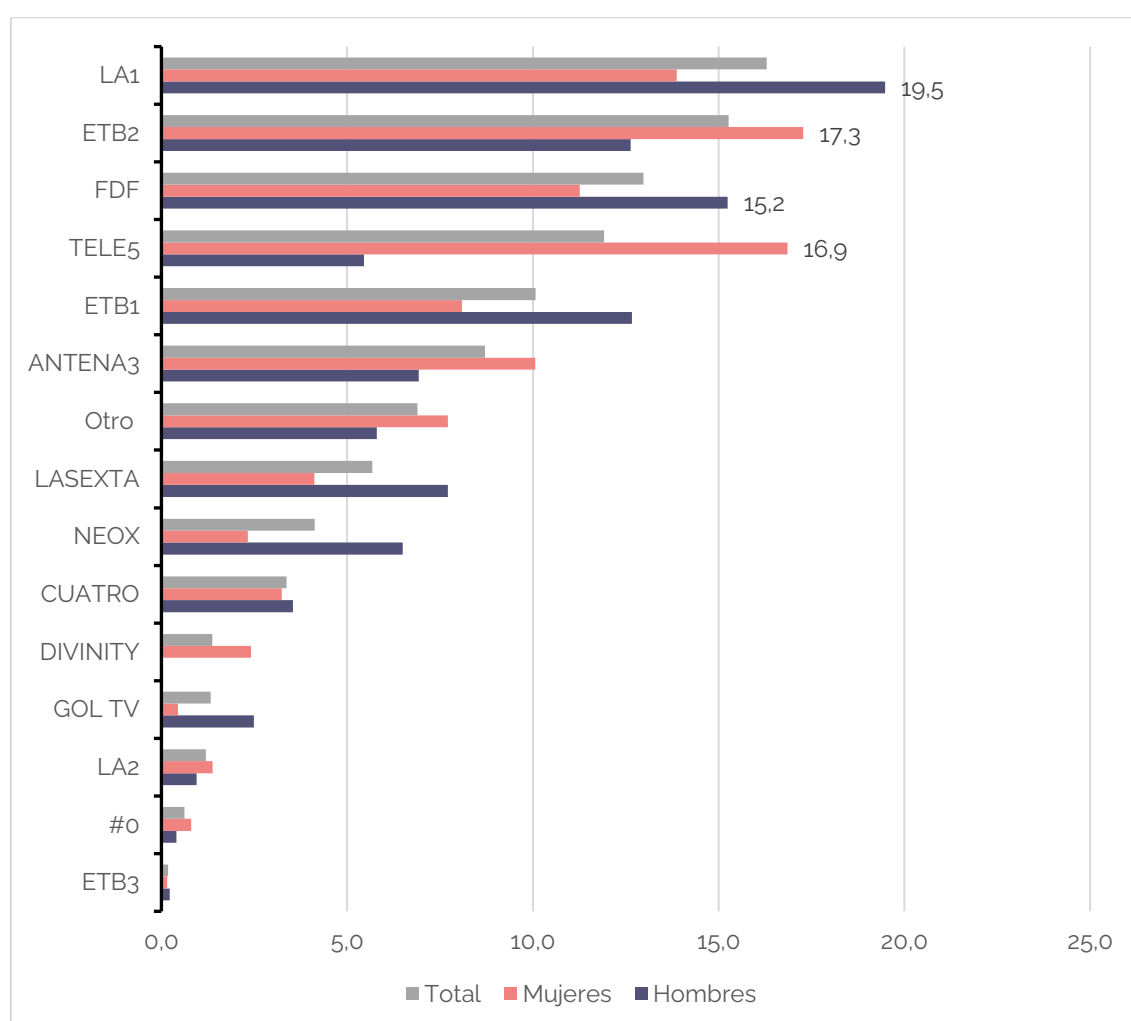


Fuente: Iklusiker, abril de 2025

Al hablar de los informativos de televisión, ya hemos señalado los canales que priorizan las y los jóvenes participantes en la investigación. Ahora, recuperaremos la perspectiva global, y detallaremos cuáles son los canales preferidos por estas y estos estudiantes universitarios.

En general, hay que destacar la amplia y variada tipología de canales que consumen los jóvenes. Así, se constata el peso que tienen La1, ETB2, FDF, Tele5 y ETB1 (entre el 16,3% y el 10,1%). Lejos quedan La2 (1,2%), #0 (0,6%) y ETB3 (0,2%). Si se estudia el consumo de los canales en función del género, es evidente que hay diferencias: los hombres prefieren La1 y FDF, mientras que las mujeres se decantan más por ETB2 y Tele5.

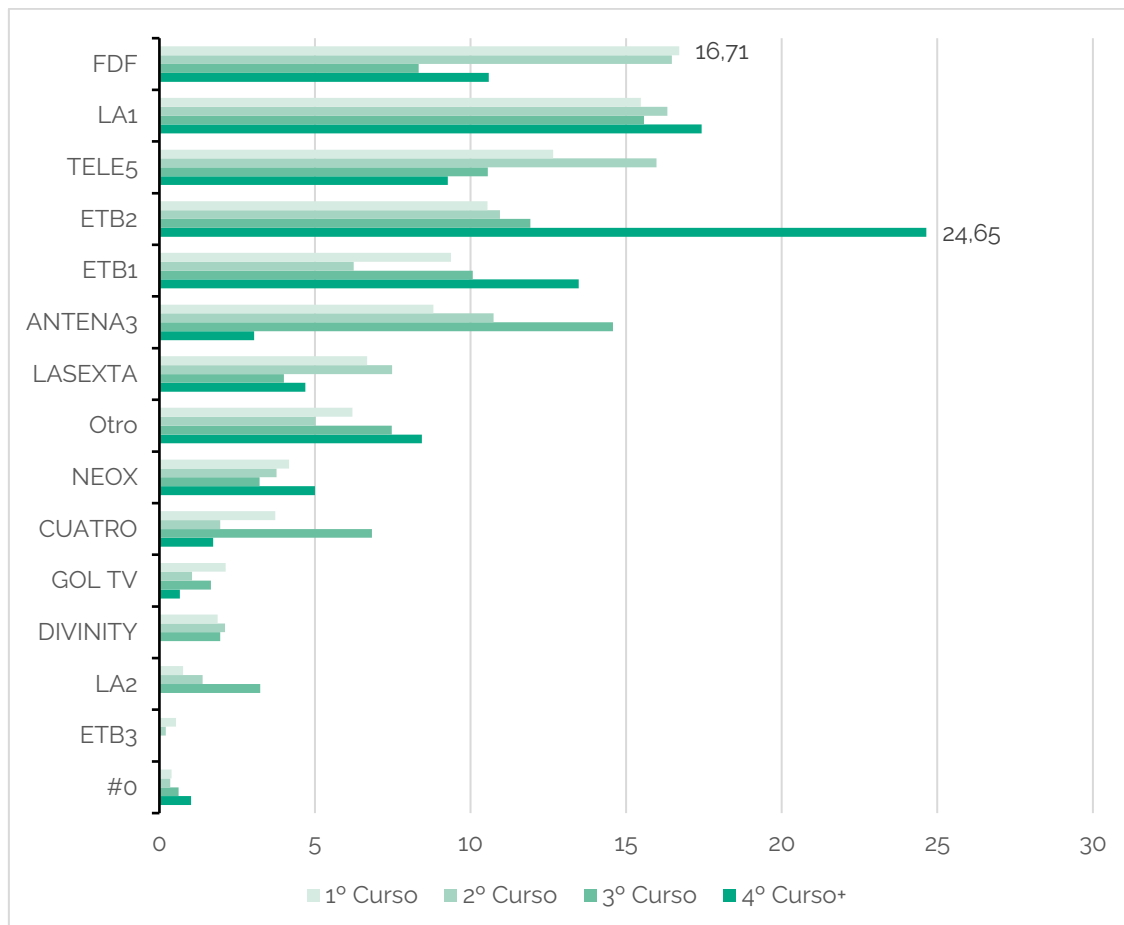
Imagen 44: Canales de televisión preferidos por el alumnado. Porcentajes totales y por género.



Fuente: lkusiker, abril de 2025

El análisis de las preferencias según el nivel de estudios evidencia que los alumnos de primero y segundo prefieren FDF, y los de cuarto curso ETB2.

Imagen 45: Canales de televisión preferidos por el alumnado. Porcentajes totales y por nivel de estudios.

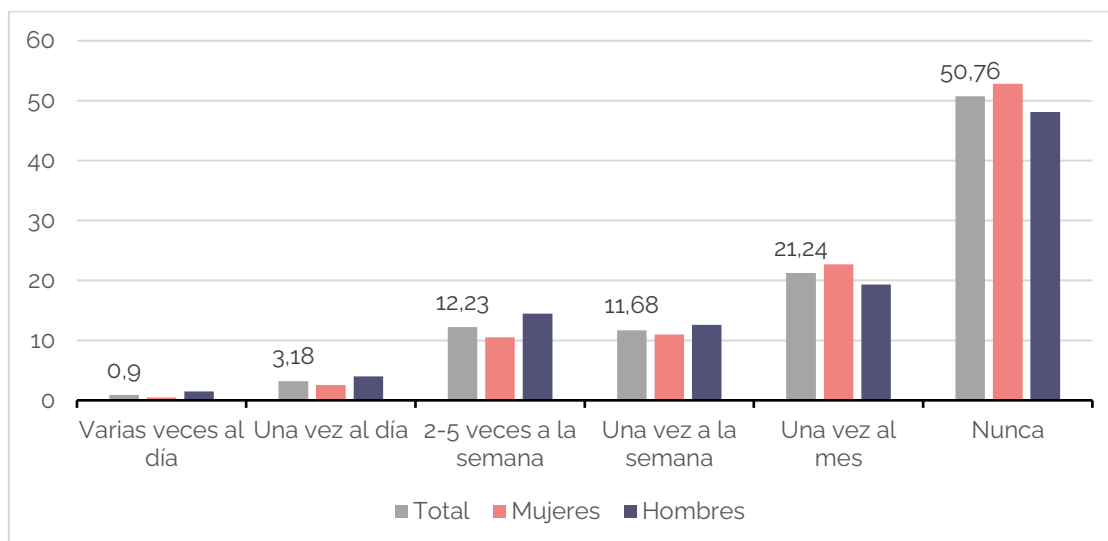


Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Si hasta ahora hemos desglosado el consumo global de la televisión, en los siguientes gráficos se hará referencia específicamente al consumo en euskera.

En primer lugar, cabe destacar que el 72% de las personas encuestadas no tiene por costumbre ver contenido en euskera. Tampoco se aprecian grandes diferencias según el género. Sin embargo, hay que decir que al menos un tercio de los jóvenes ve algún contenido de televisión en euskera, como mínimo, una vez por semana.

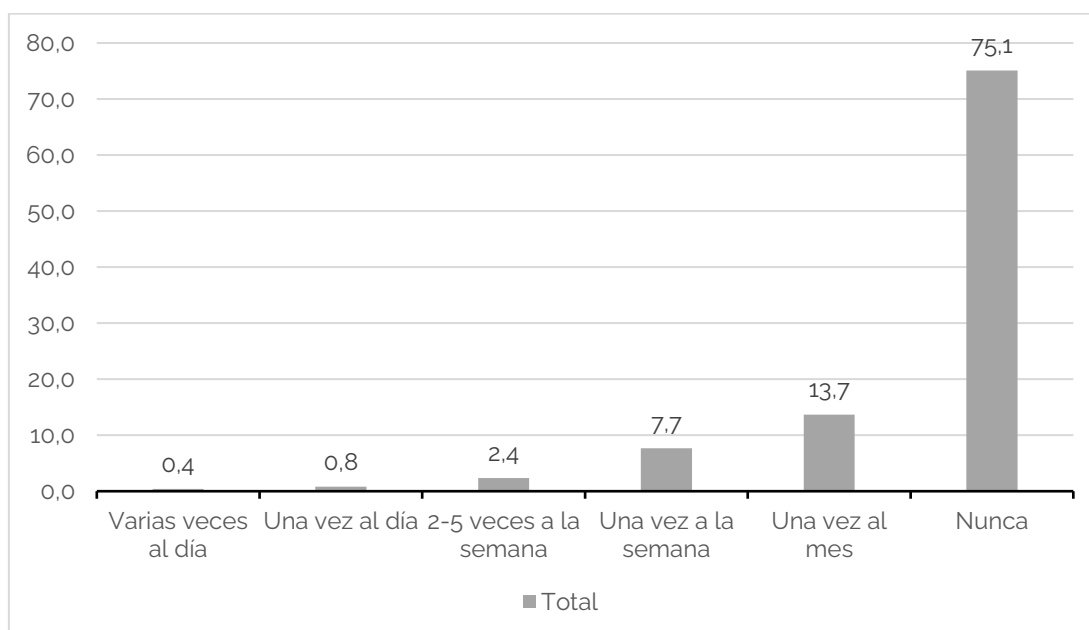
Imagen 46: Frecuencia de consumo de contenido televisivo en euskera. Porcentajes totales y por género.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

En adelante, analizaremos el peso que tienen los canales de televisión local, esto es aquellos de ámbito de emisión más limitado. Los datos, indican la baja penetración de los canales locales, tres de cada cuatro estudiantes no los ven nunca.

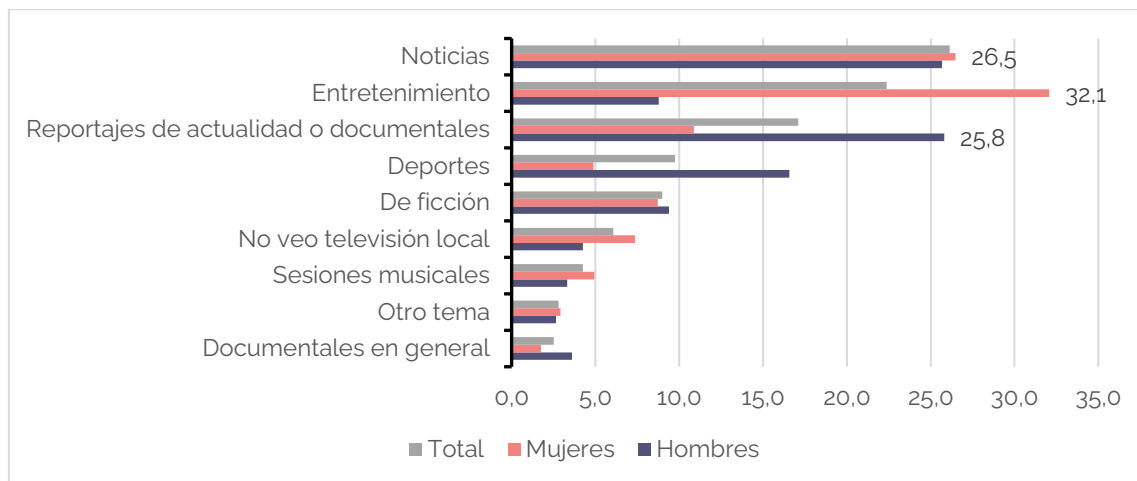
Imagen 47: Frecuencia de visionado de canales de televisión local. Porcentajes totales.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

Entre las mujeres que ven televisión local, el contenido preferido es el entretenimiento con un 32%. En el caso de los hombres, los contenidos más populares son los reportajes o documentales de actualidad, junto con los informativos.

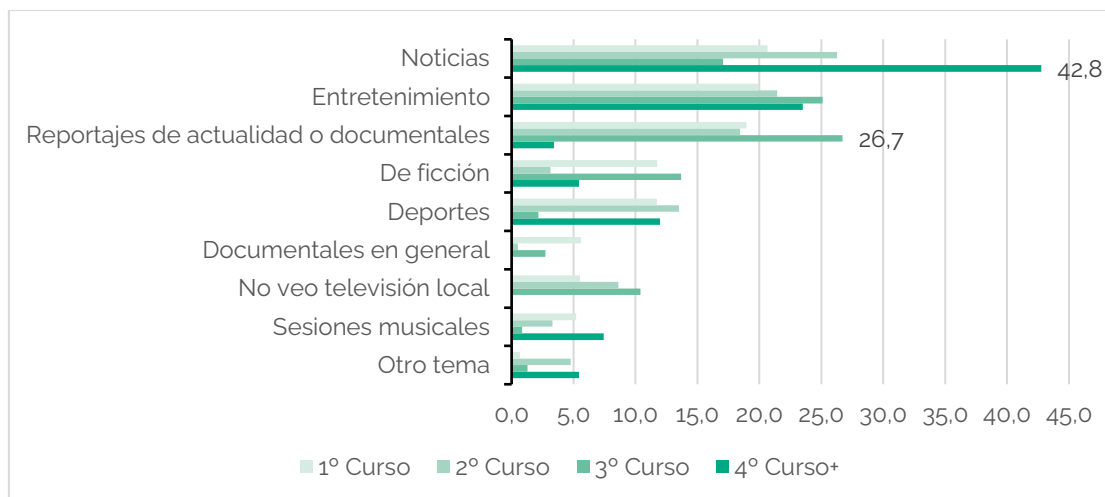
Imagen 48: Contenidos preferidos de la televisión local. Porcentajes totales y por género.



Fuente: Iksiker, abril de 2025

Existen algunas diferencias en las pautas de consumo según el nivel de estudios. Así, entre el alumnado de cuarto curso, las noticias son su contenido preferido, con bastante diferencia en relación con cursos inferiores. Entre el alumnado de tercero, destacan los reportajes de actualidad y los documentales.

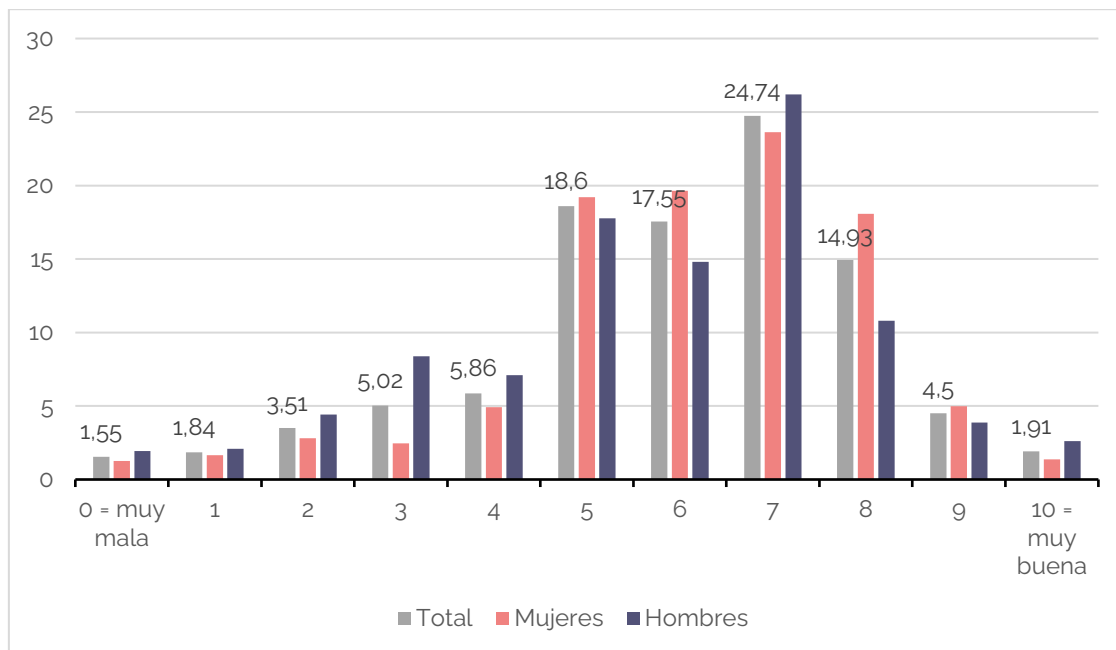
Imagen 49: Contenidos preferidos de la televisión local. Porcentajes totales y por nivel de estudios.



Fuente: Iksiker, abril de 2025

Para terminar con la encuesta, les hemos pedido a sus participantes que hagan una valoración global de la televisión. Como se puede apreciar en el gráfico de debajo, un cuarto del alumnado universitario da una nota de 7 a este medio. Entre las mujeres la segunda nota más utilizada es la de 6, mientras que entre los hombres es de 5.

Imagen 50: Nota global atribuida a la televisión. Porcentajes totales y por género.



Fuente: Ikusiker, abril de 2025

EN RESUMEN

ULTIMOS CONSUMOS AUDIOVISUALES

- Cuando se pregunta por el último consumo audiovisual realizado en Internet, YouTube es la red social más citada por los chicos (44,2%) e Instagram es la prevalente entre las chicas (29,8%). Analizando estos datos según el nivel de estudios, se aprecia que YouTube tiene más peso en los cursos superiores.
- En lo que se refiere a la televisión, casi un 20% del alumnado participante en la encuesta opta por La1 y es donde ha realizado su último consumo audiovisual. El porcentaje de mujeres que señalan ETB2 como el canal en el que han vistos su último contenido es 6 puntos superior al de los hombres (16,4% y 10,3%). La presencia del alumnado de cuarto curso en la categoría ETB2 es muy alta con respecto al porcentaje del resto de niveles (20,9% en cuarto curso y 10% en el resto).

INFORMACIÓN

- Casi la mitad del estudiantado universitario manifiesta "bastante interés" por la información. Los y las que demuestran un nivel bajo o insignificante no alcanzan al 8%. El interés para con la información es más alto entre el alumnado de cursos superiores. Si fijamos la atención entre aquellos y aquellas que declaran interés por la información, la presencia del alumnado de Ciencias de la Salud es mayor (% 60,7).
- Más de la mitad utiliza las redes sociales para estar al día de la actualidad, un cuarto elige la televisión tradicional y la categoría "Internet" no llega al 10%.
- Más de la mitad de los y las encuestadas prefiere ver las noticias, las chicas más que los chicos (60,8% y 49,2% respectivamente) frente a otros lenguajes como el escrito o el sonoro. A medida que avanzan en el nivel de estudios, baja el porcentaje de estudiantes que optan por la información en lenguaje visual, pero ocurre lo contrario en el caso de la lectura.
- El 70% del alumnado muestra querencia por la información local. Aquí también, el interés aumenta según las y los alumnos alcanzan cursos más altos. Los y las alumnas de Ciencias Sociales y Jurídicas y de Artes y

Humanidades son los que muestran unas cotas más altas de interés por la información de proximidad.

- Tres de cada cuatro alumnos "rara vez" o "nunca" ha evitado la información y al estudiar el dato por nivel de estudios, se observa que en general el alumnado de cuarto es más esquivo para con la información. El exceso de información recibida es la principal razón para desecharla según comenta el 21,5% del alumnado. Los siguientes dos motivos más citados son el malestar que sienten después de ver los informativos y la falta de fiabilidad, siendo más las mujeres en el primer caso y los hombres en el segundo. El alumnado de cuarto curso es el que más evita la información. En general, casi la mitad del alumnado (47,7%) coincide con la frase "Tienen credibilidad las noticias que veo en las redes sociales".
- Cuando se les ha preguntado a las y los universitarios en qué medida les gusta seguir la información de proximidad (pueblo, barrio, comarca, ciudad...), han respondido favorablemente algo más de 4 de cada diez.
- El 91,9% de los estudiantes considera que las redes sociales tienen una gran influencia en las opiniones y comportamientos de la gente. De hecho, el impacto atribuido a las redes sociales se refleja también en que el 58,6% de los estudiantes está de acuerdo con la frase "En cierta medida, los resultados de las elecciones se deciden en las redes sociales".
- Las chicas utilizan en mayor medida Instagram para informarse y los chicos optan más por X. El análisis de los datos por nivel de estudios muestra una gran caída de TikTok a medida que pasan de curso y lo contrario ocurre con X. Cuando se ha querido conocer el uso que hacen de los medios informativos, se ha podido comprobar que más de la mitad de las y los estudiantes utilizan las redes sociales para acceder a los contenidos que los principales medios de comunicación comparten a través de dichas redes.
- El formato preferido por los hombres para informarse son los hilos de X (22,7%), con una diferencia de diez puntos con respecto a las chicas. Entre las preferencias de las chicas, por el contrario, destacan los stories y los vídeos cortos con subtítulos.

TELEVISIÓN

- Casi el 70% del alumnado utiliza la televisión como fuente de información. Cuando se les ha pedido que detallen el canal preferido para ver los programas informativos, La1 ha sido el más elegido (24,4%). En segundo lugar se sitúa ETB2, con un 22,4%. El alumnado de 4º de curso es muy proclive a consumir las noticias en ETB2.
- La mitad de las personas participantes en la encuesta otorgan a los informativos televisivos que ven una credibilidad entre 7 y 8 puntos sobre diez.
- En todo caso, los y las jóvenes prefieren contenidos de entretenimiento y ficción a aquellos de carácter informativo. El 50,8% de las mujeres encuestadas optan por el contenido de entretenimiento, frente al 25,9% de los hombres.
- Atendiendo al consumo global de la televisión, se puede decir que las y los estudiantes consumen principalmente La1, ETB2, FDF, Tele5 y ETB1 (con porcentajes situados entre el 16,3% y el 10,1%). Sin embargo, los hombres ven más La1 y FDF, mientras que las mujeres prefieren Tele5 y ETB2. Analizando el consumo de los canales según el nivel de estudios, es evidente que el alumnado de primero y segundo optan mayormente por FDF, y los de cuarto curso por ETB2.
- El 72% de los jóvenes no consume habitualmente contenidos televisivos en euskera. Eso sí, al menos un tercio de los universitarios ve algún contenido de televisión en euskera una vez a la semana.
- Tres de cada cuatro alumnos nunca consume televisión local.
- En general, la valoración que hacen de la televisión es alta, un cuarto de los alumnos y alumnas da una nota de 7 a la televisión.