

El 73% de los menores españoles eligen YouTube para consumir contenido en streaming

[Multimedia](#)

YouTube sigue siendo la plataforma favorita de los más jóvenes de la casa tanto a nivel global como en España, donde se registra un tiempo de uso diario de 44 minutos, según el estudio anual elaborado por la plataforma Qustodio. En segundo lugar, se mantiene Netflix (41min/día), seguida por Amazon Prime Vídeo (40 min/día), Disney + (39min/día) y Movistar+ (29 min/día)

Las plataformas de *streaming*, como Youtube, Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ y Movistar +, están revolucionando la manera en la que los menores consumen contenido audiovisual y marcando una nueva era en la industria del entretenimiento. Los jóvenes de esta generación ya no son meros espectadores que reciben pasivamente los contenidos: han evolucionado hasta convertirse en activos *streamers* que deciden qué ver, en qué momento y a través de qué plataforma.

Las plataformas de *streaming* crecen en todo el mundo

Los datos extraídos del estudio '[De Alpha a Zeta, educando a las generaciones digitales](#)', realizado por Qustodio, revelan que en 2022 los menores de todo el mundo estuvieron una media de 45 minutos diarios conectados a las plataformas de vídeo en línea; un 18,4% más que el año anterior. En España, los más jóvenes siguieron esta misma tendencia -aunque de forma algo más contenida- pasando de 28 a 30 minutos al día.

Sin duda, YouTube continúa reinando entre las preferencias de los menores de la casa a escala global (63%), pero de forma especialmente significativa en España, donde alcanza la máxima popularidad entre el 73% de los jóvenes y registra un tiempo de uso diario de 44 minutos.

Justo a continuación se sitúa Netflix, que en 2022 se ha mantenido en segunda posición entre las preferencias del público *teen*, y en tiempo de uso en España, con 41 min/día.

Aunque ocupa la tercera posición (22%), Amazon Prime Video ha sido la que más ha acrecentado su notoriedad en 2022 en España. Los menores españoles ya pasan un promedio de 40 minutos en la plataforma del gigante del comercio electrónico, y eligen sus contenidos por delante de los de Disney+ (39 min/día) y Movistar+ (29 min/día).

Por último, desde el espectacular ascenso que experimentó en 2020 -

alcanzando los 35 min/día- el interés por Twitch ha ido paulatinamente descendiendo: con 20 min/día en 2021 y 18 min/día en 2022.

Para Eduardo Cruz, CEO y co-fundador de Qustodio, "el boom de las plataformas de streaming, con YouTube a la cabeza, está transformado el entretenimiento audiovisual de los menores. La combinación de flexibilidad y contenido original ha conquistado a esta generación, pero, a medida que esta tendencia continúa su expansión, es esencial que los jóvenes encuentren un equilibrio saludable entre su consumo de contenido digital y su bienestar mental, su rendimiento académico y sus relaciones sociales y familiares".
