



Universidad Luterana Salvadoreña
Facultad de Ciencias del Hombre y la Naturaleza
Introducción a la Informática

Resultados de Investigación

Uso de las TIC que hacen estudiantes de la Universidad Luterana Salvadoreña y su relación con los medios de comunicación tradicional (mayo - junio del 2018)

Coordinadores de la investigación:

Carlos Molina Medrano
Pedro Sánchez Noble
Karla Lissbeth Mendoza
Douglas Armando Sandoval

Objetivo General:

- Conocer si los estudiantes de la ULS que hacen un uso intensivo de las TIC, se desvinculan de los medios de comunicación tradicional.

Objetivos Específicos:

- Conocer si el uso de los sistemas de audio y vídeo por Internet, les desvincula de la radio y la televisión tradicional y en qué forma.
- Conocer si el uso de sistemas de vídeo en vivo por Internet, les desvincula de la televisión tradicional y en qué forma.
- Conocer si el uso intensivo de las redes sociales, les desvincula de la prensa escrita tradicional y en qué forma.

FICHA TÉCNICA

Grupo Objetivo: Estudiantes activos de la ULS pertenecientes a las 8 carreras que brinda la institución.

Técnica empleada: Encuesta impresa realizada en los lugares de mayor afluencia de los estudiantes. Realizada los días miércoles, sábados y domingos durante dos semanas.

Muestra: Constituida por 468 estudiantes de todas las carreras que ofrece la ULS.

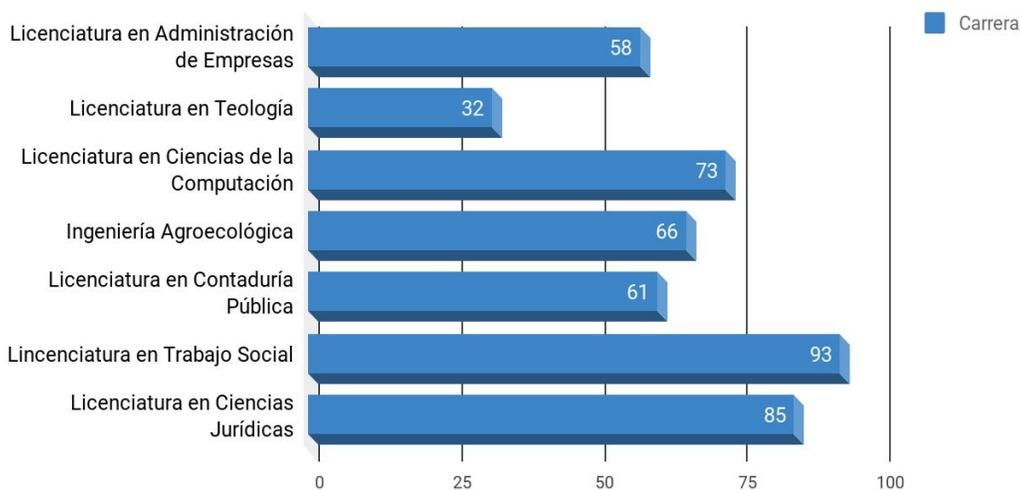
Margen de error: 5%+/- con 95% de confianza.

Fecha de realización: Del 16 al 27 de mayo de 2018.

RESULTADOS

1. INFORMACIÓN SOBRE LA MUESTRA

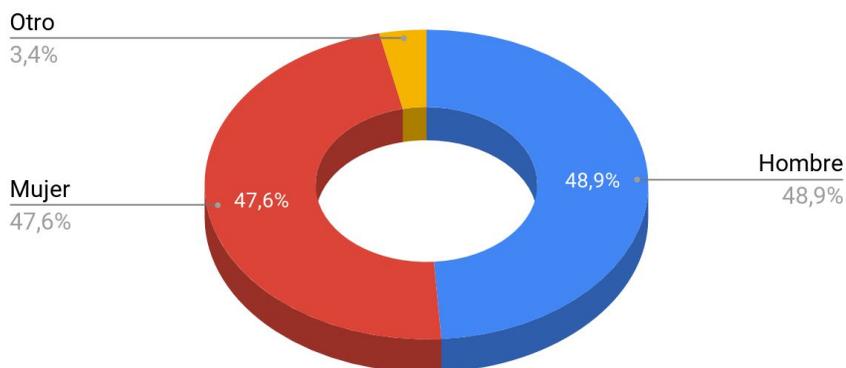
Estudiantes que conformaron la muestra



La muestra se constituyó por 468 estudiantes, según se observa en el gráfico anterior.

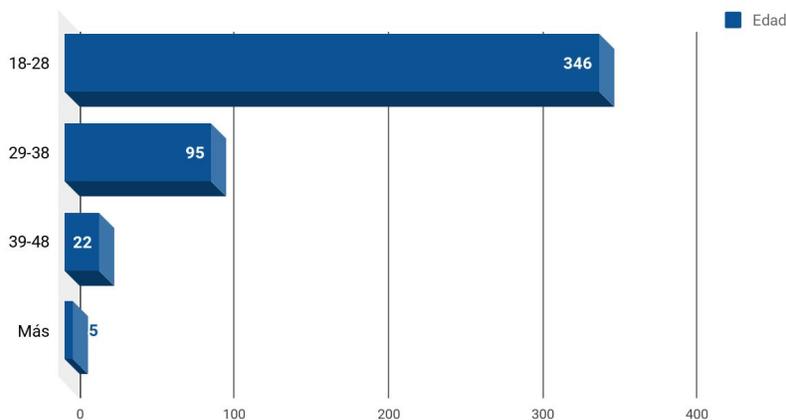
En cuanto al género, a continuación se observa el detalle de los géneros a los que pertenecen los 468 estudiantes encuestados. Se puede hacer notar que un porcentaje de 3,4% dice tener otro género. La ULS se caracteriza por ser una institución que promueve la diversidad de género.

Género de los encuestados



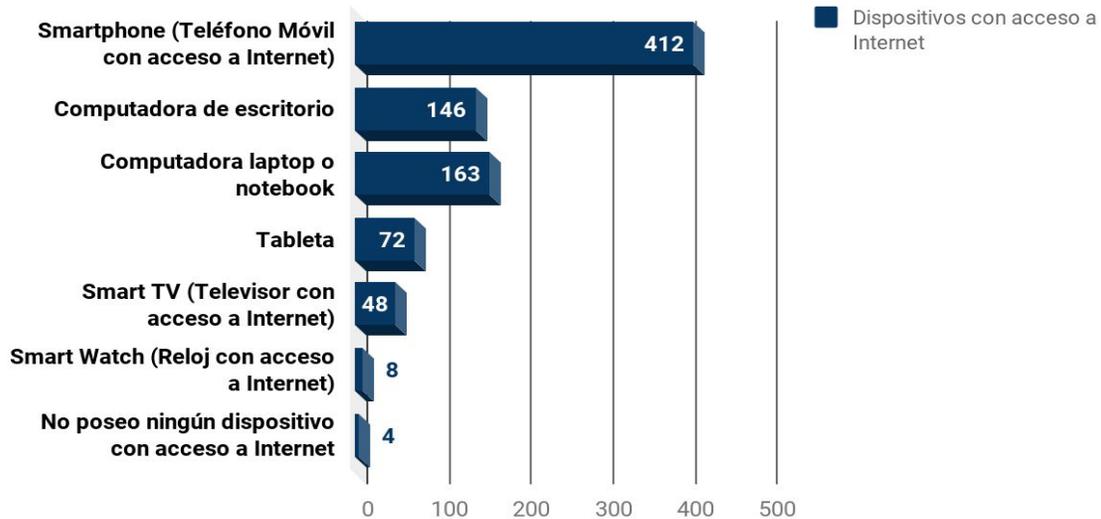
Mayoritariamente los estudiantes se ubican en rangos de edad que van de los 18 a los 28 años, que representa el 74% de estudiantes. El segundo rango con mayor cantidad de estudiantes es el de 29 a 38 años, representando el 20.3%, reflejando que la ULS cuenta con una gran mayoría de estudiantes jóvenes, pertenecientes a la generación posmilenio. Aún conserva una cantidad relativamente grande de estudiantes millennials.

Edad de los encuestados



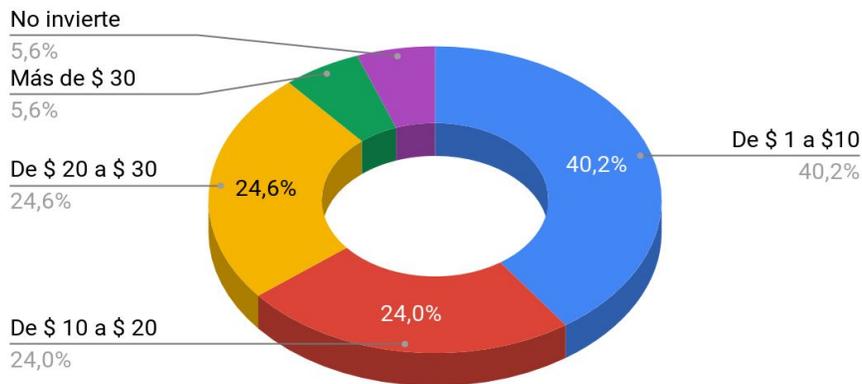
2. ACCESO A LA DISPOSITIVOS Y A INTERNET

Dispositivos con acceso a Internet con los que cuenta



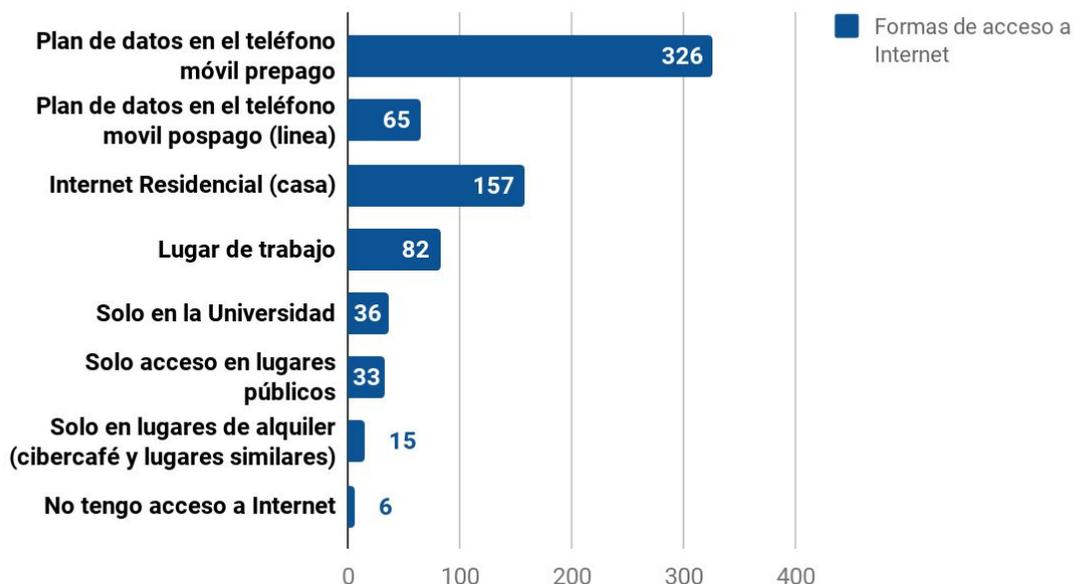
Siendo un grupo de estudiantes mayoritariamente postmilenial y millennial, las TIC son una de sus herramientas de mayor interés. De esa forma, el 88% cuenta con un teléfono inteligente, la segunda herramienta de mayor uso son las computadoras portátiles y de escritorio. Escasamente el 0.8% no cuenta con dispositivos con acceso a Internet.

Inversión mensual en Internet



Con acceso a Internet, más del 40% invierte hasta \$10 en internet durante el mes, mientras que el grupo que su inversión oscila entre \$ 10 y \$ 30 asciende al 48,6%. Más de la mitad de los encuestados destinan más de \$10 mensuales para utilizar Internet. Una breve porción de estudiantes que representa el 5,6%, no invierte en Internet.

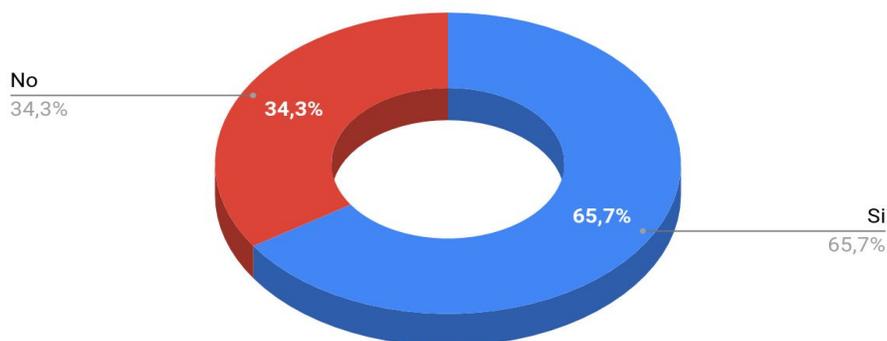
Forma de acceso a Internet que posee



La forma de acceso a Internet que poseen los estudiantes es mayoritariamente plan de datos prepago. El 70% tiene esa forma de acceso a la red de redes. La segunda forma de acceso es Internet en los hogares con el 34%. La tercera forma de acceso es en el trabajo, representando el 18%. El 13% posee plan de datos postpago. Solo el 1,28% de los estudiantes no tiene ningún acceso a Internet.

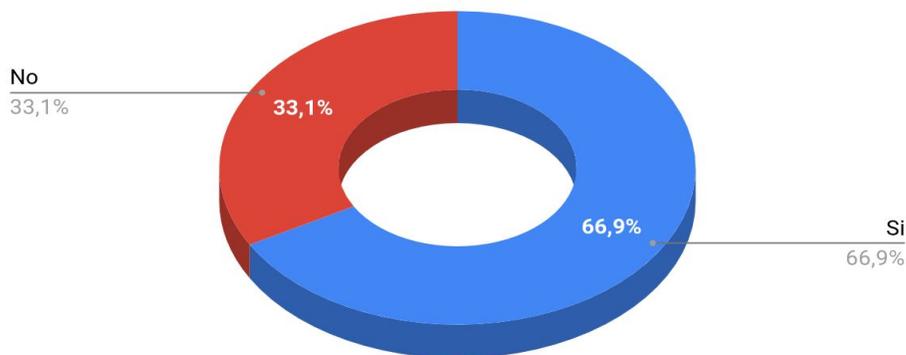
3. ACCESO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONAL

Servicio de televisión por cable



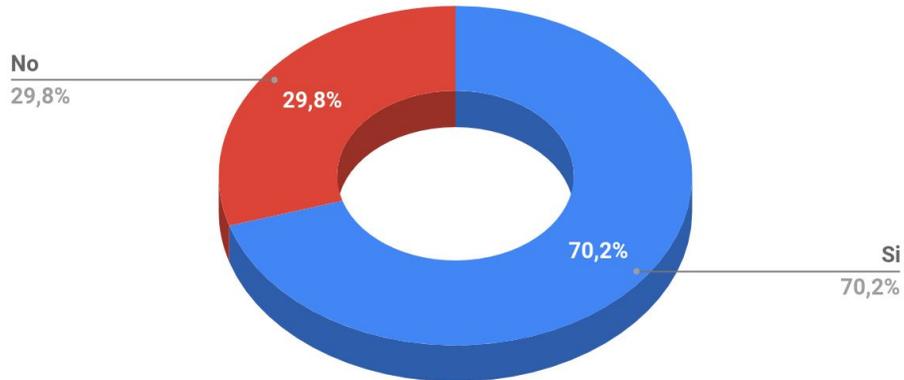
Más del 65% de estudiantes poseen acceso a televisión por cable y el 35% no dice tener acceso a este tipo de televisión.

Servicio de televisión por señal abierta



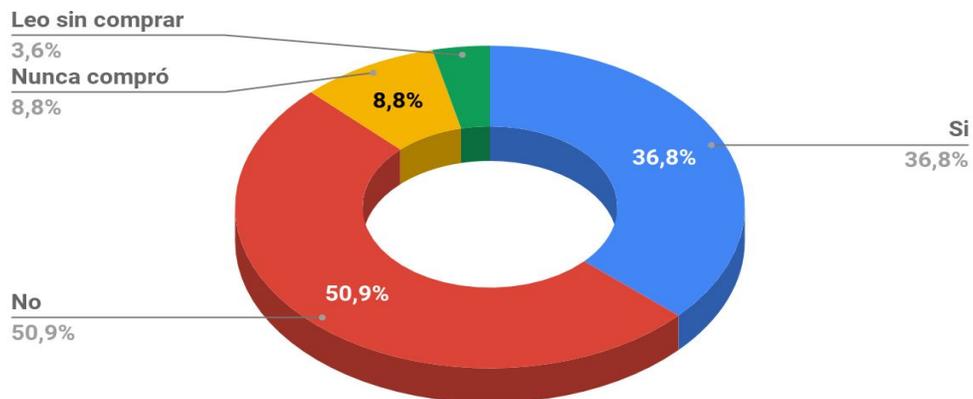
En cuanto a señal abierta, el porcentaje varía relativamente poco respecto al de la televisión por cable. Los que poseen este tipo de servicio de televisión sube casi un 2% respecto al del cable, y el que no lo tiene, desciende el mismo porcentaje.

Cuenta con sistema de audio con acceso a radio análoga



En cuanto a la radio análoga, 7 de cada 10 estudiantes cuenta con aparatos para sintonizar ese tipo de radio.

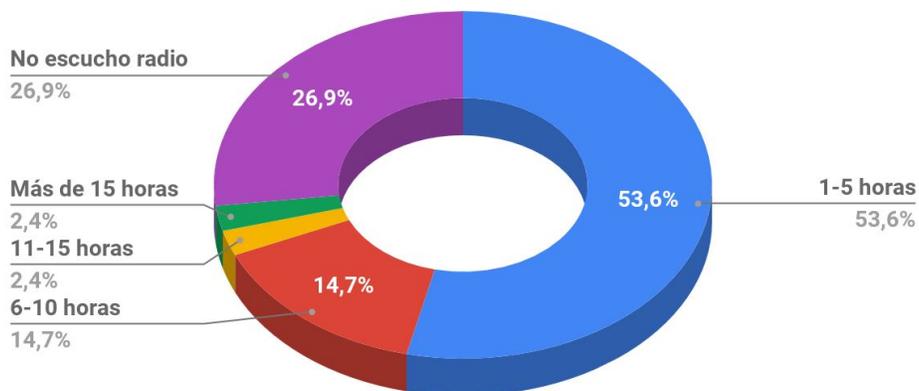
Compra diarios o periódicos



El cambio más significativo se advierte en la adquisición de diarios y periódicos, cerca del 60% de los estudiantes ya no compra los diarios o periódicos físicamente. Los que sí leen y compran representan el 40%. Esto explica de alguna forma por qué los medios impresos están padeciendo problemas económicos, ya que los jóvenes no los adquieren.

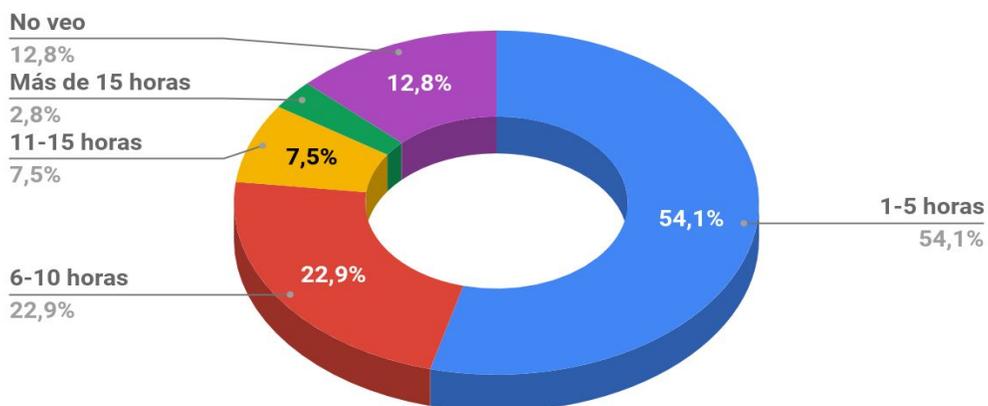
4. TIEMPO QUE LE DEDICA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONAL

Tiempo que escucha la radio en la semana



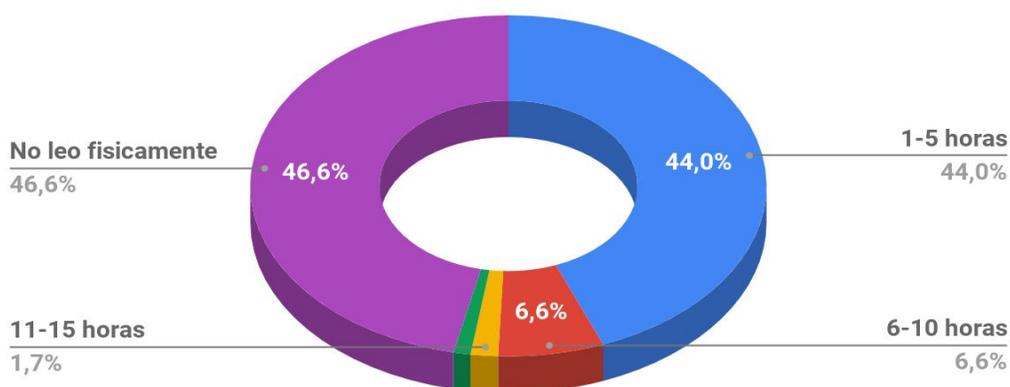
Más del 50% de los estudiantes encuestados emplean de 1 a 5 horas semanales a escuchar la radio. Sin embargo, otro grupo, cercano al 27% manifestó no escuchar radio voluntariamente.

Tiempo semanal que ve televisión por cable o señal abierta



En cuanto al tiempo que ven la televisión por cable o por señal abierta, cerca del 55% lo hace por un espacio de 1 a 5 horas. Otro grupo grande emplean de 6 a 10 horas semanales. Un segmento de 13% no ve voluntariamente televisión por cable o por señal abierta. La mayoría de estudiantes pasan más tiempo viendo la televisión que la radio y leyendo diarios como se verá a continuación.

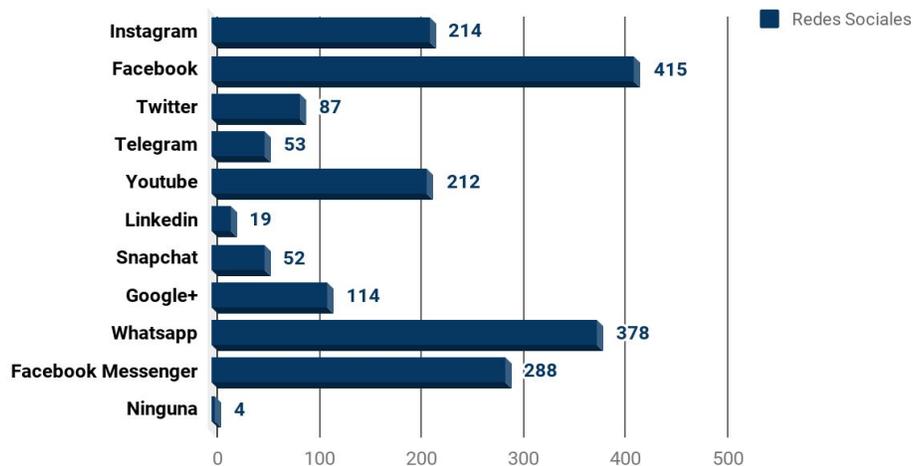
Tiempo que dedica a leer diarios y periódicos



Los estudiantes leen mayoritariamente el periódico, sumando el 54%. Los estudiantes que lo leen emplean marginalmente hasta 5 horas a la semana, lo que refleja que el tiempo de lectura a través de medios impresos es bastante bajo, menor a 1 hora diaria.

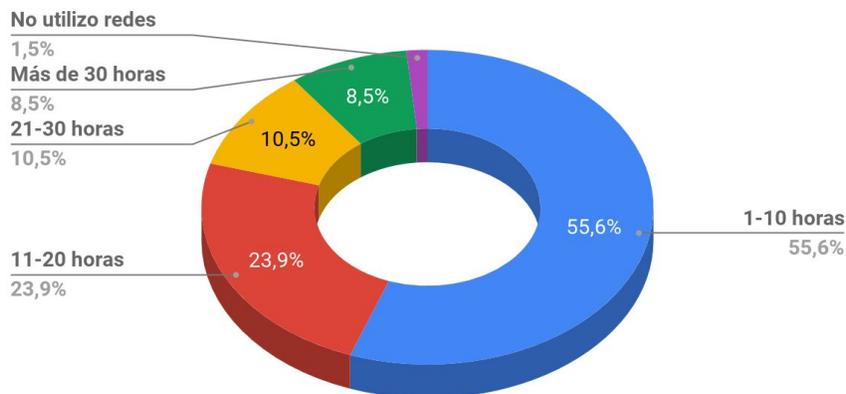
5. ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Redes sociales que utiliza



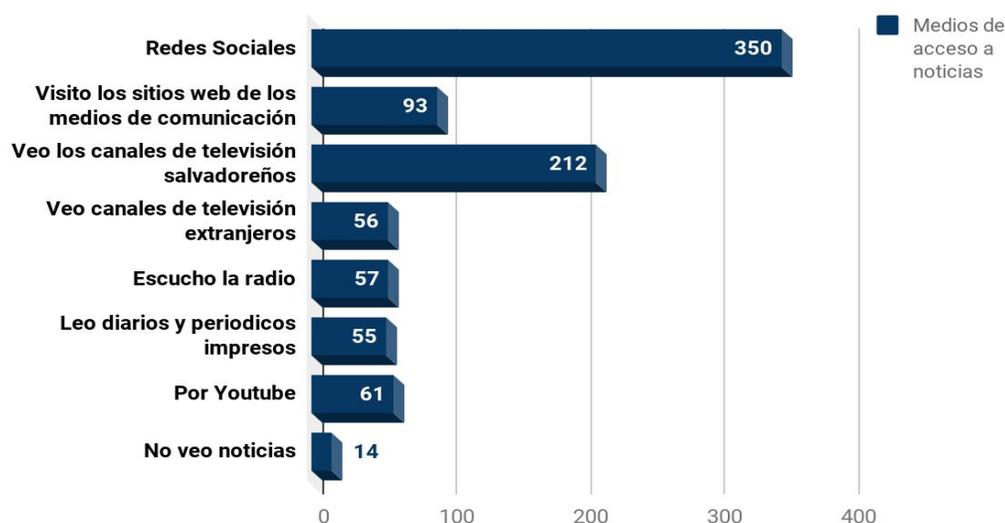
Los estudiantes de la ULS prefieren la red social Facebook, el 88% tiene una cuenta de esa red social. Sin embargo, Whatsapp, una red social relativamente joven está cautivandolos hasta llegar a ser la segunda red social de mayor uso, con el 80% de preferencia. A continuación, se ubican Facebook Messenger con el 61%; Instagram y Youtube con el 45%. Se refleja una tendencia al uso de redes sociales que incluyen el vídeo y la fotografía, además de las redes sociales de chat como las que van marcando la tendencia.

Tiempo que utiliza las redes sociales semanalmente



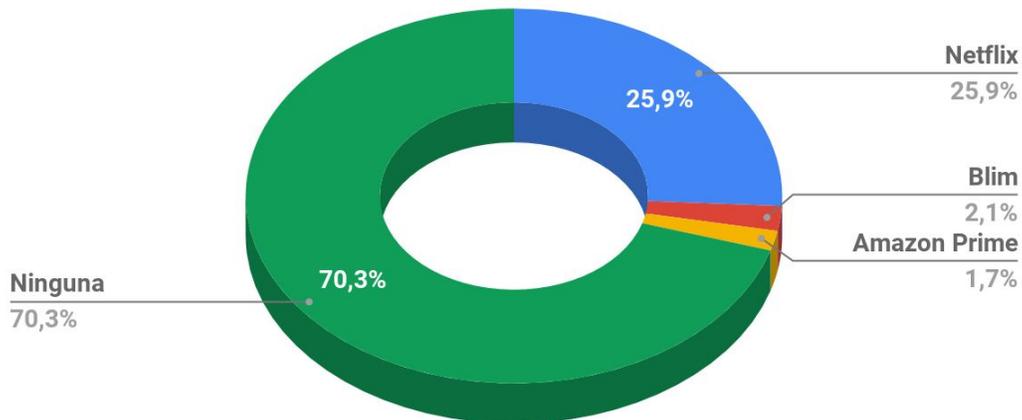
Contrario al uso de los medios tradicionales, los estudiantes utilizan más tiempo las redes sociales. El 55% utiliza hasta 10 horas semanales, esto podría estar limitado por la inversión en Internet. El siguiente grupo más grande, destina hasta 20 horas a las redes sociales, constituyendo el 24%. Cerca del 80% de los estudiantes utilizan hasta 20 horas semanales a las redes sociales y un 18,5 %, hasta 30 horas. Solo el 1.5% manifestó no utilizar las redes sociales.

Medios por los que accesa a las noticias



Los estudiantes de la ULS utilizan las redes sociales como el canal por el cual acceden a las noticias. El 75% utilizan las redes digitales. Mientras tanto, otro grupo que representa el 45% recurre a la televisión tradicional, otra porción recurre a los sitios web de los medios de comunicación directamente, el 20% lo hace de esa forma. La mayor cantidad de canales para informarse de las noticias son digitales, en detrimento de los canales convencionales y análogos.

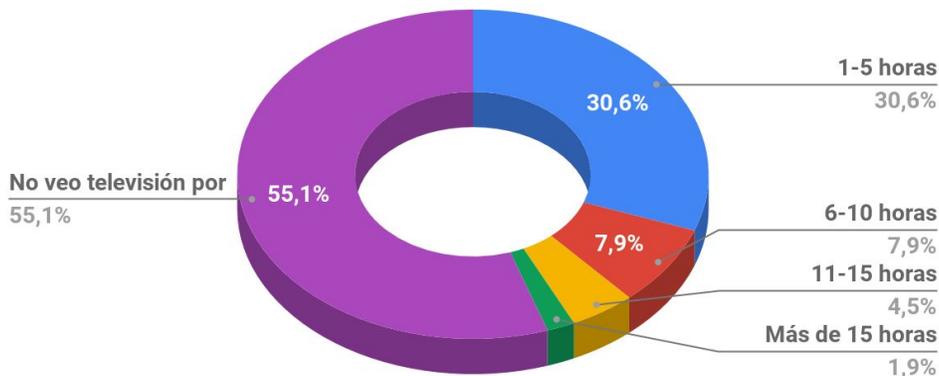
Acceso a televisión por Internet



Un porcentaje considerable está haciendo uso de la televisión por Internet o conocida técnicamente como Streaming. Cerca del 30% ya hace uso de ese servicio, el preferido es la plataforma Netflix con el 26% y el resto, Blim y Amazon Prime, sumaron el 4%. El 70% de estudiantes no tienen acceso a esas plataformas de TV por Internet.

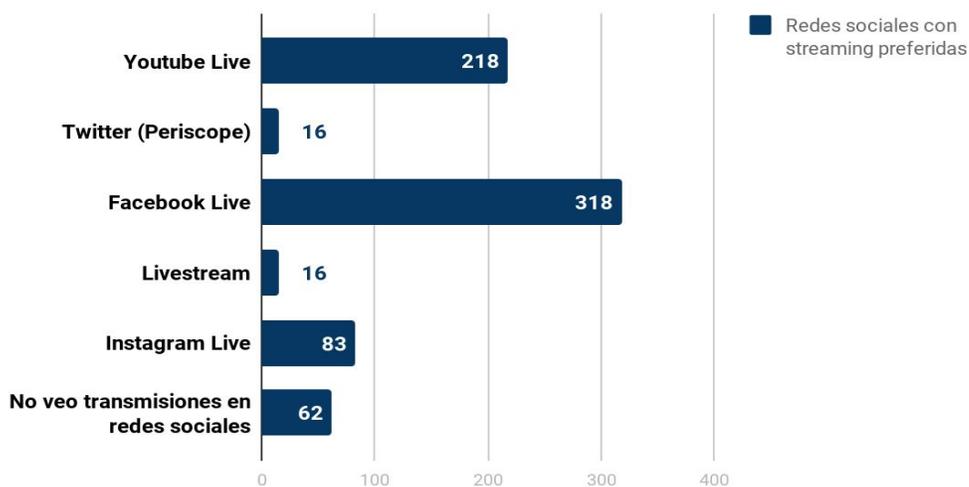
En el siguiente gráfico se puede ver que hay estudiantes que posiblemente vean televisión por Internet, pero que no utilicen las plataformas enumeradas en el anterior gráfico. El rango de personas que no ve televisión por Internet es menor, representando el 55%. Es muy probable que muchos estudiantes estén viendo televisión por las redes sociales, como ya se está haciendo normal en la actualidad. El tiempo que emplean para ver televisión por Internet es mayoritariamente de 1 a 5 horas en la semana, representando el 30,6%. El resto utiliza hasta más de 15 horas.

Tiempo que utiliza para ver televisión por Internet



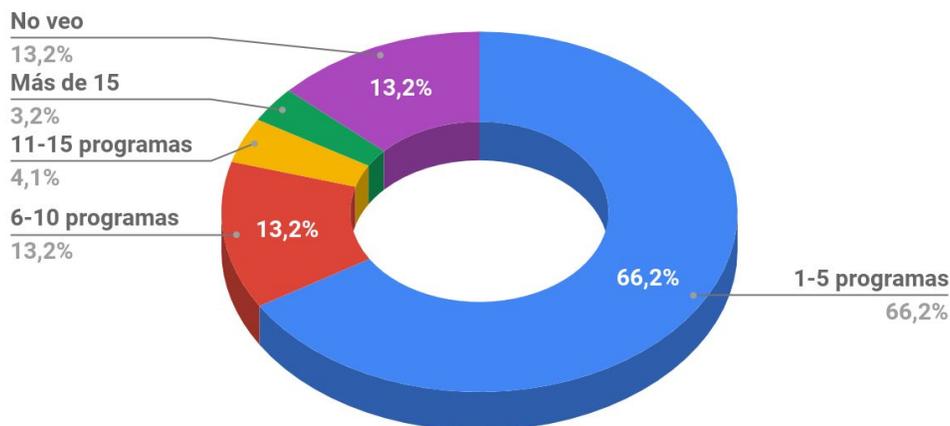
Se advierte que los estudiantes hacen uso de las redes sociales para ver transmisiones en vivo. Las transmisiones en vivo pueden ser de los canales de televisión locales o extranjeros, de transmisiones que realizan las instituciones de eventos de diverso tipo. Se populariza también, las transmisiones personales sobre actividades del diario vivir. En ese sentido, los estudiantes prefieren el Facebook Live para ver esas transmisiones, representando el 68%. La segunda red que más adeptos tiene es Youtube Live, con el 46%. El Instagram es el tercero con el 18% y el 13% no ve transmisiones en vivo.

Redes sociales donde ve transmisiones en vivo



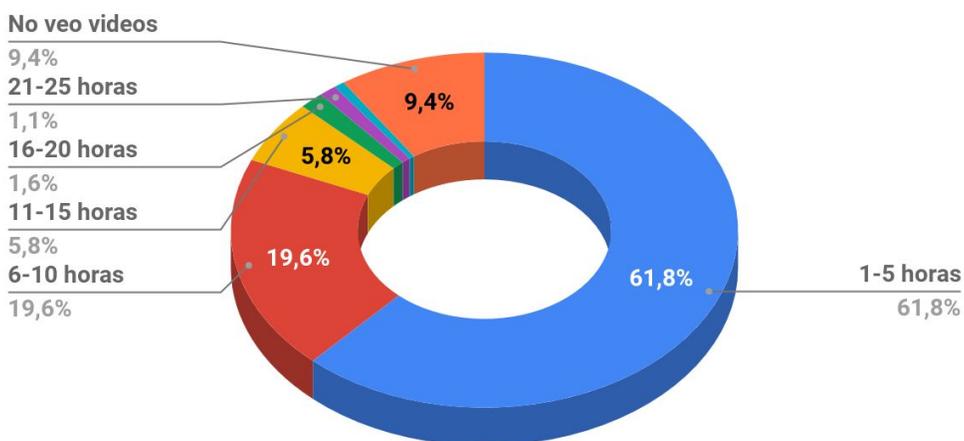
La cantidad de programas que ven al mes aún son muy pocos. El 66% respondieron que ven mayoritariamente de 1 a 5 programas. De 6 a más de 15 representa el 21% de estudiantes y el 13% manifestó no ver transmisiones en vivo.

Cantidad de programas vistos en el mes en vivo (redes sociales)



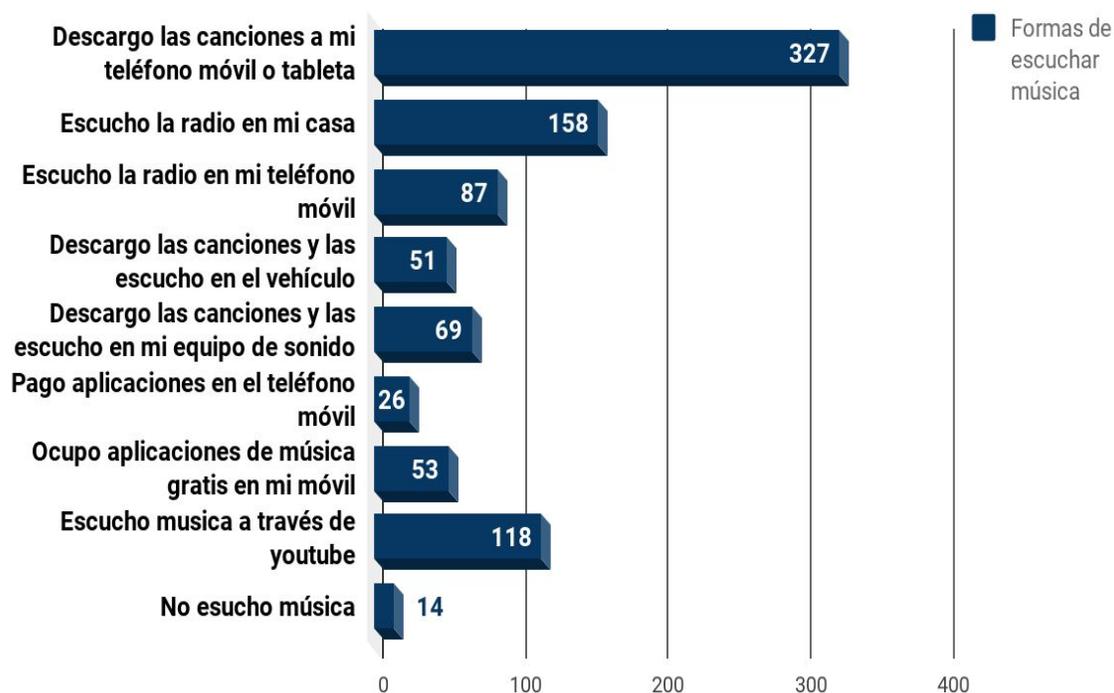
Por otro lado, el 62% de los estudiantes ven hasta 5 horas semanales videos en las redes sociales. De 6 a 25 horas el 29% y no ven vídeos en redes sociales el 9%.

Tiempo semanal que dedica a ver vídeos por redes sociales



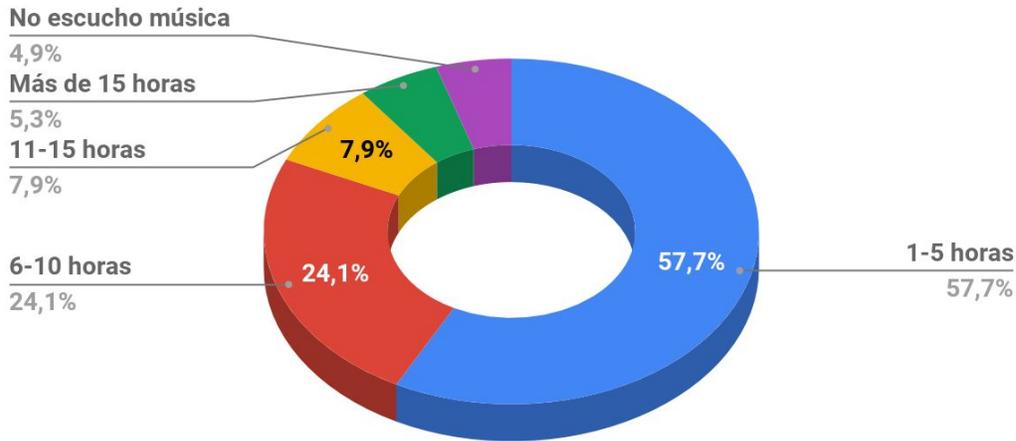
También se les preguntó a los estudiantes sobre las formas que utilizan para escuchar música. Lo que puede explicar por qué dejan de escuchar la radio. El 70% descarga las canciones a dispositivos móviles, el 34% utiliza la radio análoga, otro 25% utiliza Youtube. Las demás formas, como se puede ver en el siguiente gráfico, son utilizando medios digitales.

Formas de escuchar música



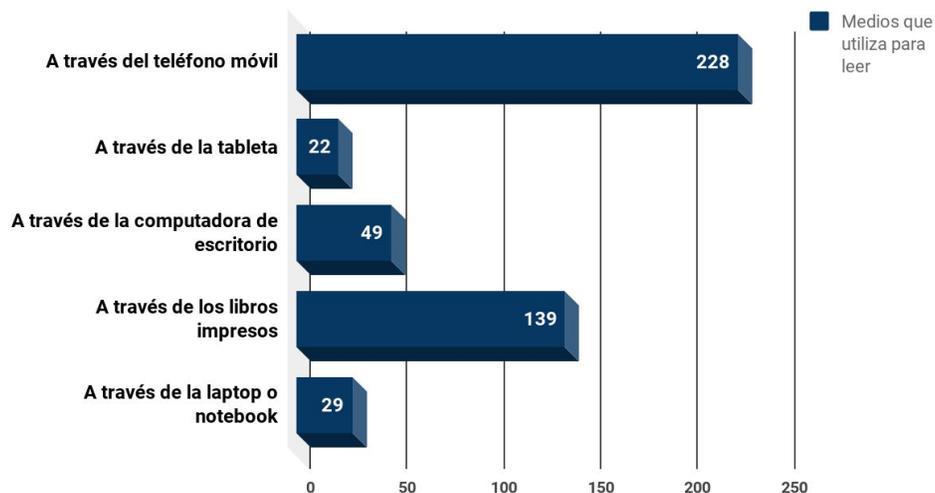
El tiempo dedicado a escuchar música por me digitales representa el 58% de los estudiantes dijeron emplear de 1 a 5 horas para escuchar música por medios digitales. El 37% utiliza de 6 a más de 15 horas semanales para la misma actividad. El 5% no escucha música de esa forma. Esa información se puede observar en la siguiente gráfica.

Horas que dedica semanalmente a escuchar música por medios digitales



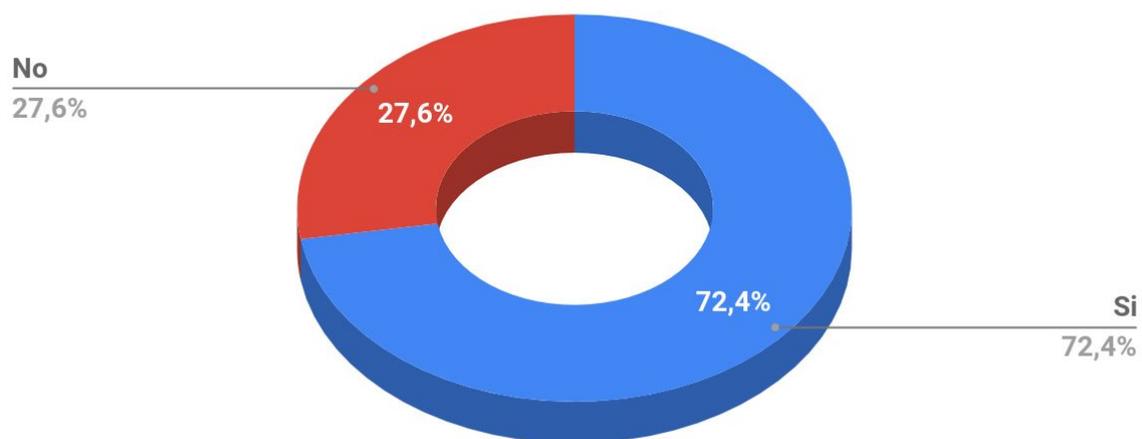
Por otro lado, en aspectos más educativos, el 49% de los estudiantes prefieren leer por teléfono móvil. El 30% de los estudiantes utiliza libros impresos para leer, otro 10% prefiere las computadoras de escritorio y otro 10% prefieren leer a través de tabletas y computadoras portátiles. Mayoritariamente los estudiantes leen a través de dispositivos electrónicos.

Cómo prefiere leer



En el mismo sentido del acceso a contenido educativo por parte de los estudiantes, ellos manifestaron sentirse más inclinados a ver programas a través del Internet que en la TV tradicional. El 72% considera mejor esa forma de ver contenido y el 28% no le gusta el acceso de contenido vía Internet.

Prefiere ver programas culturales, artisticos, ciencia, noticias, entre otros, a través de Internet y no en la TV tradicional



CONCLUSIONES

Aunque la llegada del Internet ha cambiado la forma en la que las personas hacen actividades cotidianas como ver la televisión, escuchar la radio, leer los diarios, leer libros, entre otras actividades, hay generaciones que poco a poco van realizando esas actividades utilizando preponderantemente las TIC.

El acceso a las TIC es determinante para que las personas vayan dejando de utilizar los medios de comunicación tradicional. Por otro lado, no todos los grupos de personas son movidas a utilizar las TIC o hay actividades que resuelven hacerlas sin uso de ellas.

Con la investigación buscamos conocer si el uso del Internet y de sus diversas posibilidades, desvincula a los estudiantes de la Universidad Luterana Salvadoreña de los medios de comunicación tradicionales y de qué forma lo hacen.

Luego de finalizada la investigación se puede concluir lo siguiente:

- Los estudiantes de la ULS son mayoritariamente jóvenes de hasta 28 años, representando el 74% de la población estudiantil de la institución. Este grupo pertenece a la generación posmilenio y una de sus mayores intereses son el uso de los aparatos electrónicos con acceso a Internet.
 - En consonancia con la generación milenio y posmilenio que se encuentra mayoritariamente estudiando en la ULS, el 88% cuentan con un teléfono inteligente. El 32% cuenta con computadora portátil e invierten cerca de \$15 dólares mensuales en Internet en promedio. Más del 98% cuenta con alguna forma de acceso a Internet y el 70% tiene acceso a datos móviles en planes prepago. Son estudiantes conectados a Internet y asiduos a la movilidad digital.
- 

-
- Los estudiantes de la ULS utilizan las redes sociales intensamente. El top 5 de las redes sociales son las siguientes: 1) Facebook 2) Whatsapp 3) Facebook Messenger 4) Instagram y 5) Youtube. Se refleja una tendencia hacia redes sociales de mensajería y a las que incorporan exclusivamente las imágenes y vídeos. Más del 99% de los estudiantes de la ULS cuentan con una red social.
 - Los estudiantes de la ULS prefieren utilizar las redes sociales para informarse acerca de las noticias en detrimento de los diarios impresos. El 60% no lee las noticias a través de diarios impresos. Convirtiéndose en el medio que más están abandonando los estudiantes de la institución.
 - El uso de medios de comunicación digital está cambiando con menos intensidad la radio que los medios impresos. El 27% no escucha voluntariamente la radio, pero es evidente que los estudiantes de la ULS le prestan menos atención. El 70% de los estudiantes escuchan música descargandola en sus dispositivos electrónicos.
 - Aunque los servicios de vídeo y de transmisiones en vivo en las redes sociales son de corta data, la televisión convencional es la que menos está siendo afectada por la llegada de Internet, en comparación con la prensa escrita y la radio. Solo el 13% manifestó que voluntariamente no ve televisión por cable o por señal abierta. Sin embargo, el 30% dijo tener acceso a televisión por Internet y el 45% dijo ver transmisiones en vivo por las redes sociales. Siendo las redes sociales más utilizadas para ese fin: Facebook Live, Youtube Live e Instagram Live.
 - La forma en la que les gustaría acceder a los contenidos educativos es en formato digital. Al 49% le gusta más leer por el teléfono móvil y solo el 30% prefiere los libros
- 

impresos. El 72% de estudiantes manifestó preferir contenidos digitales a través del Internet.

- Los estudiantes van dejando paulatinamente de utilizar medios de comunicación tradicional en la medida que el acceso al Internet y los anchos de banda se los van permitiendo. Todavía el reto más grande está en la asequibilidad de los servicios de Internet para las empresas que se dedican a suministrar esos servicios. Por ahora, es la prensa escrita la más afectada por el Internet, la radio y la televisión tradicional todavía cuentan con cierto margen de audiencia y televidentes, aunque condenados a dejar de existir o a tener un papel secundario en el mediano plazo. Evidenciado en la cantidad de horas que le dedican los jóvenes estudiantes y en el uso cada vez más grande de aplicaciones informáticas y redes sociales orientadas a los vídeos.
- 