

Consumo de medios de comunicación en Manizales

JUANA RAMÍREZ CASTRO¹

Abstract

El presente es un estudio descriptivo sobre el consumo de medios en Manizales, las preferencias y el acceso a equipos tecnológicos. Para la selección de la muestra se tuvieron en cuenta variables como estrato social, edad, género y niveles de escolaridad. A continuación se presenta información empírica de una investigación cuantitativa sobre dicha situación discriminada según las variables mencionadas.

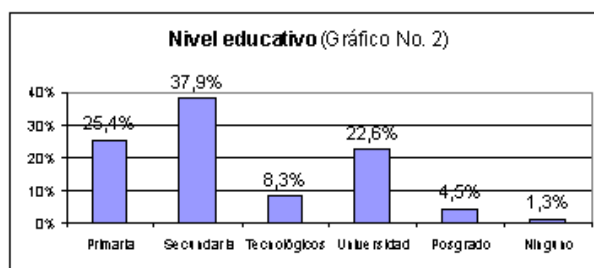
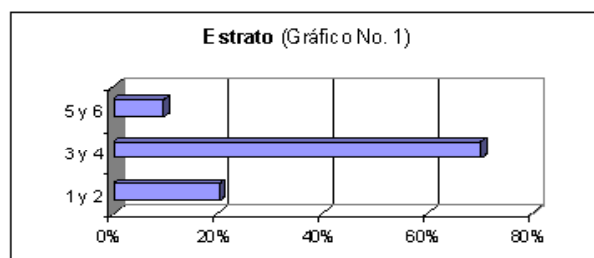
Introducción

Realizar estudios longitudinales es una necesidad para la investigación en comunicación, más como una forma de aproximación al comportamiento social que pueda existir en torno a los medios, que como un simple estudio instrumental para describir la realidad. En 1997, la Fundación Konrad Adenauer patrocinó la investigación “*¿Participación social en los medios masivos? Canales regionales y sociedad urbana*” y fue a partir de esta investigación que el Observatorio de Medios de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales, desarrolló una nueva aproximación a la realidad², obteniendo los siguientes resultados:

Características de la muestra

La muestra fue ponderada según estrato social a partir del censo de hogares de Planeación Municipal de 1998. Sin embargo, por problemas en la recolección de información de estrato 3 y 4, la proporción en el 1 y el 2 aparece disminuida.

Estrato: el 20.2% de la información fue recolectada en los estratos 1 y 2; el 7.1% en los estratos 3 y 4 y el 9,7% en los estratos 5 y 6. El 51% de



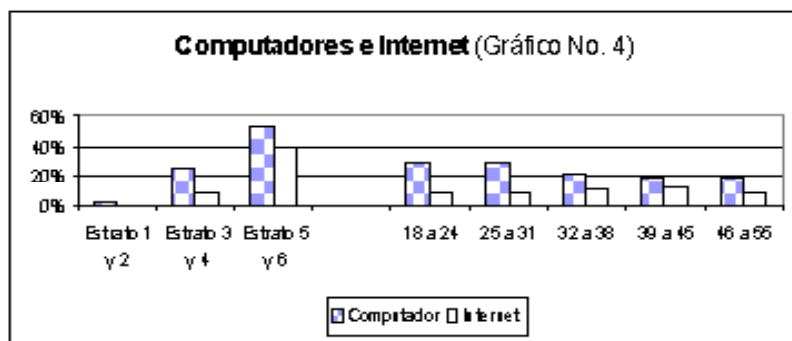
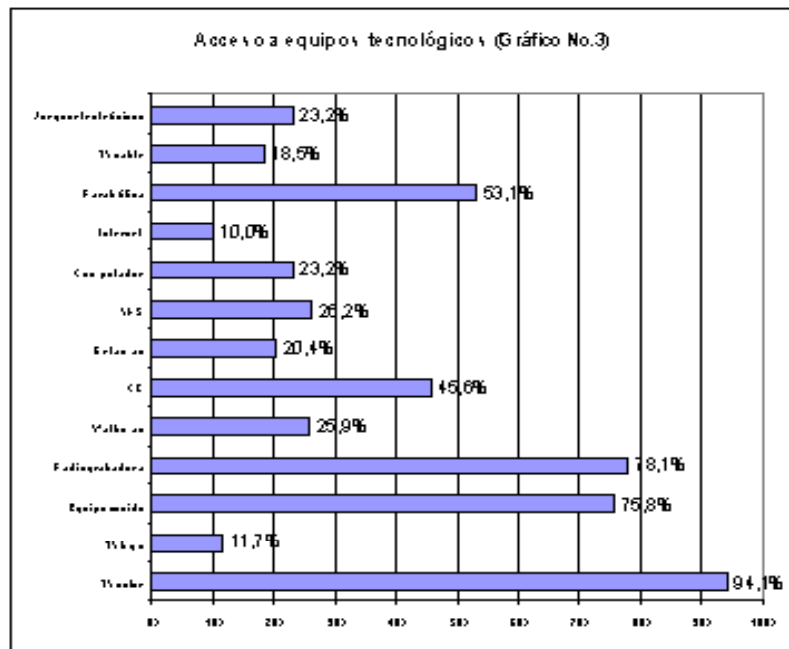
los encuestados fueron mujeres y el 49% hombres (ver gráfico No. 1).

Lugar de origen: el 74.8% de los habitantes proviene del perímetro urbano de Manizales mientras que el resto de los encuestados dijeron proceder de sectores rurales del departamento.

Sobre el nivel educativo, (Gráfico No. 2) la mayoría (37.9%) de las personas encuestadas tienen educación secundaria, el 25.4% primaria y un 27,1% estudios universitarios. Así mismo, el 16,6% de los profesionales tienen estudios de postgrado (4,5 del total de la muestra). Los demás poseen estudios técnicos (8,3%) y en un

¹ Con la Asistencia de Pilar Salazar Henao, estudiante de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales y los estudiantes de segundo semestre de la misma.

² Ficha técnica: **Universo:** 365.000 (Planeación Municipal – Municipio de Manizales. **Variables de ponderación de la muestra:** edad, sexo y estrato social. **Muestra:** 401 **Confiabilidad:** 95% **Margen de error:** 4% **Técnica:** encuesta personal por barrios (Sacatín, Morrogacho, San José, Villa Pilar, Los agustinos, Campoamor, La Sultana, La Enea, Palermo).



bajo porcentaje están quienes no han accedido a la educación formal.

Con respecto a la ocupación, la mayoría dijo tener un empleo formal (35,4%) frente al 19,7% quienes dijeron ser trabajadores independientes. El 25,6% son personas que no trabajan (estudiantes y desempleados), el 2,8% son empleadores y el restante 16,6% señalaron trabajar en casa.

¿A qué equipos tecnológicos tienen acceso los manizaleños?

Para comenzar, se debe indicar que el equipo tecnológico al que más acceso tienen los manizaleños es el de la televisión. El 94,5% dijo poseer TV a color y 11,72% en blanco y negro. (Ver gráfica No. 3)

Sin embargo, el acceso por estrato social varía y el tipo de equipo: de cada 15 hogares de estrato 1 y 2 en 13 (88%) hay televisión a color y en 2

(11%) en blanco y negro; de estrato 3 y 4, en 14 hogares (95,37%) hay a color y en 2 (12%) en blanco y negro y, de estrato 5 y 6 en todos hay a color y en 1 (7,7%) hay en blanco y negro.

Ahora bien, de cada 10 hogares de la capital caldense, 5 (53,11%) dijeron tener servicio de parabólica y 2 (23,19%) servicio de TV Cable. En los restantes 3 (28,44%) no se tiene ninguno de los dos servicios, esto significa que sólo reciben televisión abierta.

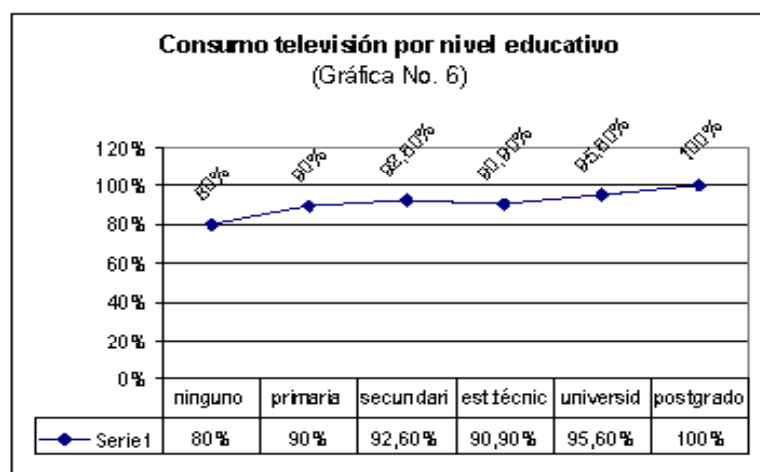
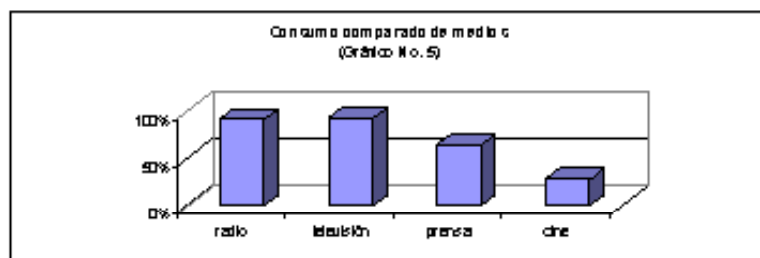
Por su parte, los equipos de sonido (75,81%) junto con la radiograbadora (78,05%) y equipos de CD (45,64%) se encuentran con frecuencia dentro de la población manizaleña. Situación opuesta ocurre con los reproductores de video de VHS (26,18%) y Betamax (20,44%) e incluso con los walkman (25,93%) o los juegos electrónicos (23,19%).

El acceso a computadores en los habitantes de Manizales es limitado. El 23,19% cuenta con este aparato, la mayoría de los cuales son de estrato 3 y 4 (75,3%) seguidos de los estratos 5 y 6 (22,6%) y de los 1 y 2 (2,2%). Si se hace el análisis proporcional a la población de cada estrato se encuentra que el 53% del estrato 5 y 6 tiene posibilidades de un computador, de los estratos 3 y 4, el 24,9%, frente a un 2% de la población estratificada en 1 y 2.

La tendencia general de quienes acceden a esta tecnología es que son individuos que están en universidad o poseen nivel educativo universitario (49,5%) seguido de quienes tienen estudios técnicos (27,7%), de secundaria (14,5%) y postgrado (12,9%).

El 28% de los individuos entre 18 y 31 años accede a este aparato mientras que el porcentaje de las demás edades, esto es, entre 32 a 55 años, oscila entre el 19 y el 21%. (ver gráfica No. 4)

A Internet accede el 9,97% de la población de Manizales. En su mayoría son de estrato 3 y 4 (el 62,5%), y los resultados indican que ningún



habitante de estrato 1 y 2 cuenta con esta opción tecnológica. Sin embargo, si se hace un análisis comparado de la población, se encuentra que de cada 12 habitantes de estrato 3 y 4, tan sólo 1 (8,8%) accede a Internet en comparación con 5 de otros 12 (38,5%) del estrato 5 y 6.

¿Qué, cuáles y quiénes consumen los medios?

Los medios masivos de comunicación que más se consumen en Manizales son la radio y la televisión (91,3% y 92,7% de la población respectivamente (ver gráfica 5). Le sigue la prensa (64,3%) y el cine (28%). Sin embargo, frente al análisis de frecuencia de consumo los resultados varían. Veamos:

Radio

Los estratos que menos consumen radio son el 5 y 6 (84,6%). Los demás estratos tienen la misma proporción de consumo, esto es, entre 91 y 92%. Es interesante observar que todos los grupos de edad consumen en la misma proporción, sin que se presente tendencia negativa alguna. Ahora bien, la mayoría de las personas que consumen este medio tienen como nivel educativo más alto la secundaria

(38.1%), seguido de quienes poseen primaria (25.4%) con una proporción semejante a la de los universitarios (22.4%).

El 44.1% sintoniza emisoras en AM y el restante 55.9%, en FM. Existe una tendencia equilibrada en la preferencia de sintonía de AM o FM en los estratos 3,4,5, y 6, sin embargo, se presenta una amplia diferencia con el 1 y 2, ya que el 62,9% de esta población prefiere las emisoras en FM. Sobre la frecuencia de consumo hay que señalar que la mayor parte de los encuestados manifestó escuchar de 1 a 3 horas diarias (47.9%), seguido de un 22% que escucha radio más de 9 horas al día. Esto indica que, a pesar del alto consumo del medio, la frecuencia con que se hace es relativa.

En cuanto al tipo de programas que escuchan, los musicales son los preferidos con un 38.4%, frente al 13,3 % de quienes optan por los informativos.

Por otro lado, el 22.6% dijo escuchar ambos tipos de programas y el 25,7% escoge los de humor, deporte y de opinión. A pesar de las preferencias, más de la mitad de los encuestados no tienen una emisora preferida (51.3%), aún así se identificaron con alguna regularidad Radio Sensación y Caracol Noticias

Televisión

Los manizaleños son consumidores constantes de televisión (92,7% la población). Es interesante observar que existe una tendencia creciente de consumo de este medio según el nivel educativo que posean, esto es que todos (100%) los que tienen postgrado dijeron ser televidentes constantes, frente al 80% de quienes no tienen ningún estudio. No se presenta diferencia sustancial en la exposición a este medio por estrato pues se mantiene una oscilación constante entre el 90 y el 92%. Situación similar ocurre con los grupos etáreos.

Los manizaleños no acostumbran ver televisión por la mañana. Tan sólo el 2% de los habitantes se exponen a esas horas. El consumo se realiza a partir del mediodía, pues de cada 20 individuos que se exponen a la televisión, 6 (32,2%) lo hacen al mediodía, 8 (37%) en la noche, 4 (20,5%) en ambos horarios, uno (4,5%) en la

tarde y uno (5,8%) lo hace por la mañana o no tiene horario fijo.

Los programas de producción nacional son preferidos por los encuestados con un 39,4%, frente a un 20,8% de quienes prefieren la producción extranjera, mientras que el 25% opta por ambas. No hay una preferencia importante por la producción regional, pues tan sólo el 2,2% la elige. El restante 12,6% opta por cualquier tipo de producción.

Prensa

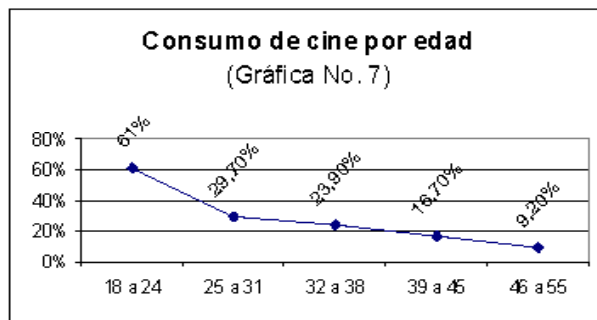
El 64,3% de los encuestados lee la prensa. Los periódicos que más compran son La Patria (57,9%), El Tiempo (15,4%) y El Espectador (7,7%). El 15,4% lee tanto el periódico local como el Tiempo. El Espacio como la República no son consumidos frecuentemente en la capital caldense, pues tan sólo lo hace el 0,4% de la población.

La mayoría de quienes se exponen a este medio lo hacen todos los días (48,5%), seguido de un 21,6% que prefieren los domingos. El consumo de este medio es más frecuente entre individuos de 39 a 45 años (75%) en oposición a los de 32 y 38 años (59%). En los demás grupos etáreos oscila entre 62 y 63%. Por último, los que más consumen este medio son quienes tienen estudios superiores desde técnicos y universitarios hasta postgrado.

Revistas

De cada 7 habitantes de Manizales, 4 (55,6%) dicen leer revistas. El grupo estratificado 5 y 6 es el que lo hace con mayor frecuencia (73% de este grupo) frente al 38,8% de los estratos 1 y 2, y el 58,2% de los estratos 3 y 4. En cuanto a la edad de los consumidores de revistas tampoco se

presentan variaciones significativas. El grupo que más consume es el comprendido entre los 18 y 24 años con un 23,8%, seguido del grupo



entre 25 y 31 años con un 20,1%. Así mismo, las personas que menos se exponen a este medio son las mayores de 39 años. La mayoría de quienes leen revistas son personas cuyo nivel educativo más alto es la secundaria con un 37,7%, seguido de un 27,8% de universitarios.

Por último, de la población que en Manizales lee revistas, la mayoría no manifestó preferencia por revista alguna (26%), Sin embargo, quienes señalaron concretamente alguna preferencia lo hicieron sobre Cromos y Semana (16,5% y 15% respectivamente).

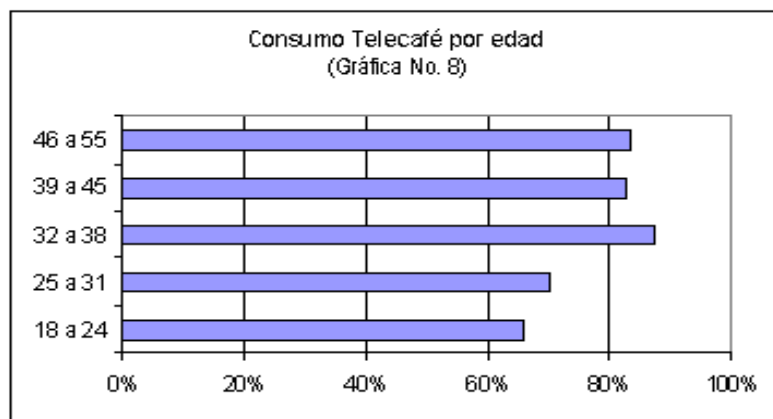
Cine

La mayoría de los encuestados no va a cine (72%), Esto significa que 3 de cada 10 habitantes en Manizales se exponen a él. Los estratos que más lo hacen son el 5 y 6 (34%) y el grupo de edad: los jóvenes (61%) entre 18 y 24 años. Al respecto es interesante señalar que se presenta un significativo descenso en la asistencia según el grupo de edad pues tan sólo el 9,2% de las personas entre 46 y 55 años consume cine y la tendencia es decreciente con la edad. Así mismo, son los de estudios universitarios, técnicos y de secundaria quienes más consumen este medio con un 44,9%, 41,9% y 29% respectivamente frente a quienes tiene estudios de postgrado (el 16,7% lo hace).

Ahora bien, quienes manifestaron asistir, no tienen un tipo de película preferido (39,4%), seguido de un 33% que prefiere las de acción y en proporciones semejantes está la comedia, las películas románticas y de ficción (9,6%, 7,4% y 6,4% respectivamente).

Consumo de Telecafé

El 78% de los encuestados dijo ver el canal regional Telecafé y de ellos, el 77% dijo hacerlo todos los días. El restante 33% lo hace de



forma esporádica. La tendencia de consumo de televisión en general, es exactamente la misma que la del consumo del canal regional, según la cual, de cada 20 individuos que se exponen al la programación de Telecafé, 6 (32,2%) lo hacen al mediodía, 8 (37%) en la noche y 4 (20,5%) en ambos horarios. Quienes menos ven el canal

regional son los jóvenes entre 18 y 31 años de edad, en comparación con los de 32 a 55 (Ver gráfica No. 8). En el primer segmento se oscila entre 66 y 70%, mientras que el segundo va de 83 a 87%. Entre tanto, el estrato social que más se expone a la información de este medio es el 3 y 4 con el 81,5%, y el que menos es el 1 y 2 con el 66,7%. El estrato 5 y 6 también lo hace con relativa frecuencia (76%).

Ahora, de cada 12 televidentes de Telecafé, 11 (91,8%) acostumbran

ver noticias regionales, seis de los cuales prefiere TVA (50,9%), 3 UNC (28,3%) y 2 opta por ambos (17,7%). El 1,1% de estos dijo ver el noticiero 1A. Los programas más vistos son los noticieros (33,3%), seguidos de Luna Llena con un 7,6%, y por Talentos regionales y Café Gol con un 6,4% cada uno.

Conclusiones

El acceso a computadores de quienes poseen algún tipo de estudios universitarios ya sea porque cursan actualmente o estuvieron vinculados a la academia, se debe interpretar por la existencia de diversas instituciones universitarias en la ciudad, pues ellas, según los resultados parecen ser las mayores proveedoras de esta tecnología. Esto también se corrobora con el grupo etáreo que más accede a la misma, debido a que la mayoría son jóvenes.

En relación con el estudio previo sobre *¿Participación Social en los medios masivos? Canales regionales y sociedades urbanas* se encuentra un leve aumento en la posesión de equipos tecnológicos como la televisión a color (también disminuyó la posesión de televisores en blanco y negro) y equipos de sonido. Se ve, sin embargo un interesante aumento en el acceso a la parabólica (de 23,5% a 53,1%), al TV Cable (7,4% a 18,5%), el VHS (de 14,4% a 26,4%) y sobretodo, al computador y al Internet, pues el primero pasó de 3,2% a 23,4% y el segundo de 0,3% a cerca de 10%.

Es claro en el estudio que el estrato determina las posibilidades de usar el Internet. Con lo anterior, se debe recordar que existe una amplia diferencia entre los estratos 5 y 6 y los demás, ya que aquellos superan a los otros en cerca de un 30%.

Se observa un ligero aumento en el consumo de la radio en contraposición a un incremento significativo del número de personas que se exponen a la televisión (de 79,9% a 92,7%) y la prensa (de 55,6% a 64,3%). Caso opuesto ocurrió con la revistas cuyo consumo bajo de 40,9% a 28%.

En general, el consumo de medios está determinado por el estrato ya que no sólo los estratos más altos tienden a acceder a una mayor tecnología sino que con una frecuencia de consumo mucho mayor a excepción de la radio.

El consumo más homogéneo dentro de la población de Manizales es el de televisión pues no existen diferencias sustanciales entre los estratos, ni las edades. La diferencia se suscita en el análisis del nivel educativo ya que a menor nivel, menor consumo.

La televisión regional es la menos preferida. Esta conclusión se hace desde la generalidad de la programación, ya que los programas informativos de estos canales tienen una audiencia importante. Si se compara esta conclusión con el consumo de la prensa regional frente a la nacional se deduce que la información sobre los acontecimientos regionales es consumida de manera asidua.

