

Estudio de las conversaciones en Twitter sobre el móvil y el hábito de estudiar en los jóvenes:

El 33% se “distrae” con el móvil en exámenes

- Casi el 27% comenta su intención de desconectar el móvil para poder concentrarse a la hora de estudiar.
- El 8.5% señala que alterna su estudio con consultas intermitentes a su smartphone.
- Según un estudio de Tuenti Móvil e IPSOS, el 40% de los jóvenes afirma utilizar el móvil en exámenes, ya sea como medio para pasar apuntes o como chuletas.

Madrid, 12 de junio de 2014. Sentisis, compañía de análisis de contenidos en español en medios sociales, ha analizado en colaboración con Tuenti Móvil, el operador móvil virtual centrado en datos, la conversación en Twitter de los jóvenes menores de 35 años sobre el uso del móvil en asociación con la época de exámenes. Este estudio revela, entre otras conclusiones, que **el 33% de las conversaciones hablan de “distracción” con el móvil a la hora de estudiar.**

1/3

Para llevar a cabo este estudio, Sentisis ha utilizado su herramienta de extracción de patrones lingüísticos que obtiene polaridad y categorías de significado a partir de dichos patrones. De este modo, se han obtenido cinco categorías relevantes dentro de las acciones que los estudiantes llevan a cabo en época de exámenes con el móvil y que publican en Twitter: **distracción (33%), desconectar el móvil (26.8%), uso prolongado (4.3%), *twittear* (3.3%) y chuletas (3%).**

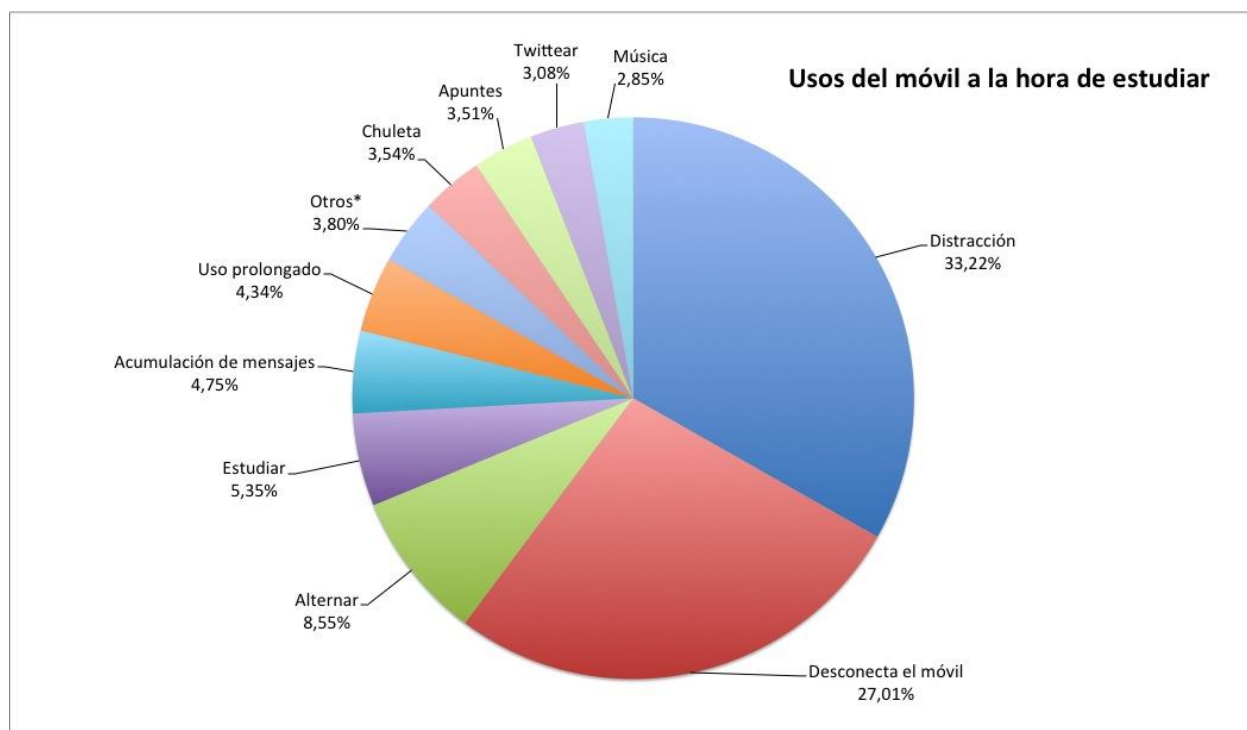
Algunos ejemplos de las frases de los usuarios de Twitter que han sido analizadas durante este estudio han sido “Vendo móvil. Motivo: No me deja estudiar”, “Típico. Me pongo a estudiar, cojo el móvil y se me olvida lo de estudiar...”, “A partir de ahora apagaré el móvil para estudiar la semana que queda”, “Soy incapaz de dejar el móvil para estudiar”.

Este análisis refleja que los estudiantes han integrado de tal manera el teléfono móvil en su día a día que incluso lo introducen en sus hábitos de estudio. Así, cuatro son los usos más destacables: el 8.49% de las afirmaciones en Twitter se refieren a “alternar” el estudio con consultas intermitentes del móvil, el 4.7% habla de “acumulación de mensajes” de chat, el 5.3% hace referencia a “estudiar” (smartphone como herramienta de estudio) y un 3.47% habla de “apuntes” (el móvil como un soporte donde guardar o compartir apuntes).

Para más información:

Cristóbal Fernández | cfernandez@tuenti.com | Nuria Fernández | nuria@tuenti.com | comunicacion@tuenti.com
blog.tuenti.com | youtube.com/tuenti | flickr.com/tuenti | @Tuenti_Movil | 91 7016524

Algunos ejemplos de tweets en esta línea han sido “Querer estudiar y que me peten el móvil en un momento a grupos de chat no son cosas compatibles”, “Llegar de estudiar, mirar el móvil y tener 528 mensajes de chat”, “Soy fan de la gente que viene a estudiar a la biblioteca con el móvil, sí, sí” o “Vale, opto por empezar a estudiar, aunque cada dos minutos miraré el móvil”.



2/3

En un cómputo global, **“distracción” y “desconectar el móvil” se presentan como las categorías que más volumen de información generan** y en “Otros*” se incluyen los mensajes que se asocian con fotos, amigos o juegos. Estos datos ponen en evidencia que el **uso del teléfono móvil mientras se estudia genera una conversación voluminosa** en redes sociales y que conocer el contenido de esta conversación en forma de categorías ayuda a **identificar tendencias en los jóvenes, que son quienes realizan un consumo más intensivo de estas tecnologías.**

A este respecto, cabe añadir el [estudio realizado por Tuenti Móvil en colaboración con IPSOS](#) en junio de 2013 que afirmaba que el 40% de los usuarios menores de 35 años utilizaba el móvil para estudiar. De hecho, **el 34% de los encuestados señalaba que lo había utilizado para pasarse apuntes con sus compañeros de clase, y un 17% confesó guardar chuletas en el móvil.**

Para más información:

Metodología del estudio Sentisis-Tuenti Móvil:

El estudio presenta la metodología de análisis de redes sociales de Sentisis, basada en una combinación de métodos estadísticos y basados en reglas, aplicada al sector de las telecomunicaciones. Para este estudio se ha considerado una muestra de **10.000 mensajes de Twitter en español de perfiles españoles de jóvenes menores de 35 años que incluían, como palabras clave, el sustantivo “móvil” y el verbo “estudiar” en todas sus formas verbales. La recogida de datos se realizó entre el 30 de mayo y el 6 de junio de 2014, coincidiendo con el final de las clases y el inicio de exámenes.** Del conjunto inicial, 8.102 mensajes fueron analizados, lo que supone una cobertura del 81,02% de la muestra. De esos 8.102 mensajes analizados, se obtuvieron 10.827 anotaciones, bien en forma de categorías de contenido, o bien en forma de sentimiento (positivo o negativo). Este número es mayor que el total de mensajes analizados porque un único mensaje puede ser automáticamente anotado con más de una categoría.

Sobre Sentisis

Es una empresa de análisis cualitativo de redes sociales con una tecnología especializada en el idioma español que monitoriza y analiza toda la información proveniente de la red. [Sentisis](#) trabaja con clientes en un modelo SAAS (Software as a Service) donde el cliente accede a una herramienta en la nube para configurar y consultar los datos o en modelo de informes que el equipo de Sentisis extrae de la herramienta y entrega al cliente. Fundada en 2012 por 4 emprendedores españoles, actualmente trabaja con clientes en España, Chile, Panamá, México y Colombia y tiene oficinas en Madrid y México DF, donde [trabajan a través del prestigioso programa de 500startups](#). Entre sus clientes se encuentran agencias con Havas Worldwide o Ogilvy, aseguradoras (Liberty Seguros, Santa Lucía), cadenas de TV (golTV- medición del mundial), el ministerio de Industria o el banco Santander.

Su premisa es poder llegar a información valiosa y estratégica a través de los datos de las redes sociales. Para ello además de tener un motor adaptado al español y todas sus variantes, [su tecnología se adapta lingüísticamente a cada industria](#) (Banca, Telecomunicaciones, Seguros, Consumo, Turismo, Alimentación, etc) y al lenguaje específico de las redes sociales. De este forma pueden llegar a mayor nivel de fiabilidad y datos más accionables filtrando la gran cantidad de ruido que existe en redes sociales. El objetivo de Sentisis es solucionar el problema del análisis de redes sociales en español a nivel mundial, con unos principios basados en la innovación y en el trabajo cercano al cliente. El motivo por el que se fundó es que las tecnologías anglosajonas no funcionaban con suficiente precisión en el análisis de las redes sociales en la segunda lengua a nivel de hablantes nativos y la tercera lengua de Internet.

Sobre Tuenti Móvil

Se trata del primer OMV (Operador Móvil Virtual) de carácter social del mercado con una aplicación móvil integrada de mensajería instantánea y comunicación social. Tuenti Móvil es la primera Telco 2.0 que presenta una propuesta de servicio de telefonía en la nube. Enfocada en la experiencia de los clientes, centrada en datos, totalmente online, incorpora funcionalidades únicas en su app, pioneras a nivel internacional, como la gestión de cuenta, atención al cliente, llamadas de voz gratis o el uso gratis de la misma incluso sin saldo. Además de su componente social y su integración con la app de Tuenti, [el servicio móvil de Tuenti](#) responde a las nuevas tendencias de uso de las comunicaciones que realizan un uso intensivo de datos, apostando fuertemente por facilitar la conectividad total a internet desde dispositivos móviles con las mejores tarifas y con servicios innovadores de valor añadido. Tuenti Móvil ofrece de forma exclusiva a todos sus clientes Zerolimites, que permite llamar, chatear y compartir en Tuenti sin consumir saldo ni datos. Tuenti Móvil revolucionó el mercado con su propuesta datacéntrica y una tarifa simple de 1GB de datos, ya sea en prepago o con contrato, para luego incluir también paquetes con minutos de llamadas a cualquier operador y en cualquier horario incluidos. Tuenti Móvil, que cuenta con la más amplia cobertura del mercado, la de la red de Movistar, tiene en la actualidad más de 200.000 clientes y ofrece un servicio de gestión de la cuenta y atención al cliente totalmente online. Tuenti Móvil cuenta con [más de 2.000 puntos de venta](#) en tiendas Telecor, Worten, MediaMarkt y Movistar y una red de [puntos de recarga](#) de 80.000 establecimientos autorizados.

Para más información:

Cristóbal Fernández | cfernandez@tuenti.com | Nuria Fernández | nuria@tuenti.com | comunicacion@tuenti.com
blog.tuenti.com | youtube.com/tuenti | flickr.com/tuenti | @Tuenti_Movil | 91 7016524