

U N I V E R S I D A D
D E L O S H E M I S F E R I O S



S A B E R Y S A B E R H A C E R

Facultad de Comunicación

Tema:

El consumo de medios de comunicación convencionales y no convencionales entre los usuarios de Quito

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Licenciatura en Comunicación

Presentada por:

Martín Jaramillo Caldato

Tutor:

Amaia Arribas Urrutia

Quito, julio de 2019

RESUMEN

Los medios de comunicación son parte de la vida de las personas y se usan para la interrelación entre seres humanos. Ellos se constituyen en herramientas en constante evolución y su uso, a la vez que masivo, es instantáneo. Cumplen funciones tan más específicas como: informar, persuadir, exponer ideas y entretener. Los medios de comunicación se dividen en convencionales y no convencionales. Entre los primeros, entre otros, están la televisión, la radio y la, prensa. Entre los no convencionales podemos a citar al internet, a las páginas web, las diversas redes sociales, todos ellos al alcance de la mano mediante el uso de los teléfonos inteligentes. La utilización de ambos tipos los torna medios globales, lo que transforma a que la información en la actualidad esté al alcance de todos y disponible en cualquier lugar, Quito no es la excepción en este sentido. Esta es una investigación cualitativa y cuantitativa con los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a 300 personas de la ciudad de Quito en el año 2015 por el World Internet Project (WIP), entidad establecida en el Ecuador desde el 2010. Con ella se procura establecer cómo la población de Quito consume los medios de comunicación convencionales y no convencionales. Este estudio aspira a concluir que sus datos aporten en el conocimiento de la periodicidad, la frecuencia y la variabilidad de utilización de los medios de comunicación convencionales y no convencionales en un segmento determinado de población en la ciudad de Quito. Se aspira a que ello permitirá su comparación con datos similares de años anteriores, así como la posibilidad de que los datos que en este estudio se establezcan, se constituyan en una base para ulteriores investigaciones en la misma línea.

Palabras clave: Medios de comunicación, internet, consumo.

DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS DE ÉTICA

El presente documento se ciñe a las normas éticas y reglamentarias de la Universidad de los Hemisferios. Así, declaro que lo contenido en este ha sido redactado con entera sujeción al respecto de los derechos de autor, citando adecuadamente las fuentes. Por tal motivo, autorizo a la Biblioteca que haga pública su disponibilidad para lectura, a la vez que cedo los derechos de publicación a la Universidad de los Hemisferios. De comprobarse que no cumplí con las estipulaciones éticas, incurriendo en caso de plagio, me someto a las determinaciones que la Universidad plantee, Asimismo, no podré disponer del contenido de la presente investigación a menos que eleve por escrito el requerimiento para su evaluación a la Comisión Permanente de la Universidad de los Hemisferios.

Martin Jaramillo Caldatto

1720488525

ÍNDICE

1. Introducción.....	8
2. Marco referencial	11
2.1. Medios masivos dentro de la cultura	12
2.2. World Internet Project Ecuador	16
2.3. Medios de comunicación tradicionales	17
2.4. El avance de la comunicación digital dentro de Ecuador	19
2.5. Uso de navegación en la web.....	20
2.6. El avance tecnológico para el beneficio de la información y comunicación	22
3. Metodología.....	27
4. Interpretación de tablas cruzadas.....	27
4.1. Conocer el consumo de internet en medios convencionales y no convencionales de los usuarios de Quito dentro de los distintos grupos mencionados.....	35
4.2. Conocer la frecuencia con la que se utiliza internet en los medios de comunicación convencionales y no convencionales dentro de los grupos mencionados.....	36
4.3. Conocer la frecuencia con la que las personas usan el navegador de internet .	36
4.4. Conocer la frecuencia de usuarios que tiene conexión a internet en casa.	36
4.5. Conocer los beneficios de uso de internet dentro de los medios de comunicación	36
5. Conclusiones.....	37
Bibliografía.....	39

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Hogares con acceso a internet	26
---	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	27
Tabla 2.....	28
Tabla 3.....	29
Tabla 4.....	30
Tabla 5.....	31
Tabla 6.....	31
Tabla 7.....	33
Tabla 8.....	34

EL CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONVENCIONALES Y NO CONVENCIONALES ENTRE LOS USUARIOS DE QUITO

Martín Jaramillo Caldato

Universidad de los Hemisferios

m.jaramillo3004@gmail.com

Resumen

Los medios de comunicación son parte de la vida de las personas y se usan para la interrelación entre seres humanos. Ellos se constituyen en herramientas en constante evolución y su uso, a la vez que masivo, es instantáneo. Cumplen funciones tan más específicas como: informar, persuadir, exponer ideas y entretener. Los medios de comunicación se dividen en convencionales y no convencionales. Entre los primeros, entre otros, están la televisión, la radio y la prensa. Entre los no convencionales podemos citar al internet, a las páginas web, las diversas redes sociales, todos ellos al alcance de la mano mediante el uso de los teléfonos inteligentes. La utilización de ambos tipos los torna medios globales, lo que transforma a que la información en la actualidad esté al alcance de todos y disponible en cualquier lugar, Quito no es la excepción en este sentido. Esta es una investigación cualitativa y cuantitativa con los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a 300 personas de la ciudad de Quito en el año 2015 por el World Internet Project (WIP), entidad establecida en el Ecuador desde el 2010. Con ella se procura establecer cómo la población de Quito consume los medios de comunicación convencionales y no convencionales. Este estudio aspira a concluir que sus datos aporten en el conocimiento de la periodicidad, la frecuencia y la variabilidad de utilización de los medios de comunicación convencionales y no convencionales en un segmento determinado de población en la ciudad de Quito. Se aspira a que ello permitirá su comparación con datos similares de años anteriores, así como la posibilidad de que los datos que en este estudio se establezcan, se constituyan en una base para ulteriores investigaciones en la misma línea.

Palabras clave: Medios de comunicación, internet, consumo.

Abstract

Media is part of people's life and they are used for the interrelation between human beings. They are constituted of tools in constant evolution and its use, is massive and at the same time, instant. Also, they fulfil functions more specific like: inform, persuade, lay out ideas and entertain. Media is divided in conventional and non-conventional. The first one consists in television, radio and press. For the non-conventional, internet, websites and different social media platforms are able to use with smartphones. The use of both types makes them global media, transforming information to be reachable to everyone y available everywhere. In this sense, Quito is not the exception. This is a quantitative and qualitative research with data obtained from surveys done to 300 people in Quito in 2015 by the World Internet Project (WIP), which was founded in Ecuador in 2010. The purpose of the survey was to analyze how society in Quito use conventional and non-conventional media. This aspiration of this study is that the data analyzed contribute to the knowledge for periodicity, frequency and variability of the use of conventional and non-conventional media in a specific segment of the Quito's population. It is desirable to perform a comparison with similar information from previous years. Another purpose is that the data obtained in this study, form a base for subsequent researches on the same area.

Key Words: Media, Internet, Consumption.

1. Introducción

Es posible definir a la información como un grupo de datos ordenados los cuales sirven para dar un mensaje. Para un mejor entender de la información, hay que considerarla como una línea horizontal la cual comienza con los datos que conforman un proceso y que su finalización se genera la misma.

La información comunicativa son aquellos mensajes que se intercambian entre seres humanos de con el propósito de definir algún tipo de situación.

La información emitida mediante mensajes puede aumentar y mejorar el conocimiento del emisor y del receptor.

Los medios de comunicación hacen uso de la información con el objetivo de proporcionar un mensaje específico a la sociedad. Los medios de comunicación la han usado en beneficio propio y de la sociedad. El producto final que emiten los medios es un mensaje unificado masivo e inmediato

El World internet Project (WIP) es un proyecto que busca establecer las diferencias estadísticas de consumo de internet en la población, por lo que, busca entender qué tipo de contenido la comunidad está interesada. El WIP trabaja en este sentido en Ecuador desde el año 2010.

Los medios de comunicación convencionales en Ecuador durante el presente siglo se han visto obligados a adecuarse a los nuevos medios de comunicación no convencionales, así como a las recientes tecnologías para poder ofrecer una mayor precisión comunicativa.

Para el presente estudio se utilizó una muestra representativa de Quito de 300 personas, distribuidas en todos los sectores.

Debido a la globalización de la información y al creciente acceso del Internet por un segmento importante de la población éste se ha constituido en parte habitual del quehacer diario de la sociedad quiteña.

Este estudio tiene como finalidad dar a conocer cómo la conjunción de los medios de comunicación convencionales y no convencionales ha impactado en la sociedad contemporánea, y mostrará cómo las variables de cada uno de ellos afectan a la población.

Los medios convencionales deben adaptarse al cambio socio cultural. Los medios no convencionales han tomado el protagonismo durante el presente siglo, dando paso a nuevas funciones para los usuarios, y han ayudado a los convencionales a adaptarse a ellos.

El cambio decurrente de la utilización del internet es el nuevo acceso al conocimiento, a la información y al entretenimiento. Los medios tradicionales han sido el centro de la mediación social, del reparto de la información y la distribución del conocimiento. Entonces, emergen interrogantes a dilucidar: ¿Es mejor la nueva tecnología por si solo para estos fines? O, ¿cabe el uso conjunto de ambos tipos de medios para el mejor provecho de la sociedad? Es así como,

el fenómeno mediático actual de las redes sociales es una semilla germinada tras la crisis de crecimiento de internet, al inicio de este siglo XXI. De los conocimientos, recursos humanos y redes de relaciones establecidas entre los informáticos que se vieron envueltos o afectados por la explosión de la burbuja virtual surge, en primer lugar, la necesidad psicológica de mantener y alimentar esos contactos; y luego, poco a poco, esas redes interpersonales van creciendo y ampliándose hasta convertirse en algo más serio y organizado. (Freire, 2008, p. 40)

Por lo tanto, los avances tecnológicos de la información y la comunicación han incorporado nuevas herramientas y formas de interactividad. Este cambio debe ser controlado por la sociedad en pleno. Es necesario saber cómo utilizar esta herramienta y que se genere un cambio positivo en la era del ser humano.

Los medios de comunicación en internet han sido una adaptación de los medios convencionales. El usuario se apropia de ello a través de sus nuevas tecnologías, como: teléfonos inteligentes, tabletas, computadoras portátiles y relojes inteligentes. El usuario está conectado todo el tiempo durante todos los días en cualquier parte en donde se encuentre. Internet ha sido una gran solución para los medios convencionales masivos, para informar desde cualquier parte, a través de los teléfonos inteligentes.

Entonces, el problema es la adaptación de los convencionales a internet por el hecho de que ahora no se necesitan grandes empresas para poder hacer noticias, redacción, diseño y multimedia. Cabe la posibilidad de individualmente, y es así como las personas trabajan de modo particular. Internet es una fuente que posee todo *per sé*, proporciona accesibilidad a cualquier persona. Si alguien requiere de un contacto en Europa para una investigación, a través de este medio es posible tenerlo sin necesidad de terceros.

La Sociedad de la Información ha avanzado y la tecnología es parte de ello. La red en las computadoras constituye un sistema de datos que pueden ser guardados sin límite. La red y el internet son una amplia forma de conectarse con el mundo. La información viaja rápidamente a través de ellos y los medios de comunicación hacen uso de ellos para sus principales propósitos. Además,

Por sí solos a la humanidad ni extirparán sus defectos y adversidades. A la Sociedad de la Información, y de manera específica a internet, se la puede comparar, por su extensión, con un insondable océano; por su diversidad, con un caleidoscopio; por su contenido y capacidad, con una inagotable biblioteca. Pero ninguna de esas figuras resulta suficiente

para representar la variedad infinita de enfoques y visiones del mundo que podemos encontrar en los nuevos espacios de comunicación e información. Señales digitales, televisión por satélite, servicios en línea, inagotable oferta mediática, fronteras difuminadas por la capacidad de la información para propalarse y ensancharse, son algunos de los frentes en los cuales la Sociedad de la Información se diversifica al tiempo que su omnipresencia se afianza. No podemos negarla. Pero es temerario mitificarla. (Delarbre, 2006, p. 47)

Es posible mirar la televisión por cable o satélite, o comprar en línea en almacenes o simplemente bajar documentos, música, películas, archivos más recientes de internet, como también mirar el correo electrónico constantemente. Al hacer esto en el día a día la gente forma parte de la Sociedad de la Información. Este tipo de recursos brindan ayuda, porque antes era necesario asistir a teatros, festivales, o enterarse de noticias mediante boletines o por la prensa impresa, o por la comunicación física o personal. Entonces es necesario conocer a profundidad cómo la sociedad de masas se está intercomunicando y es posible aprovechar del internet para beneficio de todas las actividades. La información navega tan rápido debido a la conectividad. Es factible informarse de lo que está sucediendo alrededor del mundo en instantes, pero es necesario saber cómo obtener esta información de fuentes verificadas para no caer en informaciones falsas de las cuales la red mundial está llena.

Es por ello, que los medios de comunicación convencionales no han perdido campo, solo han debido transformarse para seguir siendo un medio de comunicación masivo. Los cambios en ambos medios son constantes debido que la tecnología avanza cada vez más, y más rápido. Este factor determinará el futuro de los medios de comunicación para que puedan brindar una buena comunicación a la sociedad.

Los medios convencionales y no convencionales deben adaptarse a todas las personas, para usos cotidianos y su consumo tiene varias diferencias

La pregunta que guió este trabajo fue: ¿Cómo los usuarios de Quito consumen los medios de comunicación convencionales y no convencionales? Las secundarias fueron: a) ¿Con qué frecuencia son utilizados los medios de comunicación convencional y no convencional por los diferentes grupos mencionados?; b) ¿Con qué frecuencia se utiliza el buscador de internet?; c) ¿Cuáles son los motivos para utilizar medios convencionales y no convencionales por los diferentes grupos mencionados?; d) ¿Cómo afectan los medios de

comunicación convencionales y no convencionales por los diferentes grupos mencionados?

El objetivo que orientó este trabajo fue: Conocer el consumo de internet en medios convencionales y no convencionales de los usuarios de Quito entre 18 a 65 años. Los objetivos específicos: a) Conocer la frecuencia con la que se utiliza internet en los medios de comunicación convencionales y no convencionales dentro de los grupos mencionados; b) Conocer la frecuencia con la que las personas usan el navegador de internet; c) Conocer la frecuencia de usuarios que tiene conexión a internet en casa; d) Conocer los beneficios de uso de internet dentro de los medios de comunicación

El presente estudio explora, por otro lado, el consumo de medios de comunicación convencionales y no convencionales en Quito, Ecuador. La investigación abarca únicamente a las personas en Quito entre 18 a 65 años que utilicen o consuman los medios de comunicación.

Con los datos recolectados podremos observar que el tener internet no es una primera necesidad. En Quito se logró observar que un porcentaje alto no tiene acceso a internet y por lo tanto no conoce mucho de los medios de comunicación no convencionales.

Con los datos recolectados se puede plantear mejores estrategias para una futura investigación con el material obtenido.

Existen estudios anteriores del WIP 2011 (World internet Project), y su continuación determinó la decisión del desarrollo de este tema, y ello es necesario tener en cuenta para poder realizar su análisis específico por eso el distinto uso de internet dentro de los medios de comunicación convencional y no convencional. El análisis cuenta con encuestas para los ciudadanos de Quito y se cotejarán las investigaciones del mismo tema de años anteriores.

2. Marco referencial

2.1. Medios masivos dentro de la cultura

Los medios son fuente de educación dentro de las nuevas generaciones, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades. Los medios de comunicación se han vuelto más presentes en la formación cultural, en la manera de relacionarnos con el mundo y con

nuestras personas cercanas, desde el trabajo y la correlación hasta la intimidad familiar hogareña. Así:

Hoy nos resulta inconcebible un mundo sin televisión, internet, TV cable, radio, prensa y cine, mientras que un siglo atrás, excepción hecha del público devoto de periódicos y libros, nuestros ancestros podían vivir con mayor prescindencia de los medios masivos. La prensa, es verdad, gozaba de un público creciente, pero era concebible que las grandes mayorías vivieran al margen de su influencia. La comunicación masiva pesaba menos en tanto reinaba la comunicación interpersonal con sus baluartes en las tertulias familiares, el mercado del barrio, los juegos de salón, los clubes sociales y los comités políticos, centros de una relación humana, íntima, entrañable, que hoy evocamos –con nostalgia, tal vez– como parte de un pasado casi totalmente perdido. (Mercader, 2004, p. 1)

En efecto, estamos en constante contacto mediante internet a los medios, a las noticias, a la farándula, al ocio. En el siglo XXI no es posible no saber lo que está sucediendo a nuestro alrededor o inclusive al otro lado del mundo. La información pasa de un segundo a otro dentro de internet con los nuevos medios, y las redes sociales. Un clave ejemplo es: Al momento que existe un fenómeno natural, los medios de comunicación están informando a los ciudadanos sobre el acontecimiento y la magnitud del fenómeno. Sin embargo, esto es un efecto positivo de la globalización y la masificación de los medios. Antonio Mercader (2004) explica cómo las nuevas generaciones dan uso a ellas:

Las nuevas generaciones siguen siendo el flanco débil y por tanto el objeto de las mayores preocupaciones. La ilusión de los medios electrónicos, con su facilidad de adopción, la magia de la pequeña pantalla de la computadora o del televisor, generan un distanciamiento de otras experiencias comunicacionales que exigen diversas formas de atención y una capacidad de reflexión que puede relegarse en aras de la inmediatez que ofrecen los nuevos medios. Es indudable que la educación formal tiene en esos medios a un poderoso auxiliar repleto de promesas. Pero junto con esas posibilidades, los nuevos instrumentos apartan a los jóvenes de otros procedimientos formativos, la serenidad de la lectura, por ejemplo, al tiempo que producen una riesgosa simplificación del lenguaje, y una tendencia a confundir información con conocimiento. Otra de las inquietudes, una de las más clásicas sin duda, es la que acusa a los medios, en particular a la TV y los juegos electrónicos por su constante exhibición de conductas agresivas, una exhibición que más allá de la interminable polémica sobre su incidencia en los públicos juveniles, es por lo menos un factor por considerar cuando se analiza el fenómeno de la violencia en las sociedades contemporáneas. (Mercader, 2004, p. 1)

Considerando esto, debemos educar a las nuevas generaciones a dar un buen uso y limitar el tipo de información que están considerando como educación o fuente de entretenimiento que no los vuelva agresivos o posesivos.

Jesús Martín-Barbero tiene un punto de vista interesante sobre las masas. Las tecnologías se basan en las relaciones entre comunicación y cultura. La revolución de la tecnología está afectando por separado a cada uno de los medios comunicativos. Es por esta razón que,

el punto de partida de los actuales cambios se sitúa en los años ochenta, años en que despegan las “nuevas tecnologías” y de agentes del imperialismo los medios pasan a ser considerados protagonistas de los nuevos procesos de transnacionalización. El cambio de lenguaje –de medios a tecnologías y de imperialismo a transnacionalización- no es un mero avatar académico sino el inicio de movimientos económicos, políticos y culturales en profundidad. Unos pocos años después estaremos llamando a esos dos movimientos “revolución tecnológica” y “globalización”. (Barbero, 2004, p. 1)

La globalización es el punto referente entre cultura y comunicación. El aprendizaje o el conocimiento de otra cultura se lo puede ver mediante medios de comunicación masivos en un instante. Los movimientos económicos, políticos están en el ojo de la prensa todo el tiempo. Hoy en día, cualquier persona puede transmitir una noticia o un acontecimiento en desde su teléfono inteligente y esto hacerse viral. Por lo tanto, debemos tener en cuenta la fuente de información se legitima porque las noticias falsas están siendo un hito dentro de las redes sociales. De este modo,

las innovaciones tecnológicas han precipitado saltos en los medios de comunicación que fuerzan a redefinir sus límites año a año, más aún con los nuevos cruces entre medios de comunicación convencionales e interactivos, vale decir, entre industria audiovisual, de prensa y sistemas de redes. La combinación de la tecnología de las telecomunicaciones con la computarización y digitalización hace posible la conexión entre distintos soportes y el acceso a todo tipo de flujos desde cualquier lugar del planeta. Y al mismo tiempo lleva a la expansión brutal de las grandes corporaciones mediáticas, que ahora cruzan los géneros con una fluidez sin trabas. (Hopenhayn, 2004, p. 1)

La posibilidad de conectividad y digitalización a los medios como dice Hopenhayn es de manera rápida y accesible para todo el mundo. La cultura se puede exhibir como positivo o negativo. Se puede imitar las acciones de una cultura distinta a la nuestra. Por ejemplo: si

tenemos un tipo de formación Latinoamérica y observamos cómo las personas en Asia tienen un tipo de comportamiento distinto, tendemos a adquirir ese pensamiento y esa ilustración como nuestra. Una persona hispánica con costumbre de comer sentado en silla una mesa de cuatro patas con cubiertos americanos, al momento que observa como un japonés come en una mesa sentado, pero en el piso en una mesa comiendo con cubiertos en forma de palillo, la persona que está observando puede tomar esta costumbre como suya porque le parece que está mejor para el cuerpo y tiene una mejor forma de comer. Por lo tanto, este sistema de conectividad afecta a las culturas de todo el mundo y existe una cultura de una región dentro de otra región.

Por otro lado, los medios influyen en todas las clases sociales y teniendo en cuenta la misma cultura. Jesús Martín Barbero en su libro *De los medios a las mediaciones* explica la teoría circular y cómo las masas tienen la información y los medios de comunicación. Sin embargo, en una pequeña entrevista escrita que le hacen, precisa:

¿Por qué los medios se volvieron tan importantes? La respuesta es simple: porque los medios son para el pueblo; la televisión, el cine y la radio son para la gente. Por ejemplo, lo único que ponía en contacto a las clases bajas, a las clases medias y algunas de alta era la radio, porque la radio siempre fue el medio oral, el medio de los pobres, el medio popular. Y no es un medio puro, ya que la radio se hizo cargo a su manera de las mediaciones capitalistas y del desprecio de clase, raza y género. En todo caso, fueron los medios los que se fueron poco a poco haciendo cargo de unas mayorías que oían radio, veían televisión, no leían nada, y que por tanto, su vida entera estaba de alguna manera moldeada por la radio y la televisión y eso fue, en simultáneo, empoderando (haciendo sociedad) y dando plata (haciendo negocio). Lo importante era el juego entre la gente y los medios. La televisión reina, por ejemplo, porque es barata y está en la casa y, además, nos cuenta todo, nos cuenta lo que pasó, lo que va a pasar y nos cuenta los cuentos que más nos gustan, porque si no nos gusta entonces no los vemos. (cit. en Moragas, Terrón, & Rincón, 2017, p. 98)

Desde antes de la llegada del mundo digital, los medios de comunicación tienen una influencia en la gente, la cultura y la forma de pensar. La radio y la TV eran medios que movían masas e influenciaban a las personas en estos aspectos. En la actualidad debido al acceso a redes sociales y las TIC la TV no es la que reina sino es internet y su cantidad de fuentes con las que llega a las personas. Sin acceso completo a las aplicaciones de un teléfono inteligente y la fuente se entera. Por ejemplo: La manera más efectiva de dar a

conocer de una noticia relevante importante en el país es por la aplicación Twitter, y si no posees Twitter por Facebook o por cualquier otra. Es una comunicación que llega y a sus redes sociales, es decir, los medios no convencionales.

En otro escrito relevante de la revista *Razón y Palabra* hacen un análisis sobre el pensamiento de cultura de masas. Indican que,

por último, Martín Barbero, señala que no es posible sólo pensar como la cultura de masas aquello que pasa en los medios de comunicación, sino que hay que entender que la cultura ahí promovida también es un espacio estratégico de la lucha de clases, en otras palabras, ver a los medios no sólo por su lógica comercial sino como parte de la transformación social. La masificación mediática, como señala el autor, comienza en los años veinte con la promulgación de la idea de Estados Unidos por confirmarse como un imperio, lo que se ve apoyado por la vocación industrial de este país que ayuda a “educar” a las masas en el consumo por medio de la publicidad y persuasión. Esta situación se ve incrementada por la creación e inversión en medios como la prensa, el comic y el cine. (Feldman, 2011, p. 8)

2.2. World Internet Project Ecuador

El World internet Project ha estado en Ecuador desde el año 2010. Durante los últimos 9 años este proyecto busca establecer las diferencias estadísticas de consumo de internet dentro de la población. El WIP busca entender qué tipo de interacción la comunidad, desde uso y frecuencia de medios convencionales y de internet como pagos, compras, descargas, reserva de viajes, banca en línea (banca virtual), busca de información, búsqueda de contenido sexual, videos, música. El estudio del 2015 cuenta con 111 variables para el entendimiento de la sociedad frente al uso de la tecnología en sus diversos campos de medios convencionales y no convencionales. Se analizó en Quito, Ecuador en distintos grupos sociales y sectores, en su totalidad fueron 300 encuestados.

El proyecto cada año de investigación longitudinal, descriptiva, cuantitativa y cualitativa. En los años 2010-2011 y 2012 fueron estudiadas a 700 personas dentro de Ecuador en cada año respectivamente. Las muestras se aplicaron a personas mayores de 12 años hombre y mujeres. En el año 2010 fue mediante llamadas telefónicas las cuales duraron 15 a 20 minutos. En el 2011 y 2012 fue de manera presencial. Se hicieron dentro de Quito y Guayaquil en cinco zonas específicas dentro de las ciudades.

Los resultados generales del proyecto WIP en el 2010 fueron de usuarios de internet en el país de 69,4% a un 84,5% y durante el 2011 se mantuvo la misma cifra. En este sentido:

Esta cifra es significativamente alta en relación con los indicadores de penetración de los países de la zona latinoamericana. Sin embargo, es necesario precisar que “usuario” no significa “conexión”. Es decir, según el Ministerio de Telecomunicaciones del Ecuador, para finales del año 2012, la penetración “conexiones” de internet en el país, llegó al 54%. Este indicador supone que por cada punto de conexión existe alrededor de 2 usuarios. Lo que explica el alto porcentaje de consumidores “usuarios” en el país. Seguidamente, el indicador que calcula el World internet Stats (sitio internacional que proporciona información acerca del acceso a internet en el mundo y que realiza sus investigaciones en más de 233 países alrededor del mundo) publica que la internet en el Ecuador para el año 2012, alcanzó una penetración de 43,8% en todo el país. (López Jiménez, 2012, p. 42)

Es decir que, la cantidad de usuarios durante estos años creció, pero la conectividad de las personas no reflejaba. Existen partes en el país no existe conexión a internet. Las personas que viven en pueblos más pequeños tienen este problema, puesto que la conexión se dificulta al llegar a sus sectores. Un pueblo que está entre la Costa, Sierra y Amazonia tendrá este problema por indefinidas razones, una de ellas puede ser el acceso de las personas al pueblo o sector en el que estén. Para lograr conectividad se necesita traslado de herramientas y personal para instarlo y si no existe el recurso para entrar al sector, no existirá la posibilidad de que alcance internet para este sector.

La necesidad de tener acceso a internet durante los últimos años es indispensable, por ello el gobierno trata de priorizar que exista conectividad en todo el país. A nivel laboral y a nivel de investigación estudiantil es indispensable el acceso a internet. Por ello, las cifras cada vez suben más a nivel nacional por una necesidad para la comunidad.

2.3. Medios de comunicación tradicionales

Los medios de comunicación tradicionales desde sus inicios estaban presentes en nuestras vidas. En los años sesenta y setentas cuando la televisión, radio, periódico, revista, entre otros, estaba en todo lado los niños y adultos la miraban todo el tiempo. Por lo tanto, que hoy en día en comparación con los medios de comunicación no tradicionales y la llegada de internet no ha cambiado mucho:

A mediados de los setenta se estimaba que los niños de entre cinco y catorce años dedicaban un 44 por 100 más de su tiempo a ver la televisión que a aprender en la escuela. (Masterman, 1993, p. 17)

Con todo el tiempo que dedicamos a los medios de comunicación ellos han sido parte de nuestra formación e ideologización. Estamos sumergidos en donde los medios nos dicen que hacer, qué pensar, cómo actuar. Por eso se dice que:

Los medios de comunicación social fueron llamados a existir en el último cuarto del siglo xix por las posibilidades que ofrecían tanto a anunciantes como a los guardianes de la moral y la política sociales, para crear determinados tipos de concienciación en la audiencia. (Masterman, 1993, p. 19)

Los políticos usan a su favor para generar una cortina de humo. Es por ello que, se dan las guerras de la información. Los archivos secretos de los estados fueron expuestos y las mayores corrupciones, pronto salieron a luz:

Mientras tanto, mucha de la información que le interesa saber al público se omite gracias a un verdadero entramado de confidencialidad y legislación, deliberadamente extensa y general, que cuenta con la ley de Secretos Oficiales, la Ley de Prevención del terrorismo, las Noticias D y la Ley de Libelo. (Masterman, La enseñanza de los medios de comunicación, 1993, p. 23)

De este modo, en América latina tenemos regulaciones sobre los medios de comunicación. La prensa es una de las perjudicadas en el momento en que los gobiernos tratan de cerrarles el paso para comunicar o informar:

Los sistemas mediáticos latinoamericanos han sido poco regulados, en comparación con los de Europa o Estados Unidos, pero fuertemente controlados por la activa y a la vez informal relación que mantuvieron los distintos gobiernos con los dueños de las empresas periodísticas. (Becerra, 2014, p. 63)

Debido a los gobiernos en América latina, la prensa se ha vuelto más regulada obligando a la prensa a cambiar un poco su manera de titular y redactar sus noticias. Sin embargo, no se ha regulado del todo, para que no exista inconvenientes como en Estados Unidos o Europa.

2.4. El avance de la comunicación digital dentro de Ecuador

La información ahora está impactada en internet, en sitios web y en redes sociales, en donde la información tiene un flujo bastante rápido para los usuarios. En Twitter la información pasa bastante rápido, para que los usuarios se puedan enterar de las últimas noticias que están pasando a su alrededor o inclusive para su propio interés. La comunicación se ha establecido fuerte en redes sociales, debido que, los usuarios están conectados a redes sociales todo el tiempo dentro de sus celulares inteligentes. En Ecuador la red social 'Facebook' está por encima de todas, en la cual las personas a más de socializar por ahí se enteran de noticias antes que otros medios convencionales.

La reciprocidad de la comunicación debe estar presente para que las personas se interrelacionen entre ellas utilizando el uso de la tecnología. Para ello, distintos gobiernos pueden tener varios acuerdos entre ellos por medio de la tecnología y la comunicación para poder ejecutarlos. En el mismo contexto, Marshall McLuhan dijo en su libro *Understanding Media*, explica qué:

‘el *mensaje* de un medio como todo cambio de escala, ritmo o letras que ese medio provoque en las sociedades o culturas. De esta forma, el ‘*content*’ se convierte en una ilusión o visión, en el sentido de que éste se encuentra enmascarando, como La Máscara, la modificación del medio (McLuhan, 1967, p. 10)

Sin embargo, este texto no da a pensar cómo la información y el mensaje está manipulado por los gobiernos a su parecer para no confundir a la masa. La alteración de los mensajes siempre ha estado presente para que la sociedad no se altere con la cruda realidad de lo que está pasando. Lo que hacen es modificar, cambiar, maquillar, alterar la información para que la sociedad no entienda o no se entere sobre lo que está sucediendo en su alrededor.

Lo que podemos observar es cómo este avance tecnológico influye dentro de la comunicación y por ella afecta a los medios de comunicación convencionales y no convencionales. Los medios de comunicación han avanzado para poder tener información alrededor del mundo. La información es poder y si tenemos acceso a ella, más poder tenemos. La información en internet está cada vez más oculta para que la sociedad no se entere de problemas graves, como problemas económicos, de guerras o algún tipo de inconveniente para la comunidad. En el texto de Navarro, explica las metodologías y cómo se puede entender mejor como la comunicación es parte de ella:

Desde varias perspectivas se avanza en la construcción de marcos de interpretación que, por una parte, reintegren conceptual y metodológicamente la diversidad política, cultural y existencial de los *agentes* de la comunicación, y por otra permitan imaginar las dimensiones de la acción comunicativa en términos *constitutivos* y no sólo instrumentales de las prácticas sociales. (Navarro, 2000, p. 236)

Las acciones comunicativas y la base material de la tecnología necesitan una de la otra para poder avanzar junto el mismo proceso para que la sociedad las utilice a su máximo potencial.

Las personas y el consumo de los medios convencionales y no convencionales han cambiado al paso del tiempo. Todo el tiempo se está innovando nuevos aparatos tecnológicos para el ser humano, para que sean una extensión o una ayuda del conocimiento. Andrés Barrios Rubio lo explica de la siguiente manera en su texto ‘Los jóvenes y la red; usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación:

La sociedad de la información y comunicación están ligadas a los medios tradicionales por las TIC (Tecnologías de información y la comunicación) y están en un constante cambio debido a la evolución de estas. Es por esto que, existen medios convencionales y no convencionales por el cambio constante. “La red de redes, internet y la tecnología asociada a ella, se constituye hoy como una de las principales herramientas para la circulación de la cultura en el ámbito global. Si bien su concepción como medio masivo de comunicación aún está en discusión, no se puede negar que la tecnología que soporta la red ha permitido, en los últimos diez años, una serie de cambios fundamentales en la forma de entender la comunicación y en las mismas prácticas comunicativas entre sujetos. La comunicación cara a cara, la ‘comunicación por excelencia’, hoy se ve transformada por la interacción entre sujetos que no están presentes físicamente, pero que están comunicándose en tiempo real, apoyados en textos verbales, orales o escritos, y en imágenes. (Rubio, 2008, p. 6)

2.5. Uso de navegación en la web

Internet es una herramienta muy amplia con la cual se puede encontrar una gran variedad de cosas. El punto está en poder usarla para nuestro beneficio y sacarle el mejor provecho. Por eso, internet funciona de tal manera que podamos investigar y tener nuestros proyectos a flote, actualizando con las nuevas investigaciones que se puedan encontrar. El cambio es constante, siempre estamos evolucionando, cambiando, transformando, mejorando, para que los medios de comunicación tengan una mejor tecnología y con ella tener un mejor

manejo de la comunicación a nivel mundial. Internet es una herramienta comunicacional de primer uso en el siglo XXI, se ha convertido en una necesidad de primer nivel. Hoy en día es indispensable el uso para el colegio, universidad o el trabajo. El nivel investigativo que se puede tener mediante internet es extenso, se pueden hacer investigaciones con recursos de búsqueda casi infinitas. Internet tiene mucha información, es por eso que debemos saber cómo manejarla para nuestra conveniencia. Sevilla (2013) explica cómo podemos conocer a través de internet en su artículo: 'Internet y aprendizaje en la sociedad del conocimiento':

internet se está introduciendo progresivamente con novedosos medios de comunicación que nos facilitan en todos los ámbitos, sean estos profesionales, educativos o investigativos. Las potencialidades educativas de internet obligan a replantear muy seriamente la dimensión individual y colectiva de los procesos de enseñanza-aprendizaje, los ritmos o tiempos de aprendizaje, las nuevas formas de estructurar la información para la construcción de conocimiento, y las tareas y competencias docentes. (Sevilla, 2013, p. 33)

Debemos tener en cuenta que es una herramienta de aprendizaje y el uso de ella depende de nosotros. La interactividad y la facilidad que tiene el usuario para navegar en internet cada vez son más fáciles y sumamente amplias. Antes podíamos demorarnos cuatro a cinco horas buscando un artículo en la web, hoy en día podemos hacerlo con un par de clics, si sabemos usarlo. Inclusive la conectividad para navegar es más rápida cada día, permitiendo que esto nos facilite y ahorre tiempo en nuestras investigaciones u actividades.

En la mayoría del mundo la sociedad del conocimiento ha recibido la información junto a la tecnología de su entorno para aprovechar de ella. La información siempre ha sido de suma importancia en el mundo para mejorar la vida de los seres humanos. En el siguiente texto lo podremos entender mejor:

La mayor parte de la información que hemos recibido a lo largo de toda nuestra vida académica estaba contenida en palabras, en muchos casos escritas. Para nosotros resulta habitual pensar en la información en términos de libros, contenidos en bibliotecas, sedes donde se guarda el conocimiento humano. (Bartolomé, 2000, p. 111)

Octavio Islas, Fernando Gutiérrez' describen y explican cómo la tecnología viene a ser parte del ser humano. En efecto,

en los primeros años de la década de 1960, Marshall McLuhan -agudo prospectivista-, empleó en la comprensión de los medios como las extensiones del hombre un conjunto de afortunadas metáforas para referirse a los usos sociales de los medios de comunicación de masas. (Islas & Gutiérrez, 1997, p. 1)

Es así como, la tecnología debe avanzar junto con nosotros para poder tener un mejor beneficio de estas.

2.6. El avance tecnológico para el beneficio de la información y comunicación

La tecnología avanza con nosotros para mejorar nuestra calidad de vida. Por consiguiente, la navegación dentro de internet es extensa y la información está ahí, solo debemos saber buscar para obtenerlas. Durante el siglo XX las personas recibían la mayor parte de la información mediante cartas, radios, televisión, periódicos, revistas y libros. En la actualidad, en el siglo XXI, los avances tecnológicos y el progresivo cambio de internet ha acelerado para la interpretación de la información. Los flujos de información de ahora son accesibles, amplios, varios, por ello debemos saber manejarlo.

Dentro de la Sociedad de la información (Castells, 1995, p. 1) se explica cómo los seres humanos nos interrelacionamos y cómo la base material de nuestras vidas ha cambiado debido a la tecnología. Debemos evolucionar junto a ella para avanzar dentro del ámbito científico y técnico. Asimismo,

la difusión y desarrollo de ese sistema tecnológico ha cambiado la base material de nuestras vidas, por tanto, la vida misma, en todos sus aspectos: en cómo producimos, cómo y en qué trabajamos, cómo y qué consumimos, cómo nos educamos, cómo nos informamos-entretendemos, cómo vendemos, cómo nos arruinamos, cómo gobernamos, cómo hacemos la guerra y la paz, cómo nacemos y cómo morimos, y quién manda, quién se enriquece, quién explota, quién sufre y quién se margina. Las nuevas tecnologías de información no determinan lo que pasa en la sociedad, pero cambian tan profundamente las reglas del juego que debemos aprender de nuevo, colectivamente, cuál es nuestra nueva realidad, o sufriremos, individualmente, el control de los pocos (países o personas) que conozcan los códigos de acceso a las fuentes de saber y poder. (Castells, 1995, p. 1)

La información está para nosotros y debemos tener en cuenta que internet es una herramienta y debemos saber manejarla. Los medios de comunicación tratan de sacar el

mayor provecho de ella para informar o enterarse de lo que está sucediendo a nivel mundial. Es por esta razón que,

el objeto de este artículo es presentar los resultados de un estudio exploratorio sobre el uso de internet por parte de los adolescentes. El estudio intenta explorar como la familia, la cultura del grupo, la escuela, y la experiencia previa con otros medios de comunicación están orientando el uso de internet entre este grupo de edad. (Albero, 2002, p. 2)

Los avances tecnológicos han llevado a los medios a expandirse y contraerse al mismo tiempo. La transmisión digital ha dado más oportunidades para difundir de distinta manera más información. Pero esto también sirve para el receptor logre una mejor y avanzada información. Es así como, una rama de la comunicación ha cambiado un poco. El periodismo ahora lo puede hacer cualquier persona desde su celular inteligente. Se ha desarrollado blogs en internet para que la gente pueda leerlo y se pueda difundir por las redes o medios sociales. En efecto, las organizaciones de medios tradicionales ya no son la única fuente de información, hoy en día tenemos varios autores independientes en la web.

Pero no todo tiene un sentido positivo, el uso de internet en los jóvenes universitarios ha resultado más por el lado negativo que por el positivo. Esto se puede analizar mediante estudios realizados a los jóvenes y el uso que le dan a internet. internet puede ser adictivo. El estar todo el tiempo conectado a la red, viendo redes sociales, noticias o algún tipo de interacción global pueden ser adictivas. Las personas pueden pasar todo el día con conectividad para ver lo que sucede a su alrededor, haciendo de esto un excesivo uso de internet:

En efecto, la rápida expansión de la red y su uso cada vez más mayoritario, implica también la necesidad de dedicar un espacio de tiempo diario a utilizar internet, que puede conllevar en algunos casos un reajuste del tiempo dedicado a otras actividades cotidianas. (Manuel de Gracia Blanco, 2002, p. 274)

Vinculado al concepto de, la conectividad y acercamiento que tenemos globalmente nos llevan a dedicar más tiempo a situaciones que no son relevantes dentro de nuestras vidas. Se suele pasar más tiempo haciendo cosas por gusto que por oficio.

Dentro de los jóvenes el nuevo uso de las tecnologías de información y la comunicación (TIC), son las nuevas formas de comunicación provocando estilos diferentes a los

tradicionales para tratar con personas o para ser una nueva forma de relacionarse con otros seres humanos:

En este sentido Castells (2001) afirma que la red favorece la aparición de un modelo social de relación que se podría denominar individualismo en red, es decir, individuos que constituyen, en internet, sus redes de intereses y afinidades. Este individualismo no sería más que un vivo reflejo del cambio relacional que se da en nuestra sociedad: las relaciones dejan de basarse en las estructuras tradicionales como la familia, las comunidades construidas en torno a intereses concretos y en que las distancia no tiene por qué ser un factor determinante. (Graner, Beranuy, Sánchez, Chamarro, & Castellana, 2007, p. 73)

Se puede decir que internet puede aumentar algunas conductas adictivas. Los adolescentes y la juventud merecen tener una atención adecuada y personalizada al momento de tener relación con las TIC por el factor que son sensibles al momento y al entorno social en el cual viven. Por consiguiente,

adolescentes y jóvenes, entre los que están los estudiantes universitarios, se han considerado grupos de riesgo por muchos autores. Los adolescentes, por características propias de este momento evolutivo: omnipotencia, tendencia a buscar la causa de sus problemas en el otro, poca experiencia de vida, dificultad en reconocer adiciones sutiles y la sensación de la normalidad ante conductas de riesgo (Castellana y Lladó, 1999).

La evolución dentro de los jóvenes puede tener un cambio positivo como negativo. Se debe comprender que los procesos evolutivos se deben hacer en conjunto a adultos de otra generación para no caer en lo perjudicial. No obstante,

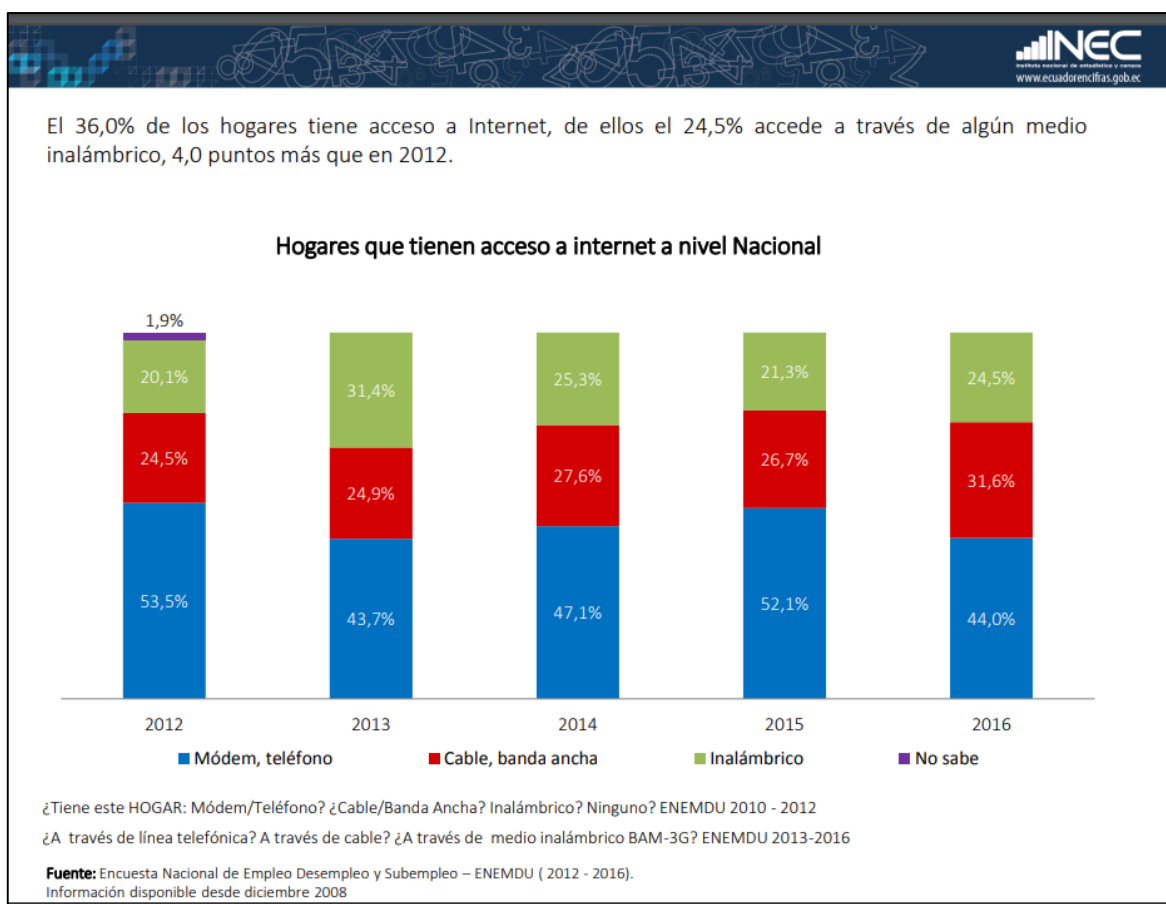
los estudiantes universitarios, por las condiciones en la que muchos viven: lejos de su hogar, inician o llevan una nueva vida estresante y desconocida, tiene la necesidad de contactar con los amigos situados en otros lugares y disponen de libre acceso a internet y móvil. (Graner, Beranuy, Sánchez, Chamarro, & Castellana, 2007, p. 87)

En contraste con lo dicho, la televisión es uno de los medios de comunicación que prevalece dentro del siglo XXI. La TV siempre ha estado para los espectadores de forma educativa o simplemente para el ocio de las personas. A pesar de la llegada de internet, las noticias en la televisión todavía tiene su credibilidad y sus enlaces siguen estando al aire. A pesar de que en internet podemos encontrar las mismas noticias que en la TV, las personas siguen viendo los noticieros para enterarse de las noticias. Por ello,

entre los distintos medios de comunicación, la televisión destaca en el presente por su hegemonía y prominencia. La prensa parece que siempre haya estado allí, y que siempre vaya a estar... el cine tuvo su era dorada, y aún hoy, transformado y actualizado, mantiene un gran carisma como «fábrica de sueños...», la radio vivió tiempos mejores, «días de radio», aunque sobrevive y busca su lugar en la «era digital...», internet resulta una apuesta pujante, emergente, de muy rápida extensión y grandes posibilidades... para lo bueno y para lo malo... pero la televisión sigue permaneciendo en el trono, reinando en las empresas multimedia como la principal fuente de negocio en la «industria cultural». En efecto, su omnipresencia casi total, tanto en el tiempo (innumerables horas de ocio televisivo) como en el espacio (televisores por todas partes), y, consecuentemente, su gran «influencia» en los múltiples telespectadores (la práctica totalidad de nuestra sociedad, a todas las edades, y en todas las clases sociales y niveles o grupos culturales), la convierten en un agente socializador de primer orden. (Belemonte Arocha & Guillamón Carrasco, 2005, p. 1)

Debido que, la televisión dentro de Ecuador sigue siendo un medio de comunicación más viable para los ciudadanos. Dentro de Ecuador todavía internet no es primera necesidad. Por ello, la TV o la radio llegan a sectores donde internet no llega. En la siguiente gráfica podemos observar cómo está distribuido internet:

Gráfico 1 Hogares con acceso a internet



Fuente: (INEC, 2016, p. 8)

Dentro de las universidades la comunicación es tradicional y digital haciendo llegar de estas dos formas el comunicado. El primero es por medio de lo tradicional como prestigio universitario y cómo se ubican dentro de las categorías universitarias, este comunicado va para los papás de los jóvenes que quieren saber cómo es la universidad. El segundo es mediante internet, redes sociales, páginas web en donde los jóvenes están todo el rato con sus teléfonos inteligentes y pueden ver las notificaciones o publicidades de la universidad. Por lo tanto, observamos que ambos medios de comunicación tradicionales y no tradicionales están trabajando en conjunto para llegar al público objetivo que ellos quieren, es decir, a los papás y a los jóvenes. Sin dejar a un lado que cualquiera del público objetivo puede enterarse por un medio y por el otro. Por último,

la presencia del mundo de la universidad en los tradicionales medios de comunicación ha ido aumentando significativamente en los últimos años. Muchas universidades se han dotado de estrategias de marketing externo e interno y de gabinetes de comunicación que

se ocupan de emitir comunicados sobre noticias de interés protagonizadas por algún miembro o equipo de la universidad, logros, proyectos de investigación, premios, publicaciones internas, página web, comunicados oficiales, etc. (Arrabal, 2003, p. 1)

3. Metodología

Los datos obtenidos para esta muestra fueron analizados con el programa Scientific Program For Social Sciences – SPSS por su versatilidad para realizar la búsqueda, comparación, análisis de los datos numéricos.

La muestra de la población consultada fue de 300 personas durante el año 2015. En este año hubo un 63.7% consumo de internet dentro de la ciudad de Quito. Este demuestra que más de la mitad de la población de Quito consume internet. Este se refiere que consumen internet, pero es diferente tener acceso a internet, es valor diferente. RF se refiere a no sabe, DK se refiere a que dejó en blanco la respuesta.

4. Interpretación de tablas cruzadas

En la tabla 1 se registra las variables ‘Uso de internet’ de modo vertical y ‘Hacer más de una actividad mientras está conectado a internet’ de modo horizontal.

Tabla 1

Uso de internet y hacer más de una actividad mientras está conectado a internet

	RF	DK	No	Sí, a veces	Sí la mayoría del tiempo	Total
RF	9	0	12	0	0	21
DK	0	13	0	7	3	23
SI	1	19	7	93	71	191
No	11	4	10	15	25	65
Total	21	36	29	115	99	300

Fuente: Elaboración propia

Se puede demostrar que las personas usan internet y están haciendo más de una actividad mientras están conectados a Internet. Por ejemplo: una persona puede estar navegando en un sitio web mientras está haciendo una un ensayo o un trabajo investigativo.

Como se observa en la tabla 1, de 115 personas, 93 responden ‘si a veces’, lo cual se refiere que si están haciendo más de una cosa en internet. Sin embargo, en la última respuesta ‘la mayoría de tiempo’, 71 de 99 personas responden que todo el tiempo están haciendo más de una actividad.

En la tabla 2 se registra las variables ‘**Uso de internet**’ de modo vertical y ‘**tipo de conexión a internet en casa**’ de modo horizontal.

Tabla 2

Uso de internet y tipo de conexión a internet en casa

	RF	DK	Modem Telefónico	Banda Ancha	Señal móvil	Otra	Total
RF	0	9	0	0	12	0	21
DK	0	2	4	3	2	12	23
SI	1	32	42	91	23	2	191
No	16	8	27	9	5	0	65
Total	17	51	73	103	42	14	300

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla 2, existen varios tipos de conectividad a internet en casa. La primera es conexión vía teléfono, es decir, el acceso a internet es está preestablecida mediante un número telefónico convencional. La segunda es conexión a internet rápida, siempre está en línea y es más rápida que por teléfono convencional. La tercera y última, es conexión a internet mediante un dispositivo inalámbrico que da acceso. Este puede ser un USB, un modem, una Tablet o un teléfono inteligente que imita la señal. Por último,

tenemos a ‘otra’ que significa que es un tipo de conectividad variable y distintos a los mencionados.

En la primera respuesta de conectividad mediante un teléfono módem un total de 73 personas, 42 personas responden que si tienen en su hogar y 27 que no. En la segunda respuesta con un total de 103 personas, 91 personas han colgado que sí y 9 que no. En la tercera respuesta de conectividad o señal móvil con un total de 42 personas, 23 han dicho que si y 5 que no. Por último, la conectividad de ‘otra’ manera para tener acceso a internet tiene como respuesta de 14 personas, 12 no sabe, y 2 que si tienen acceso a internet.

En la tabla 3 se registra las variables ‘**Uso de internet**’ de modo vertical y ‘**conexión a internet en casa**’ de modo horizontal.

Tabla 3

Uso de internet y conexión a internet en casa

	RF	DK	Si	No	Total
RF	0	0	9	12	21
DK	1	2	6	14	23
Si	0	2	165	24	191
No	1	2	15	47	65
Total	2	6	195	97	300

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla 3, en esta tabla tenemos como respuesta ‘SI’ y ‘NO’ sobre ‘Conexión a internet en casa’. Con un total de 195 en la respuesta SI, 165 responden que, SI tienen conexión online mediante el uso de internet, y por otro lado 15 personas dicen que NO. En la segunda respuesta está un poco más variado y esto dependería de del uso que tienen en internet, sea en casa o trabajo o algún lugar distinto que el hogar.

En la tabla 4 se registra las variables ‘**confiabilidad de la información en internet**’ de modo vertical y la ‘**importancia de internet como fuente de información**’ de modo horizontal.

Tabla 4

Confiabilidad de la información en internet e importancia de internet como fuente de información

	RF	DK	No es importante del todo	No es importante	Neutro	Importante	Muy importante	Total
RF	0	0	0	0	0	1	0	1
DK	1	17	0	8	8	9	25	68
Nada	0	0	13	0	0	4	12	29
Bajo porcentaje	0	0	0	7	4	8	23	42
La mitad	0	9	2	2	8	27	32	80
La mayoría	0	14	0	1	14	8	12	49
Toda	0	0	0	0	1	26	4	31
Total	1	40	15	18	35	83	109	300

Fuente: Elaboración propia.

Un bajo porcentaje de personas encuestadas ha destacado que no es tan importante la confiabilidad o tan importante el uso de internet como fuente de información. Con lo podemos deducir que los medios no convencionales son importantes para informarse y tener una verídica fuente de información. Mientras que se puede derivar que un porcentaje de personas encuestadas piensa que no los medios no convencionales son los que tiene la información verídica y con fuentes de información veraces.

Como se observa en la tabla 4, en el total de 15 personas han colocado que no es importante del todo. En la segunda, 18 personas han dicho que no es importante. En la tercera, 35 personas han puesto que es neutro siendo algo más propenso a tener más confiabilidad de información en internet. En la cuarta, 83 personas han dicho que es importante la mitad y la mayoría de lo que encuentra en internet. En la quinta y última, las respuestas varían con un total de 109 personas, en su mayoría 32 han colocado: solo la mitad de confiabilidad de internet la mitad debe tener efecto muy importante.

En la tabla 5 se registra las variables '**Estudiantes o no estudiantes**' de modo vertical y '**uso de internet**' de modo horizontal.

Tabla 5

Estudiantes o no estudiantes y uso de internet

	RF	DK	Si	No	Total
DK	0	0	1	0	1
SI	14	15	105	33	167
No	7	8	85	32	132
Total	21	23	191	65	300

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la tabla 5, si tienen conexión a internet y son estudiantes tenemos a 105 respuestas que 'si' tienen conexión a internet. Mientras que, 85 respuestas 'no son estudiantes y si tiene conexión a internet. La segunda respuesta tiene a 33 respuestas como consecuencia que 'si' son estudiantes, pero no tiene conexión a internet. Y 32 respuestas no tiene conectividad y no son estudiantes.

En la tabla 6 se registra las variables '**Frecuencia de revisar el e-mail**' de modo vertical y '**uso de internet**' de modo horizontal.

Tabla 6

Frecuencia de revisar el e-mail y uso de internet

	RF	DK	Si	No	Total
RF	0	0	13	1	14
DK	0	0	15	19	34
Nunca	0	0	10	18	28
Revisar pasando los meses	0	12	9	15	36
Mensualmente	12	1	4	0	17
Semanalmente	9	2	24	2	37
Diariamente	0	4	65	5	74
Varias veces en el día	0	4	51	5	60
Total	21	23	191	65	300

Fuente: Elaboración propia.

El e-mail es una herramienta que tiene internet desde sus inicios. Los e-mails, tal como las cartas, servían para socializar o tener un interés por la persona destinada, pero con el paso del tiempo ha cambiado. Hoy en el día el e-mail sirve para mandar archivos o información de alta relevancia, puesto que las redes sociales sirven para socializar. En la tabla podemos analizar como la frecuencia de revisar el e-mail y el uso de internet es bajo en sentido de uso diario, esto se debe que solo la información relevante o importante es enviada por ahí, por ello lo revisan un par de veces en el mes.

Como se observa en la tabla 6, La frecuencia de revisar el e-mail 'nunca' tiene 10 respuestas 'si' y 18 no lo hace con el uso de internet. La respuesta 'revisa pasando los meses' tiene 9 que 'no' lo hace con el uso de internet. La respuesta de revisar el e-mail todos los 'meses' tiene como respuesta 'RF', es decir, no se sabe o no recuerda y 1 no responde. La respuesta de ver 'semanalmente' tiene como respuesta 'RF', es decir, no se sabe o no recuerda. La respuesta de ver 'diariamente' el e-mail tiene como respuesta 8 que 'si' tienen y lo hacen con el uso de internet.

En la tabla 7 se registra las variables ‘**Estudiante y no estudiantes**’ de modo vertical y ‘**la importancia de internet como fuente de información**’ de modo horizontal.

Tabla 7

Estudiantes o no estudiantes y la importancia de internet como fuente de información

	RF	DK	No es importante del todo	No es importante	Neutro	Importante	Muy importante	Total
DK	0	0	0	0	0	0	1	1
Si	6	11	4	29	38	52	27	167
No	6	16	8	11	24	36	31	132
Total	12	27	12	40	62	88	59	300

Fuente: Elaboración propia.

La televisión es un medio de comunicación tradicional y el primer medio en influenciar a masas junto a la radio. Los estudiantes son las nuevas generaciones, siendo ellos los que nacieron con la tecnología, la televisión tiene un rol poco importante para ellos. La información ahora está en la web y sobre todo en las redes sociales en donde las personas de nuevas generaciones pasan la mayoría del tiempo. Hoy en día no se utiliza mucho la televisión, más que para ver noticias o información de alta relevancia, puesto que, la televisión es un medio confiable como fuente de información.

Como se observa en la tabla 7, en la primera respuesta, solo tenemos una respuesta de, ‘no es importante del todo’ y los que no son estudiantes han colocado 4 que ‘no es importante del todo’. En la segunda, 29 de los que son estudiantes dicen que ‘no es importante’ y 11 que no son estudiantes dicen ‘no importante’. En la tercera respuesta, 38 estudiantes ‘no están decididos o están neutrales’. En la cuarta respuesta, 52 estudiantes dicen que ‘es importante’ y los que no son estudiantes solo 36 piensan que ‘es importante’. En la quinta respuesta, 27 estudiantes dicen que es ‘es muy importante’ mientras que 31 no estudiantes dicen que ‘es muy importante’.

En la tabla 8 se registra las variables ‘**Estudiante y no estudiantes**’ de modo vertical y ‘**la frecuencia de navegar en la web**’ de modo horizontal.

Tabla 8

Estudiantes o no estudiantes y la frecuencia de navegar en la web

	DK	Si	No	Total
RF	0	6	6	12
DK	0	6	18	24
Nunca	0	31	11	42
Revisar pasando los meses	0	13	10	23
Mensualmente	0	23	16	39
Semanalmente	0	24	28	52
Diariamente	0	38	29	67
Varias veces en el día	0	26	14	41
Total	0	167	132	300

Fuente: Elaboración propia.

Los estudiantes y no estudiantes pasan la mayoría de su tiempo libre en las redes sociales, pero tiene un tiempo determinado para navegar en la web en búsqueda de algo que les interese o algún tipo de investigación. Las redes sociales siendo también un medio de comunicación es lo que les atrae a los jóvenes. La ventaja de las redes sociales, hoy en día tenemos toda la información importante en la misma, desde noticias locales hasta internacionales. Es por ello por lo que, la frecuencia de navegar en la web es limitado y específico para cada actividad. Navegar en internet sirve para buscar cosas de interés propio. Cada ser humano es distinto que otro, por lo tanto, cada uno tiene intereses distintos.

Como se observa en la tabla 8, Los que son estudiantes con un total de 167 respuestas. En la primera variable 31 respuestas han dicho que ‘nunca’ han navegado en la web. En la segunda, han dicho 13 veces que ‘revisa pasando los meses’ la web. En la tercera, han dicho 23 que lo hacen ‘mensualmente’ a la web. En la cuarta, ha dicho 24 que lo hacen ‘semanalmente’ a la web. En la quinta, han dicho 38 que lo hacen ‘diariamente’ entrar a la web. En la sexta, han dicho 26 que lo hacen ‘varias veces en el día’ entrar en la web.

Los no estudiantes con un total de 32 respuestas. En la primera han dicho 11 que ‘nunca’ entrar a la web. En la segunda, han dicho 10 que ‘revisa pasando los meses’ la web. En la tercera, ha dicho 16 que ‘mensualmente’ entran a la web. En la cuarta, han dicho 28 que entran ‘semanalmente’ a la web. En la quinta, 29 han dicho que lo hacen ‘diariamente’ entrar la web. En la sexta, han dicho 14 que lo hacen ‘varias veces en el día’ entrar a la web.

El análisis e interpretación de resultados se presentan de manera integrada considerando los resultados obtenidos de la técnica de entrevista. El siguiente análisis que se desglosa se presenta según los objetivos establecidos al inicio.

4.1. Conocer el consumo de internet en medios convencionales y no convencionales de los usuarios de Quito dentro de los distintos grupos mencionados.

A través de los resultados derivados de la aplicación en las entrevistas, se obtuvo que las personas dentro de Quito aún utilizan ambos medios de comunicación. Los medios convencionales siguen siendo un fuerte dentro de la población quiteña. Tienen veracidad, eficiencia y está al alcance de la mayoría de la población.

El consumo de los medios convencionales y no convencionales varía según los resultados dados. Lo que es notable, es que, los medios convencionales siguen siendo presente dentro de la comunidad.

Debido a que, en el presente siglo veintiuno tener internet en casa aun no es una necesidad primaria, como luz o agua, la población quiteña no tiene acceso a internet en sus hogares. Es por ello por lo que, los medios de comunicación no convencionales están dentro de un porcentaje menor en comparación de otros países. Sin embargo, las personas que no tiene acceso a internet en hogares de alguna manera logran conectarse a través del trabajo,

estudio o en un café net. Esto nos indica que, para la persona es importante ver lo que sucede dentro de los medios no convencionales, de dicha manera en redes sociales.

4.2. Conocer la frecuencia con la que se utiliza internet en los medios de comunicación convencionales y no convencionales dentro de los grupos mencionados.

Los medios de comunicación convencionales han utilizado internet para el alcance de más amplitud dentro de sus noticias. Debido a la llegada de internet los medios convencionales han tenido que adaptarse a los medios no convencionales, puesto que, durante esta época la información viaja de manera más rápida dentro de las redes sociales y dentro de internet.

Un aspecto relevante de mencionar es que internet está adaptado para ambos medios, y su trascendencia es vital para ambos. Para tener una referencia del alcance, podemos observar que, los medios convencionales utilizan ambos a la vez. Por ejemplo: hacen una transmisión en vivo vía televisión y a la vez lo hacen vía internet en redes sociales.

4.3. Conocer la frecuencia con la que las personas usan el navegador de internet

A partir de los resultados obtenidos, es posible señalar, que el grupo entrevistado utiliza internet de varias formas. Se puede destacar que los usuarios lo usan para estar en redes sociales, investigaciones escolares o laborales y finalmente por ocio.

La frecuencia con la que lo utilizan es alta, con el conocimiento que hoy en día toda información está directamente en internet en tan solo segundos.

4.4. Conocer la frecuencia de usuarios que tiene conexión a internet en casa.

De acuerdo con los resultados, la conexión a internet en dentro de Quito no es una primera necesidad. Las encuestas revelan al 35 a 45 por ciento no tiene acceso a ella. Las personas a pesar de que no tengan conexión en su hogar lo tienen a su alcance fácilmente, sea en el trabajo, estudio o en algún café net. No obstante, con el tiempo internet dentro de Quito se está volviendo primera necesidad para todas las personas.

4.5. Conocer los beneficios de uso de internet dentro de los medios de comunicación

La evidencia de los beneficios de uso de internet dentro de los medios de comunicación es múltiple. En primer lugar, los resultados presentan que internet dentro de los medios están en constante crecimiento como una fuente de veracidad de información.

En segundo lugar, ahora los medios convencionales y no convencionales se están mezclando, fusionando unos con otros para que la información llegue a más gente. El unir televisión e internet dentro de una importante noticia hace que los medios estén juntando para tener una mayor eficacia.

En tercer lugar, dentro del ámbito laboral y colegial los medios de comunicación han sido de ayuda para empleados como para estudiantes. Los empleados pueden tener una mejor labor mediante el uso de internet les favorece a la compañía en la que trabaja. Por otro lado, los estudiantes utilizan para investigar, navegar, acudir y enviar trabajos designados por profesores. Por ello, Hoy en día no hay limitación en la investigación sobre algún tema en específico.

5. Conclusiones

Las conclusiones a los que es posible llegar con el presente estudio, apuntarán a la reflexión con el uso de los medios convencionales y no convencionales de los usuarios de los grupos designados en la ciudad de Quito. Dichas conclusiones, son presentadas ordenadamente de acuerdo con cada uno de los objetivos que fueron planteados por la investigación, así también, permiten dar respuestas a las preguntas de investigación.

Con respecto del primer objetivo que busca conocer la frecuencia con la que se utiliza internet en los medios de comunicación convencionales y no convencionales dentro de los grupos mencionados, se logró observar que:

- Medios convencionales y no convencionales son utilizados por los usuarios de Quito de distinta forma. Utilizan uno con el otro de forma complementaria para aportar más información. Al unir ambos medios logran tener una mejor trascendencia para los usuarios en Quito.
- La mayoría de los usuarios tiene acceso a ambos medios. Pero con los resultados en dichas tablas podemos concluir que los medios no convencionales aún no están como primera necesidad dentro de la población quiteña.

- Ambos medios son utilizados con el fin de buscar información, investigación y ocio.

Con respecto al segundo objetivo que procura establecer la frecuencia con la que las personas usan el navegador de internet, se logró observar que:

- El uso del navegador es frecuente y se lo utilice para trabajo, investigación y ocio.
- En los resultados de los datos se logró observar que los estudiantes utilizan o frecuentan más para navegar, en comparación a los que no son estudiantes lo utilizan con menor frecuencia.
- Hoy en día el correo electrónico es suma importancia. Recibimos facturas, noticias, correos de trabajo o estudio. En los resultados se logró observar que la gente utiliza también para revisar su bandeja principal de correo.

Con respecto al tercer objetivo que busca conocer la periodicidad de usuarios que tiene conexión a internet en casa, se logró observar que:

- Primeramente, específicamente hay que aclarar que es importante, definir qué tipo de conexión a internet tienen los usuarios, puesto que, no todas las conexiones son iguales. Existen unas más rápidas que otras. Sin embargo, se debe constatar que no todos los encuestados tiene acceso a internet en hogares. Sabiendo esto, más del 65,5% de los encuestados tiene internet en casa de distinta forma.
- El 34,3% de los encuestados tienen banda ancha, lo que significa que siempre están conectados a internet. El 24,3% tienen conectividad vía teléfono modem, lo que significa que solo se conecta para un uso específico. El 14% tiene conectividad vía teléfono móvil o empresa telefónica lo cual tiene un uso limitado por mes. Y por último 4,7% tienen otro tipo de conectividad.
- Dentro de los encuestados, los estudiantes utilizan más internet que los que no son estudiantes.

Con respecto al cuarto objetivo que buscaba conocer los beneficios de uso de internet dentro de los medios de comunicación, se logró observar que:

- Ambos medios de comunicación se unifican para formar uno y tener más trascendencia en su información.
- Los dos tipos de medios de comunicación son veraces, pero como internet es amplio, tiende a tener noticias falsas. Es por eso que, los medios convencionales por el momento son mejor fuente de información con mayor veracidad.
- Internet es global y los medios de comunicación lo que buscan es transmitir un mensaje. Al momento de unir medios convencionales con no convencionales logran que su mensaje tenga mejor impacto. Llega a todos varias formas, mediante la televisión, redes sociales, radios, periódico, revistas digitales, entre otros.

Bibliografía

- Albero, M. (2002). Adolescentes e Internet. Mitos y realidades de la sociedad de la información. *Zer, revista de estudios de comunicación*, 7(13), 1-8.
- Arrabal, G. (2003). *Universidad, deportes y medios de comunicación*. Obtenido de Pensar Iberoamérica, revista de cultura: <https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric03a06.htm>
- Baca Feldman, C. F. (2011). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Jesús Martín Barbero (1987). *Razón y palabra*(75), 1-19.
- Barrios Rubio, A. (2009). Los jóvenes y la red; usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación. *Signo y pensamiento*, XXVIII(54), 265-275.
- Bartolomé Pina, A. R. (2000). Sociedad del conocimiento, sociedad de la información, escuela. *Textos de didáctica de la lengua y la literatura*, 13-28.
- Becerra, M. (2014). *Medios de comunicación: América Latina a contramano*. Obtenido de Nueva sociedad: <http://nuso.org/articulo/medios-de-comunicacion-america-latina-a-contramano/>
- Belemonte Arocha, J., & Guillamón Carrasco, S. (2005). Televisión, educación y construcción de identidad de los telespectadores. *Comunicar*(25), 1-6.

- Campos Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63), 277-286.
- Castells, M. (25 de 02 de 1995). *La sociedad de la información*. Obtenido de El País: https://elpais.com/diario/1995/02/25/opinion/793666808_850215.html
- Colás Bravo, P. (2003). Internet y aprendizaje en la sociedad del conocimiento. *Comunicar*(20), 31-35.
- Fuentes Navarro, R. (2005). Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación sociocultural de los usos de internet. En M. Vassallo-DeLopes, & R. Fuentes Navarro, *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas* (págs. 229-245). Tlaquepaque, Jalisco: ITESO, UAA, Universidad de Colima y Universidad de Guadalajara.
- Gracia Blanco, M. d., Vigo Anglada, M., Fernández Pérez, M. J., & Marcó Arbones, M. (12 de 2002). Problemas conductuales relacionados con el uso de Internet: Un estudio exploratorio. *Anales de psicología*, 18(2), 273-292. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/167/16718206/>:
<http://www.redalyc.org/html/167/16718206/>
- Graner, C., Beranuy Fargues, M., Sánchez Carbonell, X., Chamarro Lusa, A., & Castellana Rosell, M. (2007). ¿Qué hacen los jóvenes y adolescentes de internet y del móvil? *Comunicación e xuventude: Actas do Foro Internacional* (págs. 71-90). Barcelona: Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia.
- Hopenhayn, M. (2004). *Orden mediático y orden cultural: una ecuación en busca de resolución*. Obtenido de Pensar Iberoamérica, revista de cultura: <https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric05a02.htm>
- INEC. (2016). *Tecnologías de la información y comunicaciones (TIC)*. Obtenido de INEC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_TIC_2016.pdf
- Islas, O., & Gutiérrez, F. (1997). Comunicación en la Vida Cotidiana. *Razón y palabra*(6). Obtenido de Razón y Palabra: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n6/vehi.htm>

- López Jiménez, D., Callejo, G., Rodrigo Mendizábal, I., & Cajiao, E. (2013). Consumo de Internet en el Ecuador entre los años 2010 y 2012: hacia una ecología de la comunicación. *ComHumanitas*, 4(1), 15.
- Martín Barbero, J. (2004). *Medios y Culturas en el espacio latinoamericano*. Obtenido de Pensar Iberoamérica, revista de cultura: <https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric05a01.htm>
- Masterman, L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones de La Torre.
- McLuhan, M. (2000). *El medio es el mensaje*. Barcelona: Paidós.
- Mercader, A. (2004). *Cultura y medios masivos*. Obtenido de Pensar Iberoamérica, revista de Cultura: <https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric05a00.htm>
- Moragas, M. d., Terrón, J. L., & Rincón, O. (2017). *De los medios a las mediaciones de Jesús Martín Barbero, 30 años después*. Barcelona: UAB.
- Trejo Delarbre, R. (2006). *La sociedad de la información y sus laberintos*. Barcelona: Gedisa.