



Hábitos de consumo y uso de medios digitales en los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte

Mgs. Andrea Verenice Basantes Andrade

Mgs. Miguel Naranjo Toro / Mgs. Mónica Cecilia Gallegos Varela

Docentes de la Universidad Técnica del Norte

Lcdo. Pablo Javier Grijalva Rodas / Mgs. Jenny Elizabeth Villarreal Castillo

Comunicadores Sociales

avbasantes@utn.edu.ec

RESUMEN

El crecimiento exponencial de Internet ha introducido cambios sustanciales en la forma de actuar, trabajar, comunicarnos y fundamentalmente en el aprendizaje. Este avance tecnológico es un recurso indispensable para innovar las prácticas pedagógicas y alcanzar el desarrollo humano que la sociedad requiere. Por lo tanto, el propósito de esta investigación es identificar los hábitos de consumo y uso de medios digitales en los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte a fin de considerar su empleo en el aprendizaje. El estudio es no experimental, cualitativo y descriptivo para el cual se utilizó un instrumento de medición de tipo cuestionario en una muestra no probabilística de 321 estudiantes. Los resultados obtenidos permiten evidenciar que el 65% son mujeres, 94% tienen entre 18 a 24 años de edad, 42% emplea una Laptop para acceder a internet y el 35% usa Smartphone. Así mismo, el 82% pasa entre 1 a 7 horas navegando en la red, el servicio de mensajería instantánea de mayor uso es WhatsApp y la red social con mayor alcance entre los estudiantes es Facebook. Sin embargo, se puede concluir que 9 de cada 10 estudiantes usan los medios digitales e internet para realizar sus tareas educativas; por lo tanto, la influencia e impacto de la tecnología e Internet es positiva en los estudiantes de la comunidad universitaria.

Palabras Clave: MEDIOS DIGITALES, HÁBITOS DE CONSUMO, INTERNET, MEDIOS SOCIALES, TIC.

ABSTRACT

Consumption Habits and Digital Media Usage of Students at Técnica del Norte University

The exponential growth of Internet has introduced substantial changes in the way we act, work, communicate, and fundamentally in learning. This technological advance is an indispensable resource to innovate pedagogical practices and to reach a human development that the society requires. Therefore, the purpose of this research is to identify the consumption habits and usage of digital media of students at Técnica del Norte University, considering their use to learn. This study is non-experimental, qualitative and descriptive, a questionnaire-type measurement instrument was used in a non-probabilistic sample of 321 students. The results show that 65% are women, 94% are between 18 and 24 years old, 42% use a Laptop to access to Internet and 35% use a Smartphone. Likewise, 86% spend between 1 and 7 hours surfing the net, the most used instant messaging service is WhatsApp and the social network with greater reach among students is Facebook. However, it can be concluded that 9 out of 10 students use digital media and internet to perform their educational tasks; therefore, the influence and impact of technology and the Internet is positive in the students of this university.

Keywords: DIGITAL MEDIA, CONSUMPTION HABITS, INTERNET, SOCIAL MEDIA, ICT.

Introducción

La tecnología ha progresado significativamente, y la comunicación no se ha quedado atrás, si bien el internet es considerado como el principal medio digital de transferencia y recepción de datos, la creación del teléfono celular y los medios de comunicación experimentan un cambio más evidente que se refleja en la conducta o hábitos para transmitir información hacia las sociedades que hoy en día se adaptan a las nuevas realidades digitales. (Alfaro, 2010) manifiesta que los medios y tecnologías ya no conforman aparatos externos al sujeto, al contrario, forman parte de la vida cotidiana de la persona y de su entorno.

Se puede sintetizar el nuevo rol de los medios que según López describe con una breve reseña histórica cuando la prensa fue reemplazado por la radio y este cambió por la televisión. *“Y hoy la globalización de la cultura y la revolución tecnológica se lo ha cambiado a todos los medios de comunicación masiva”* (López, 2004). Dentro de este proceso, se otorga a las tecnologías un papel transformador y revolucionario en todos los niveles, permitiendo la multiplicación de las posibilidades comunicativas con flujos de datos hasta ahora inimaginables.

La digitalización de la información

está cambiando el soporte primordial del saber y el conocimiento, así como nuestros hábitos y costumbres en relación a como se alcanza el conocimiento, la comunicación y, a la postre, nuestra forma de pensar (Adell J, 1997). La comunicación inalámbrica se ha difundido con mayor rapidez que cualquier otra tecnología (Castells, Fernández, Linchuan, & Araba, 2006). Por consiguiente, las instituciones de Educación Superior deben responder a este desafío, promoviendo un cambio transformador en el docente y el educando referente al uso de medios sociales como experiencias innovadoras en los procesos de enseñanza aprendizaje, apoyado en las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

El uso de medios de comunicación e información en las prácticas pedagógicas es un recurso indispensable para alcanzar el desarrollo de las competencias en los estudiantes y las dinámicas de la sociedad actual (Altablero, 2005). A partir de los constantes cambios tecnológicos, la comunicación en el mundo se transforma se adapta a las nuevas plataformas digitales. Según datos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones de las Naciones Unidas, a nivel mundial los usuarios de internet alcanzaron los 3 mil millones. Esta cifra representa alrededor del 40% de la población mundial. Y del total de usuarios

de internet, el 32% accede a la red a través de su teléfono inteligente (CORDICOM, 2013).

En el año 2013, en Ecuador, se realizó la Encuesta Nacional de Tecnologías de la Información y Comunicación, del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2014) obteniendo algunos resultados relevantes, por ejemplo: 64% de las personas que usa internet lo hacen por lo menos una vez al día, y en relación a las provincias con mayor acceso a Internet, Imbabura ocupa el cuarto lugar a nivel nacional con 42%. Además se refleja que el 40.4% de los ecuatorianos de áreas urbanas y rurales tienen acceso a la red de Internet. (MINTEL, 2013).

El empleo de internet está propiciando en los estudiantes universitarios una visión del mundo distinta, generando nuevas habilidades e impactando su vida social y académica (Echenique, 2013). En este entorno, las redes sociales permiten construir conjuntos organizados de personas que para (Christakis, 2010) forman dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos. Por lo tanto, permite analizar los hábitos de consumo digital. Para (Otero, 2012), las redes sociales configuran formas de interacción social, espacios de convivencia y conectividad definidos por medio de una serie de intercambios de carácter dinámico entre los sujetos que las forman. Según la encuesta de condiciones de vida realizada por el INEC en el año 2014, en el Ecuador un 98% de personas mayores de 12 años tienen una cuenta de Facebook. (INEC, 2014).

Con este contexto, los medios de comunicación desde cualquier punto de vista influyen en las percepciones y decisiones de sus receptores; por lo tanto es necesario identificar los hábitos de consumo y el uso de medios digitales en los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte a fin de considerar su empleo en el aprendizaje. Para alcanzar el objetivo se analiza algunos aspectos como: la tenencia de dispositivos en el hogar para acceder a Internet; cuáles son los medios que usa para informarse;

el horario, lugar, dispositivo y tiempo de conexión a Internet; el uso y ventajas que los estudiantes universitarios tienen sobre los medios digitales en internet.

Materiales y Métodos

El estudio es no experimental, cualitativo y descriptivo, ya que los resultados obtenidos no son generalizables a otros contextos. El desarrollo de la investigación se dividió en tres fases:

Fase1 - Recolección de información

La recopilación de la información se llevó a cabo desde el mes de enero del 2016, mediante el uso de las bases de datos bibliográficas de la Universidad Técnica del Norte (Ebsco, Scopus, SCImago y ProQuest) y Google Scholar; se obtuvo 40 referencias con enfoque a los estudios que contienen las palabras claves hábitos de consumo digital, medios digitales, tecnología, comunicación, redes sociales. Con el empleo de fichas de trabajo se seleccionó las ideas pedagógicas, didácticas y tecnológicas relevantes relacionadas con el problema y su solución. Se buscó identificar los hábitos de consumo y uso de medios digitales en los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte a fin de considerar su empleo en el aprendizaje.

Fase2 - Diagnóstico de la muestra

Se realizó una matriz de relación (objetivos, variables, indicadores, técnicas y público). Se estableció tres variables investigativas: hábitos de consumo, medios digitales, proceso de aprendizaje de las cuales se derivaron los indicadores que permitieron recolectar la información requerida. El cuestionario piloto contenía 30 preguntas de selección múltiple a fin de identificar los hábitos de consumo y uso de medios digitales en los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte.

La validación del contenido se realizó durante el mes de marzo del 2016, para lo cual se visitó a 3 expertos de la Universidad Técnica del Norte. Ellos calificaron la for-

mulación, interpretación, comprensión y claridad de cada pregunta. Se eliminaron algunas preguntas y se reformularon otras que, a criterio de los expertos no eran necesarias o estaban repetidas. Finalmente, el instrumento validado se conformó con 24 preguntas dirigido a los estudiantes. La aplicación del instrumento fue realizada entre la primera y segunda semana del mes de abril de forma online a través del programa Google Forms; por consiguiente, los resultados se obtuvieron de manera inmediata.

Población y muestra: Se realizó un muestreo aleatorio simple no probabilístico con 321 estudiantes de la Universidad Técnica del Norte distribuidos en las Carreras de Psicología General, Contabilidad y Auditoría, Ingeniería Comercial, Terapia Física, Enfermería, Nutrición, Agroindustrias, Agropecuaria y Sistemas Computacionales. La muestra se obtuvo después de aplicar la fórmula a un universo de 8000 estudiantes en el periodo académico abril-agosto 2016.

Fase3 - Análisis de datos

Para el análisis de los datos se elaboró una matriz y gráficos estadísticos en Excel donde se evidencia los porcentajes y frecuencias obtenidos en cada una de las preguntas del instrumento aplicado a la muestra de estudiantes.

Resultados

En la descripción general de la muestra de 321 estudiantes universitarios, se encontró que 65% son mujeres y 35% son hombres, la edad máxima es de 31 años y la mínima 18, con un promedio del 93.8% en el rango de 18 a 24 años de edad, quienes estudian en los programas académicos de Psicología General (28%), Contabilidad y Auditoría (21%), Agropecuaria (15%), Sistemas Computacionales (13%), Ingeniería Comercial (11%), Agroindustrias (7%), Nutrición (5%).

En los resultados relacionados a la

pregunta: ¿A través de qué medios se informa sobre nuevas tecnologías, dispositivos, teléfonos, entre otros?, el principal medio que usan los estudiantes universitarios para conocer las novedades tecnológicas es el internet (96%), con menor frecuencia mencionan los comentarios en medios de comunicación, seguido por referencias personales y publicidad de marcas, tal como se muestra en la Figura 1. El internet en el hogar es muy frecuente, 8 de cada 10 estudiantes tienen acceso a este servicio.

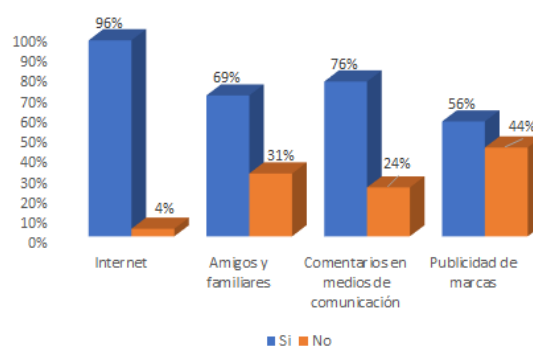


Figura 1 Medios que usa el estudiante para informarse sobre nuevas tecnologías

En referencia a los dispositivos que posee en el hogar para acceder a internet, el 77% de estudiantes manifiestan que tiene una Laptop, en segundo lugar, con mayor acceso y uso personal se encuentran los Smartphone, en tercer lugar las computadoras de escritorio y con menor acceso la Tablet, Smart TV, reproductores MP3 o IPod, Consola de Juegos. Además, el dispositivo que emplea para acceder a internet es una Laptop (42%) y el 35% usa Smartphone.

Para conocer el tiempo de navegación de internet, se les preguntó: En un día entre semana, aproximadamente ¿cuánto tiempo está conectado a Internet, considerando todas las veces que ingresa a consultar algo?, los resultados revelan que el 82% pasa entre 1 a 7 horas navegando en la red, mientras que en los fines de semana la diferencia es mínima con el 83%; es decir, existe un ligero aumento en el acceso a Internet que de lunes a viernes. (Ver Figura 2)

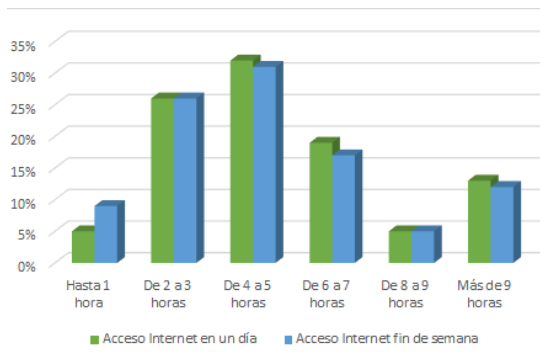


Figura 2 Frecuencia de acceso a Internet

Así mismo, se indagó los horarios que más utilizan para acceder a internet, obteniendo como resultado que el 58% se conectan entre 8 y 12 de la noche, el 25% a las 3 de la tarde a 7 de la noche. La mayoría de los estudiantes se conectan a internet con servicios de prepago de las empresas telefónicas. Sin embargo, 3 de cada 10 estudiantes tiene contratado un plan para conectarse a internet desde su teléfono y 7 de cada 10 estudiantes requieren de una conexión Wi-Fi para tener activo el servicio de Internet.

En relación a la pregunta ¿qué otras actividades realiza mientras usa Internet?, como se puede observar en la Figura 3, 97% de estudiantes utilizan internet para estudiar o realizar tareas educativas; así mismo escuchar música es una actividad recurrente. Cabe señalar que 6 de cada 10 estudiantes utilizan internet para leer seguido de comunicarse con amigos y hacer labores del hogar.

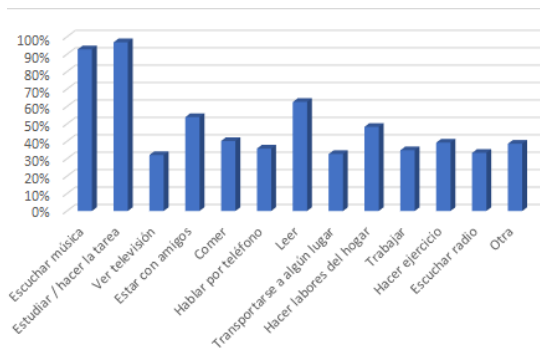


Figura 3 Actividades en Internet

En la pregunta: Pensando en la última semana, ¿usó Internet para...?, es interesante evidenciar que la mayoría de estu-

diantes utilizan internet para su educación y trabajo. El internet es también una herramienta muy frecuente para enviar y recibir correos, chatear, investigar temas de interés, escuchar música, ver videos, redes sociales. No obstante, se observa que el internet promueve el acceso a la lectura por iniciativa. (Ver Figura 4).

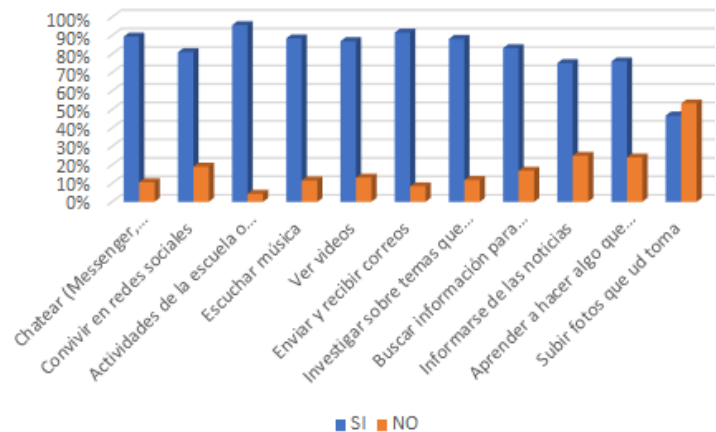


Figura 4. Actividades recientes en Internet

En el análisis de las páginas o sitios que emplean los estudiantes para buscar información se determinó que el 98% usa el buscador de Google, seguido por Youtube con 85% y el 82% utiliza Google Académico. Sin embargo, hay que resaltar que el 79% de estudiantes aprovechan los servicios internos de la Universidad Técnica del Norte a través de la búsqueda de información en las bases bibliográficas asociadas y en el repositorio online. (Ver Figura 5).

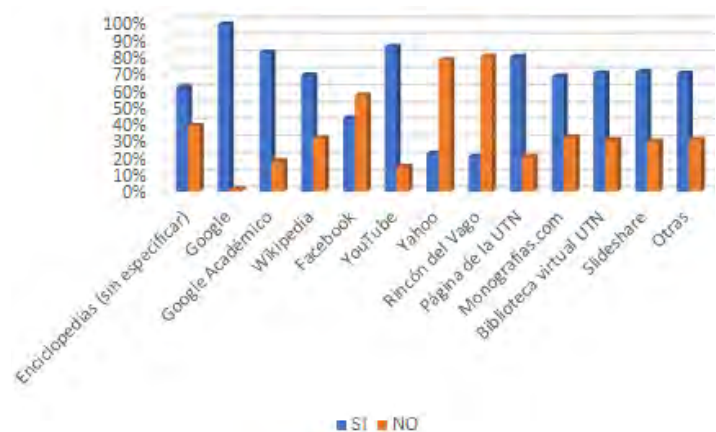


Figura 5. Sitios para buscar información

Para identificar la red social con mayor acceso de formuló la siguiente interrogante: ¿Qué red social o servicios de chat utiliza frecuentemente?, se establece que la red social con mayor alcance entre los estudiantes es Facebook. En segundo lugar, de frecuencia se encuentra Youtube. Entre los servicios de mensajería instantánea, se observa mayor uso de Whatsapp. (Ver Figura 6).

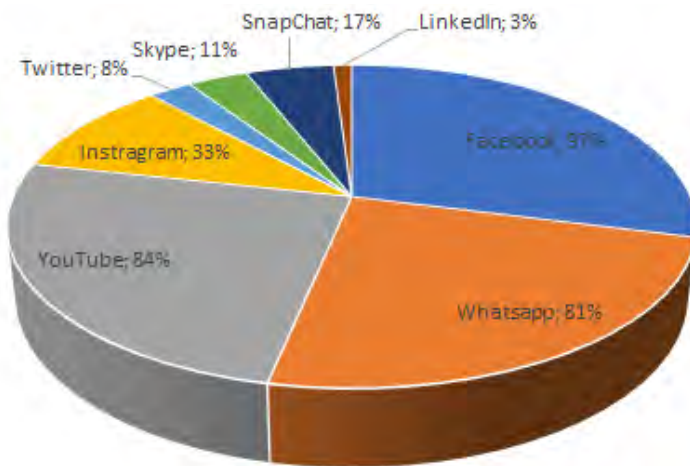


Figura 6. Redes sociales más utilizadas

Entre las principales ventajas que proporciona Internet para las actividades diarias de los estudiantes manifestaron que, les permite el acceso a una gran variedad de información, con la que pueden resolver tareas y trabajos, la rapidez para obtenerla, la comunicación entre amigos y familiares, aprenden cosas nuevas, se mantienen informado oportunamente. (Ver Figura 7).

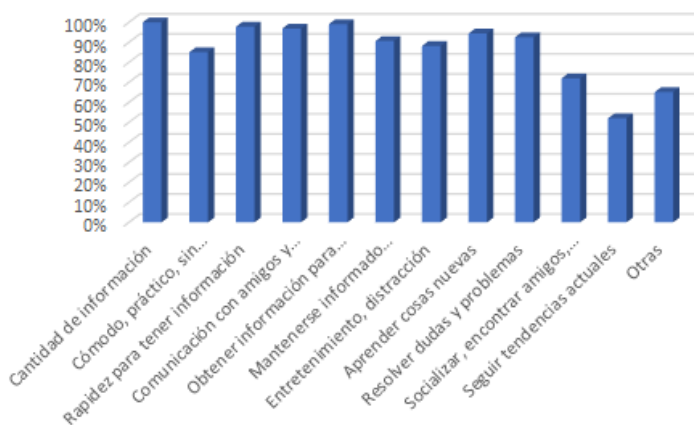


Figura 7. Ventajas de usar Internet

Así mismo expresan que también les permite realizar actividades de entretenimiento y socialización entre amigos e inclusive conocer gente.

Discusión

Independientemente de la edad, el acceso a Internet satisface una necesidad funcional y emocional de los estudiantes, prácticamente todas sus actividades giran en torno a esta herramienta. La conexión a Internet se realiza desde su hogar y universidad, resultados que coinciden con las investigaciones realizada por Millward, (2013 y Carlsson, (2011).

El acceso a dispositivos móviles está muy relacionado con el poder adquisitivo de la familia. Sin embargo, se observa que la mayor parte accede a Internet a través de su Laptop o Smartphone (independientemente de que tengan el servicio contratado en el dispositivo), éste último representa el dispositivo con el que tienen un mayor apego emocional y familiaridad. Autores como Sánchez (2013) y Costa (2012) expresan que, las modificaciones en los hábitos comunicativos son evidentes, hoy en día el teléfono ya no es solo un canal para hacer y recibir llamadas, sirve para diversas actividades como: informarse, aprender, educarse, trabajar o atender cuestiones laborales, entretenerse, divertirse, entre otros. Dentro del aula se ha convertido en un recurso de consulta frecuente, donde 6 de cada 10 estudiantes posee un Smartphone desde el cual accede a los medios digitales.

El tiempo de navegación en internet oscila entre 1 a 7 horas diarias y por lo general su acceso es en la noche de 8 a 12 de la noche, se puede inferir que en este horario los estudiantes realizan sus tareas universitarias mediante la búsqueda de información relacionada a cada una de sus asignaturas. El involucrar los medios digitales en el proceso de enseñanza permite a la academia un acercamiento a la sociedad; es dar la oportunidad de abrir expectativas a los últimos avances científicos,

informarse de las situaciones políticas o hechos de carácter cultural o económico; ya que se introducen como una fuente de conocimiento e información en el aula; sin embargo, este involucramiento no excluye a otras herramientas de aprendizaje, sino que facilita la labor docente.

El acceso de los estudiantes a los medios digitales tiene un enfoque educativo ya que mediante las herramientas disponibles en internet desarrollan sus actividades académicas. No obstante, la educación en medios digitales es arduo e implica incentivar un cambio en la sociedad con respecto al uso, mal uso o abuso de los medios digitales (Amar, 2010, p3). Cabero (2006) señala que, *“el poder no está en la tecnología, sino en las preguntas y respuestas que nos hagamos sobre ella para su diseño, y utilización en investigación en la enseñanza”* (p.11). Es importante considerar algunos aspectos fundamentales para un mejor aprovechamiento de la tecnología entre ellos se destaca la motivación de los docentes y estudiantes, sus preferencias y gustos sobre los medios, la planificación de las actividades con la integración de recursos digitales y básicamente el aporte significativo al programa de estudio.

La revolución de los medios digitales en este estudio promueve la lectura espontánea y voluntaria de los estudiantes, permite generar un aprendizaje autónomo y significativo. De esta manera Amar (2010) considera que, la lectura abre la posibilidad de vincular al saber mediante el acceso a páginas en red.

En referencia a las redes sociales, el 97% de estudiantes usa Facebook, siendo este resultado similar al estudio de Millward (2010), para Paladines, Velásquez, & Pacheco (2011) esta red social se convierte en un canal eficaz de comunicación interactiva, continua y permanente que permite estrechar los vínculos entre emisores y receptores para dar paso a la generación de comunidades online. Entre los servicios de mensajería instantánea, se observa mayor preferencia por Whatsapp, que es una muestra más del lenguaje vir-

tual, instantáneo, dentro de la categoría de lo hablado escrito (Oesterreicher, 1996). Finalmente, se puede decir que los estudiantes establecen una conexión emocional a estos medios a través de internet; es decir, integran la tecnología, recursos y servicios en las actividades diarias de su vida personal, académica y profesional.

Conclusiones

Los resultados obtenidos en esta investigación guarda estrecha relación con los resultados de otras sociedades latinoamericanas y mundiales, en donde es preciso manifestar la prensa, radio y televisión han sido desplazados por el fácil acceso a internet. Además, se logró el objetivo de identificar los hábitos de consumo y uso de medios digitales en los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte; el impacto en la cultura de los estudiantes, así como, el tipo de dispositivos para su acceso, lugares y tiempos de uso.

El 96% de los estudiantes acceden a internet para informarse sobre las nuevas tecnologías y temas de interés, el 97% tiene un perfil en la red social Facebook, donde las principales actividades que realizan en esta red son: envío de mensajes instantáneos (chat), buscar información, ver fotos, realizar publicaciones, crear grupos para notificar noticias o novedades en cuanto al desarrollo de sus actividades académicas, con este contexto se puede inferir que el mayor empleo de los medios digitales en internet son las redes sociales, aunque aún sigue siendo poco significativa para el proceso de enseñanza.

En relación a los dispositivos móviles que emplean los estudiantes para acceder a Internet, se encontró que disponen de Laptop y Smartphone, se conectan a la red desde su hogar y en el campus universitario, invirtiendo de 1 a 7 horas al día.

El estudio reveló que las actividades que realizan con mayor frecuencia mediante la utilización de medios digitales en internet son el desarrollo de las activi-

dades académicas, búsqueda de información para solucionar tareas o problemas, escuchar música, acceder a las redes sociales, enviar y recibir correo, e inclusive se evidenció que el uso de los medios digitales en internet promueve la lectura de forma voluntaria porque desean aprender algo más. Por lo tanto, los estudiantes de la comunidad universitaria aprovechan de forma positiva las nuevas tecnologías y medios digitales.

Por otro lado, en cuanto a la importancia de los medios de comunicación se encontró que el uso de medios digitales en internet, ha ido cambiando el esquema de uso tradicional de éstos modificando la percepción de los usuarios, ya que los estudiantes universitarios consideran mayormente a internet como un recurso indispensable y *“necesario para su vida”*.

Los jóvenes universitarios poseen una habilidad natural para apropiarse de las TIC e incorporarlas a sus actividades académicas y de socialización, hecho que se hace evidente en la manera en que utilizan los medios digitales para comunicarse e interactuar.


El desarrollo tecnológico seguirá generando más y mejores recursos, con una probable tendencia en la ubicuidad de los medios. Por su parte, los estudiantes universitarios nativos digitales, seguirán adoptando los nuevos recursos para sus actividades educativas, pero el reto, en materia de aprendizaje y desarrollo cognitivo, seguirá siendo el punto débil de los sistemas educativos si no se adoptan estrategias realmente innovadoras y sustentadas en las ciencias cognitivas.

Hay que reflexionar en que insertar un nuevo medio digital en el aula no debe perder el enfoque humano; es decir, que los medios deben ayudar a construir una sociedad llena de principios y valores en relación con la vida real. La educación en los medios digitales el conocimiento se extiende y flexibiliza mediante la red.

Recomendaciones

Los docentes universitarios deben prepararse para los nuevos desafíos del avance tecnológico y la comunicación, acercarse al saber social que hay en los medios, no deben ser considerados solo como transmisores o medio de entretenimiento, sino desde un punto de vista más dinámico y receptivo, con sentido y utilidad para ser integrado en el microcurrículo de cualquier asignatura.

Como docentes se debería aprovechar el gusto generalizado del estudiante por los medios digitales como una ventaja para incentivar el trabajo autónomo, crítico, reflexivo e interactivo dentro de su formación integral para lograr aprendizajes significativos. Por lo tanto, se recomienda a las autoridades de la Universidad Técnica del Norte realizar una capacitación integral para el profesorado sobre las nuevas tecnologías, usos y beneficios de su empleabilidad en el aula.

Así mismo, los estudiantes deben crear recursos o materiales propios de su acción investigativa a fin de que los medios activen la relación entre la enseñanza y el aprendizaje. 

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adell, J. (1997). Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información. *EduTec. Revista electrónica de tecnología educativa*, (7).
- Alfaro, R. (2010). ¿Receptores o ciudadanos? memorias estudios de recepción de audiencias.
- Altablero. (feb-mar de 2005). *Uso pedagógico de tecnologías y medios de comunicación Exigencia constante para docentes y estudiantes*. Recuperado el 12 de 12 de 2016, de <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-87580.html>
- Amar, V. (2010). "La educación en medios digitales de comunicación". *Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación*, 115-124.
- Ayala, A., & Herrera, C. (2011). Ecuador: La ficción nacional en la televisión abierta: Crecimiento en cantidad y limitaciones de calidad temática. Informe para Obitel 20.
- Carlsson, U. (2011). Los jóvenes en la cultura de los medios digitales.: Las perspectivas mundial y nórdica. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review*, (5), 99-112.
- Castells, M., Fernández, M., Linchuan, J., & Araba, S. (2006). *Comunicación Móvil y Sociedad*. Barcelona, España: Ariel.
- CORDICOM (2013). Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.
- Costa-Sánchez, C. (2012). Ciberperiodismo en el smartphone. Estudio de la multimedialidad, usabilidad, hipertextualidad e interactividad de las aplicaciones de medios nativos digitales para smartphone. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (18), 243-251.
- Echenique, E. E. G. (2013). Hablemos de estudiantes digitales y no de nativos digitales. *Universitas Tarraconensis. Revista de Ciències de l'Educació*, 1(1), 7-21.
- Fowler, J. H., & Christakis, N. A. (2010). Cooperative behavior cascades in human social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107(12), 5334-5338.
- INEC (2014). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013-2014.
- López Vigil, J. I. (2004). Manual urgente para radialistas apasionados. *Quito, Amarc*, 550.
- MINTEL. (2013). Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información.
- Millward, B. (2010). *Estudio de consumo de medios digitales en México, 2010*. México: Millward Brown México.
- Oesterreicher, W. (1996). Lo hablado en lo escrito: reflexiones metodológicas y aproximación a una tipología. In *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica* (pp. 317-340). Vervuert Verlagsgesellschaft.
- Otero, T. P., & Sánchez, C. C. (2012). Ciberactivismo y redes sociales. El uso de facebook por uno de los colectivos impulsores de la 'spanish revolution', *Democracia Real Ya (DRY). Observatorio (OBS*)*, 6(3).
- Sánchez, C. C. (2013). Prensa en el Smartphone Modelos aplicados en los diarios españoles y necesidades de desarrollo.