

CONSUMO DE INTERNET EN EL ECUADOR ENTRE LOS AÑOS 2010 Y 2012: HACIA UNA ECOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Daniel Fernando López Jiménez
daniell@uhemisferios.edu.ec

Guillermo Callejo
guillermoc@uhemisferios.edu.ec

Iván Rodrigo Mendizábal
ivanr@uhemisferios.edu.ec

Esteban Cajiao
estebanc@uhemisferios.edu.ec;

Universidad de Los Hemisferios
Quito-Ecuador

Resumen

Se presentan los resultados del estudio empírico World Internet Project -WIP-, capítulo Ecuador, análisis comparativo sobre los años 2010-2011 y 2012 realizado por el Centro de Investigaciones de Comunicación y Opinión Pública (CICOP) de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios, sobre la evolución del consumo de Internet entre la población del país. Para el efecto, se midieron 18 variables referentes a hábitos de consumo de Internet y al respectivo tiempo de uso. Para los tres años se utilizaron muestras estadísticamente representativas. Sin embargo, se advierte que a pesar del creciente consumo, aún son bajas las tasas de consumo en cada una de las variables.

Palabras Clave: Internet, hábitos, consumo, estudiantes, Ecuador

Abstract

The results of the empirical study-WIP World Internet Project-Chapter Ecuador, comparative analy-

sis of the years 2010-2011 and 2012 by the Center for Communication Research and Public Opinion (CICOP) of the School of Communication at the University of the hemispheres, on the evolution of Internet use among the population. For this purpose, we measured 18 variables related to Internet activities and the respective time of usage. For three years statistically representative samples were used. However, it warns that despite the increasing consumption still low consumption rates in each of the variables.

Keywords: Internet, habits, consumption, frequency, Ecuador

Artículo recibido el 14 de octubre de 2013; sometido a pre-revisión el 15 de octubre de 2013; enviado a revisión el 3 de noviembre de 2013; aceptado el 16 de noviembre de 2013; publicado el Año 4, Vol. 4, Título 1.

1. Introducción

El presente artículo presenta los hallazgos del estudio comparativo del World Internet Project –WIP-Ecuador de los años 2010, 2011, 2012, que busca establecer las diferencias estadísticas significativas del consumo de Internet por parte de la población en relación con descargar o escuchar música online, descargar o ver videos online, visita de sitios de contenido religioso, escuchar radio online, apuestas online, búsqueda en la Web, visita de sitios de contenido sexual, visita de redes sociales, búsqueda de información de productos, compras online, reserva de viajes, pago de facturas en Internet, uso de servicios bancarios, inversiones online, búsqueda de definiciones de palabras, búsqueda o verificación de datos, búsqueda de información para trabajos académicos y participación en módulos de educación a distancia.

El estudio se enmarca en la investigación denominada "Tipología del futuro digital: Un estudio longitudinal internacional que mide el impacto de Internet y la tecnología inalámbrica (World Internet Project –WIP)", el cual, para el capítulo Ecuador, es realizado por el Centro de Investigaciones de Comunicación y Opinión Pública -CICOP- de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios.

El Proyecto Mundial de Internet (WIP) se originó a principios del año 2000, en el Centro para la Comunicación Política de la Universidad de California –UCLA-, en asocio con la Escuela de Ciencias de la Comunicación UNT de Singapur, y

el Observatorio Italiano de Internet, de la Universidad Bocconi de Milán. Actualmente, se dirige desde el Centro para el Futuro Digital de la Escuela de Comunicación "Annenberg" de la Universidad del Sur de California –USC-, por el fundador y actual director Jeffrey Cole. Actualmente el proyecto cuenta con la participación de 34 países, incluyendo Ecuador.

Para el año 2010 se utilizó una muestra representativa de 1628 sujetos en 25 ciudades; sin embargo, para el año 2011 se ajustó la muestra a 813 personas en las 16 principales ciudades del país, y para el año 2012 se aplicó una muestra de 713 en las dos principales ciudades del país: Quito y Guayaquil, manteniendo la representatividad nacional. Los datos fueron sometidos a pruebas estadísticas para determinar las diferencias significativas de la evolución del consumo entre los respectivos años, en relación con las variables del estudio y la población de estudiantes.

El estudio contempla 36 variables de consumo de Internet, de los cuales, para este análisis, en 35 de estas se observa una diferencia estadísticamente significativa, en las mismas variables que indaga el estudio de acuerdo con las pruebas D´sommer y Duncan. The results of the empirical study-WIP World Internet Project-Chapter Ecuador, comparative analysis of the years 2010-2011 and 2012 by the Center for Communication Research and Public Opinion (CICOP) of the School of Communication at the University of the hemispheres, on the evolution of Internet use among the population. For this purpose, we measured 36 variables related to Internet activities and the respective time of usage. For three years statistically representative samples were used. However, it warns that despite the increasing consumption still low consumption rates in each of the variables. No se observó un crecimiento en todas las variables, lo que indica que deberán realizarse estudios particulares de cada una las variables de tipo cualitativo, que den explicación de estos fenomenos, y que podrían orientar dichos estudios hacia una teoría de la ecología de la comunicación.

2. Estado de la cuestión

Han sido evidentes las demostraciones de los estudios empíricos y las realidades fácticas del fenómeno de Internet en todos los ámbitos de la sociedad: relaciones, comunicación, política, edu-

cación, entre otras (Castells M. , La Era de La información, 1999) y los estudios por países que realiza desde el año 2000 el World Internet Project, y que en la actualidad reúne 34 países en los 5 continentes, con la dirección del profesor Jeffrey Cole, y la coordinación de Michael Summan, desde la universidad del Sur de California.

En el campo de la comunicación, es creciente la preocupación por los efectos e impactos de Internet en la persona, la organización y la sociedad en general (Islas & Gutiérrez, 2003) Los estudios indicarían que existe una confluencia generacional-tecnológica. Por un lado, la creciente usabilidad de las tecnologías de información y comunicación, y por otro, los nuevos patrones de comportamiento comunicativo de los jóvenes y niños, más orientados hacia la multimedialidad e interactividad que ofrecen las redes sociales globales (López J. D., 2004), (López J. D., 2010), (López J. D., 2011)

En Ecuador la información acerca de estos temas es escasa. Sin embargo desde el año 2010 se vienen realizando las mediciones del World Internet Project por parte del Centro de Investigaciones de Comunicación y Opinión Pública -CICOP- de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios, y por su parte, en el año 2011, el estudio denominado "La Generación Interactiva en Ecuador" realizado por investigadores de la Universidad de Navarra, Xavier Bringué Sala y Charo Sádaba Chalezquer, encargo del Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información del país, (Bringué & Sádaba, 2011) con el objetivo de conocer, de manera empírica, el uso y la valoración que niños y adolescentes ecuatorianos dan a las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) y su impacto en el ámbito familiar y escolar.

Dicha investigación fue patrocinada por la Fundación Telefónica. La investigación analizó un grupo de 4000 escolares (entre 6 y 18 años) de más de 2000 colegios del País. El estudio forma parte del proyecto "Generación Interactiva", que en los últimos tres años ha encuestado a más de 150.000 estudiantes en Argentina, España, Chile, Perú, Colombia, Brasil, Venezuela y México.

En el caso de Ecuador, el proyecto pretende utilizar la información obtenida para desarrollar pautas y acciones educativas que impulsen a las TIC como una herramienta que favorezca el desarrollo de los jóvenes, minimizando los riesgos que éstas presentan y maximizando las oportunidades, con el fin de crear una mejor sociedad. Por su par-

te, el Ministerio de Telecomunicaciones MINTEL a través de su departamento de Investigación publicó el "Reporte Anual de Estadísticas sobre las Tecnologías de Información y Comunicaciones de los años 2009, 2010 y 2011 (MINTEL, 2010, 2011, 2012) Estudio de tipo cuantitativo, centrado en el acceso a Internet, y a la telefonía celular, que para el efecto del presente estudio, sirve como referencia de conectividad, para la mejor comprensión del fenómeno de su respectivo consumo.

Para finales del año 2012, el informe estableció un 54%% de accesibilidad a Internet. Sobre este indicador el informe del 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 (Stats, 2011, 2012).

Son múltiples los investigadores, que desde los análisis teóricos y empíricos vienen estudiando a profundidad el fenómeno asociativo de Internet y jóvenes estudiantes. Para el presente análisis y la discusión de los hallazgos se tomarán las posturas de Manuel Castells, publicadas en su artículo "Internet y la sociedad red", publicado por en la Revista de la Universitat Oberta de Catalunya (Castells M. , 2003) y las conclusiones del artículo "Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica", publicado en Polis, Revista de la Universidad Bolivariana de Chile (Castells M. , 2003) Adicionalmente, los trabajos de (Morales, 2004); (Turkel, 1997); (Bell, 2000); (Islas & Gutiérrez, 2003); (Cabrera & Cupaiuoli, 2010), (Serrano & Martínez, 2003). La motivación de los investigadores surge de la necesidad de conocer y comprender las diferencias significativas entre los datos del MINTEL y el proyecto World Internet Stats, considerando las tipificaciones propias del país respecto de su conformación poblacional y el ingreso per cápita.

3. Metodología

La presente investigación es longitudinal, descriptiva, cuantitativa y cualitativa. Utiliza un cuestionario estructurado estándar para los 34 países del WIP-Macao, en coherencia con el objetivo del estudio y del presente artículo: determinar las diferencias estadísticamente significativas del consumo de Internet de la población, durante 2010-2011 y 2012 en relación con las siguientes

Tabla 1. **Variables de estudio**

Variable Independiente	Variabes Dependiente	Escalas de tiempo Varias veces al día Diario Semanal Mensual menos una vez al mes Nunca
Visita sitios de entretenimiento	Jugar	
	Descargar o escuchar música	
	Descargar o ver vídeos	
	Escuche una estación de radio en línea	
	Jugar o participar en sorteos	
	Navegar por la Web	
Contenidos de intereses personales	Puedes buscar en los sitios religiosos o espirituales	
	Mira los sitios con contenido sexual	
	Visita de redes sociales o sitios web para compartir video	
	Obtenga información sobre un producto	
	Una mirada de una definición de una palabra	
Pagos y compras en Internet	Comprar cosas en línea	
	Haga reservaciones de viajes y reservas	
	Paga las facturas	
	Utilice los servicios en línea de su banco	
	Invertir en acciones, fondos, bonos	
Búsqueda de información específica	Buscar o comprobar un hecho	
	Obtener información para la escuela de trabajo relacionados	
	Participar en la enseñanza a distancia de un grado académico o capacitación para el trabajo	
	Lea web-logs (blogs)	
	Puedes buscar información de salud	

La estructura de análisis y los criterios de validez se determinaron con muestras superiores a los 700 individuos exigidas para poblaciones de 14.000.000 de habitantes, como en el Ecuador, y con 2.800.000 hogares aproximadamente. Para el año 2010 se utilizó una muestra de N=1.628 de las 25 principales ciudades, para el 2011 de N=813, en las 16 principales ciudades y para el año 2012 N=713, aplicadas en las dos principales ciudades del país: Quito y Guayaquil, dado que estas dos ciudades reúnen cerca del 50% de la población total del país. Adicionalmente, se descartaron las restantes 14 ciudades, que fueron parte de la muestra del año anterior, dado la estructura población del país, que concentra el 63% en el sector urbano, y el restante en el sector rural. Sin embargo, el concepto de rural en el Ecuador es diferente a lo que podría suponerse en países como Colombia. En el Ecuador "rural" significa vivir en una villa o pueblo pequeño, no vivir en el campo como si sucede en el país vecino. En esta línea aproximadamente la mitad del territorio está compuesto por la selva amazónica, donde

viven, según el censo del año 2010, el 5% de la población; el 95% de los ecuatorianos se ubica en las regiones de la costa y la sierra. Los demás indicadores estadísticos se formularon de la siguiente manera:

Nivel de confiabilidad $Z= 1.96$; Nivel de confianza = 95%; Desviación Estándar $S=$ Para valores superior a 50.000 se aplicó un valor de 1, para valores inferiores a 50.000 valores de 1; Error máximo permitido = 3%.

En la tabla 1. Se registra el número de muestras por ciudad para los dos años. Aunque la muestra es representativa para la población de hogares nacionales, no lo es por ciudad, por tal razón los datos se analizan solo para los globales nacionales.

Las dos muestras se aplicaron a personas mayores de 12 años, hombres y mujeres por vía telefónica (2010) con llamadas que duraron en promedio 18 minutos y de manera presencial (2011), en el año 2012 se aplicó de manera presencial. En las dos ciudades se estratificó la muestra en cinco zonas. La selección de los sujetos fue aleatoria, a través de los directorios

Tabla 2. **Distribución de la muestra**

Ciudad	Año		Año		Año	
	2010	% muestra	2011	%muestra	2012	
Tulcán	46	2,8%	50	6,0%		
Ibarra	46	2,8%	20	2,4%		
Quito	132	8,1%	166	19,8%	367	51%
Sto. Domingo	102	6,3%	19	2,3%		
Latacunqa	66	4,1%	64	7,6%		
Ambato	66	4,1%	26	3,1%		
Guaranda	67	4,1%	14	1,7%		
Riobamba		0,0%	62	7,4%		
Azoques	66	4,1%		0,0%		
Cuenca	54	3,3%		0,0%		
Loja	41	2,5%		0,0%		
Esmeraldas	71	4,4%	49	5,8%		
Portoviejo	65	4,0%	65	7,8%		
Babahoyo	67	4,1%	27	3,2%		
Guayaquil	236	14,5%	152	18,1%	346	49%
Santa Elena	66	4,1%	25	3,0%		
Machala		0,0%	59	7,0%		
Tena	66	4,1%		0,0%		
Orellana	46	2,8%		0,0%		
Puyo	66	4,1%	19	2,3%		
Morona		0,0%	21	2,5%		
Zamora	135	8,3%		0,0%		
Nueva Loja	66	4,1%		0,0%		
San Cristóbal	58	3,6%		0,0%		
Las Colondrinas		0,0%		0,0%		
	1628	100,0%	838	100,0%	713	100%

*2010 Riobamba, Machala, Orellana, Morona, y las Golondrinas, aunque fueron encuestadas, no se registran los datos por encontrarse errores por la auditoría de datos que se realizó posteriormente al periodo de llamadas, de igual forma en el 2011, Azogues, Cuenca, Loja, Tena, Orellana, Zamora, Nueva Loja, San Cristóbal y las Golondrinas. En el año 2012 se descartaron cerca de 200 encuestas por presentar inconsistencia de datos.

telefónicos de cada ciudad de la tabla anterior. Al interior del directorio se eligió de cada 10 páginas un nombre, a quien se llamó y se entrevistó (2010), y se visitó (2011 y 2012). En los casos donde no contestaron el teléfono o la persona que contestó no quiso responder, se procedió a una nueva elección y llamada, tomando el nombre de otra persona en la misma página. La encuesta se aplicó entre el 15 de mayo y el 15 de junio de 2010, 2011 y 2012 respectivamente.

Para el análisis de los datos obtenidos a través de la encuesta se tuvo en cuenta el tipo de variable para aplicar el estadístico pertinente para cada caso. Con base en lo anterior se usaron los siguientes estadísticos:

-Diferencias entre grupos variables nominales: d Somers, calibrado por el Chi-Cuadrado como estadístico de bondad de ajuste.

-Asociación entre variables nominales y

ordinales: Gamma, igualmente calibrado por el Chi-Cuadrado como estadístico de bondad de ajuste.

En todos los casos se tuvo en cuenta un intervalo de confianza mínimo del 95%, es decir, que se aceptaron asociaciones cuya significancia (p) fuera inferior a 0,05. Los datos obtenidos con la encuesta fueron analizados con el apoyo del programa Scientific Program for Social Sciences - SPSS® por su versatilidad para realizar exploración, comparación, diagnóstico y síntesis de datos categóricos y numéricos.

4. Hallazgos

La muestra de la población consultada se compone de la siguiente manera para el año 2010, el 69,4% son usuarios de Internet, mien-

tras que para el año 2011 ascendió al 84,5% y para el año 2012 se mantuvo en el 84,4%. De esos totales, el 43,2% fueron estudiantes en el 2010, y el 56,8% en el 2011, y el 37,6% en el año 2012. Por su parte, para el 2010, el 50,6% de los consumidores de Internet fueron hombres y el 48,5% mujeres, mientras que para el 2011, el 46% fueron hombres, y el 54% mujeres; para el 2012 el 51,9% fueron hombres y el 48,1% mujeres.

En relación con la edad, la muestra del año 2010 estuvo compuesta de la siguiente manera: el 66,8% de los estudiantes consumidores de Internet, estuvo entre los 18 y 25 años, el 20% entre 26 y 35 años, el 8,8% entre 36 y 45 años, y el resto mayores de esta edad. Para el 2011, la muestra se compuso: 41,8% entre 18 y 25 años, entre 26 y 35 años el 17,5%, entre 36 y 45 años el 10,9%; para el año 2012, el 30,6% estuvo entre los 16 y los 25 años, entre los 26 y los 35 años el 25,6%, entre los 36 y los 45 años el 27,3%, el restante porcentaje para mayores de 46 años.

A continuación se presentan los resultados comparativos de cada una de las variables de consumo de Internet entre la población año

por año, referentes a visita sitios de entretenimiento, contenido de interés personal, pagos y comparas en Internet y búsqueda de información específica.

En relación con la frecuencia de jugar online, se observó que los internautas bajaron de un consumo diario de 22,6% del año 2011 al 8% en el año 2012, y de varias veces al día pasó de un 10,8% a un 7,0%. Estas diferencias son estadísticamente significativas de acuerdo con la prueba Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

A pesar del consumo moderado bajo de juegos en Internet llama la atención el nivel de abstención o de no consumo entre los ecuatorianos: 38,3% en el 2010; 13,2% en el 2012; y 31,6% en el 2012. El promedio de los tres años es de 27,7%.

En relación con la frecuencia diaria de descargar o escuchar música online se pasó de 17,0% en 2010 a 18,6% en 2011, y a un 22,8% en 2012. Y varias veces al día de un 8,5% para el 2010, 11,1% para el 2011 y 7,8% para el 2012. Estas diferencias son estadísticamente significativa de acuerdo con la prueba Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

Como se observa en la gráfica anterior,

Tabla 3. Frecuencia con la que juega online

	Frecuencia con la que juega online								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		8,1%	38,3%	12,1%	11,2%	13,9%	*10,3%	*6,2%	100,0%
2011	1,6%	2,0%	13,2%	11,6%	16,4%	21,7%	*22,6%	*10,8%	100,0%
2012	1,5%	1,7%	31,6%	17,8%	14,5%	18,0%	*8,0%	*7,0%	100,0%

*p < 0,05

Tabla 4. Frecuencia con la que descarga o escucha música online

	Frecuencia con la que descarga o escucha música								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		7,3%	25,9%	10,2%	15,7%	15,4%	*17,0%	*8,5%	100,0%
2011	2,3%	3,3%	15,0%	11,9%	15,4%	22,3%	*18,6%	*11,1%	100,0%
2012	1,8%	1,2%	12,3%	13,5%	14,6%	26,0%	*22,8%	*7,8%	100,0%

*p < 0,05

son moderados los niveles de abstención el promedio de los tres años es de 17,73%.

La frecuencia de descarga de videos online diariamente pasó de un 13,7% en 2010 a un 10,6% en 2011, y este a un 17,8% en el 2012. Mientras que el consumo varias veces al día pasó de un 5,1% en el 2010 a un 11,1% en el 2011, y este a un 5,5% en el 2012. Esta diferencia es estadísticamente significativa de acuerdo con la prueba de Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

El nivel de abstención de descargar o ver videos es en promedio de los tres años de un 28,9%, porcentaje medio moderado.

Respecto a la frecuencia diaria de visitar sitios de contenido religioso se pasó de 2.9% en 2010 a 17.2% en 2011 y este a un 4,3% en 2012. Varias veces al día se pasó de un 3.6% en 2010 a 10.8% en 2011, y este a un 1,0% en 2012. Estas diferencias son estadísticamente significativas de acuerdo con la prueba Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

El nivel de abstención de visita de sitios religiosos registra en promedio en los últimos tres años de 50%. Porcentaje medio alto, en relación con los bajos niveles de visita que se

registra entre los internautas ecuatorianos.

Frente a la frecuencia de escuchar radio on line varias veces al día por parte de los internautas ecuatorianos se pasó de un 5.9% en 2010 a 14.3% en 2011, y de este a un 1,8% en 2012. Mientras que una vez al día pasó de 6,0% en 2010, a 11,5% en 2011, y a 11,1% en 2012. Estas diferencias son estadísticamente significativas de acuerdo con la prueba Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

Es notable que el 46% en promedio de los tres años de estudio, de los internautas ecuatorianos se abstengan de escuchar radio on line por Internet. Toda vez que la gran mayoría de emisoras nacionales cuenta con transmisión por esta vía.

La frecuencia de apostar online varias veces al día incrementó en los internautas ecuatorianos de un 3.6% en 2010 a 16.6% en 2011, y a un 0,5% en 2012. El consumo diario aumentó de 3,8% en 2010 a 8.3% en 2011 y 3,0% en 2012. Estas diferencias son estadísticamente significativas de acuerdo con la prueba Chi-cuadrado de Pearson=0,000. El 60% de internautas en promedio, en los años en referencia, se ha abstenido de apostar por medio online en Internet.

Tabla 5. Frecuencia con la que descarga o mira videos online

	Frecuencia con la que descarga o ve videos								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		7,7%	33,9%	12,2%	13,5%	13,8%	*13,7%	*5,1%	100,0%
2011	1,7%	4,4%	36,4%	11,2%	14,6%	10,0%	*10,6%	*11,1%	100,0%
2012	2,8%	1,0%	16,6%	15,3%	17,0%	24,0%	*17,8%	*5,5%	100,0%

*P=<0,05

Tabla 6. Frecuencia con la que visita sitios de contenido religioso

	Frecuencia con la que visita sitios religiosos								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		8,7%	60,0%	10,5%	7,3%	7,0%	*2,9%	*3,6%	100,0%
2011	3,1%	4,5%	15,7%	12,1%	14,8%	21,8%	*17,2%	*10,8%	100,0%
2012	2,2%	4,0%	53,1%	19,3%	8,8%	7,3%	*4,3%	*1,0%	100,0%

*P=<0,05

variables:

Sobre la frecuencia de búsqueda diaria en la web por los internautas ecuatorianos se pasó de un 17.% en 2010 a un 24.2% en 2011 y a un 29,5% en el 2012. Y la búsqueda varias veces al día se pasó de 17.9% en 2010 a 15.9% en 2011 y a 29,8% en 2012. Estas diferencias son estadísticamente significativas de acuerdo con la prueba de Pearson=0,000.

En nivel de abstención de búsqueda esporádica en Internet por parte de los internautas es de 15,5%. Porcentaje bajo, lo que podría ser un indicio de que los internautas tienen un motivo definido a la hora de ingresar a la web.

En la frecuencia de visita varias veces al día de sitios de contenido sexual por los internautas ecuatorianos se incrementó de 4.5% en 2010 a 18.2% en 2011 y a 1,7% en 2012. Mientras que el consumo diario pasó de 1,8% en 2010 a 8,0% en

2011 y a 1,7% en 2010. Estas diferencias son estadísticamente significativas de acuerdo con la prueba de Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

El promedio de abstención de visitar sitios de contenido sexual por parte de los internautas ecuatorianos es moderadamente alto: 59%.

Por su parte, la frecuencia de visita de redes sociales varias veces al día por los internautas ecuatorianos pasó de 9,9% en 2010 a 14,7% en 2011 y a 8,8% en 2012. Y de consumo diario de un 11,6% a un 14,3% en 2011, y a 17,3% en 2012. Esta diferencia es estadísticamente significativa de acuerdo con la prueba de Chi-cuadrado de Pearson=0,000. El promedio de abstencionismo en las visitas a redes sociales en los últimos tres años es de 29,5%. Promedio bajo moderado, sin embargo, se advierte que en el país tampoco se registran altos indicadores de consumo de redes sociales.

Tabla 7. Frecuencia con la que escucha radio online

	Frecuencia con la que escucha radio online								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		7,9%	57,5%	8,5%	6,7%	7,4%	*6,0%	*5,9%	100,0%
2011	1,3%	3,2%	33,6%	12,1%	10,5%	13,5%	*11,5%	*14,3%	100,0%
2012	1,8%	5,3%	46,4%	13,6%	9,5%	10,3%	*11,1%	*1,8%	100,0%

*P=<0,05

La frecuencia de búsqueda de información de productos por los internautas ecuatorianos varias veces al día pasó de 5.6% en 2010 a 9.6% en 2011 y a 6,7% en 2012. Y diariamente pasó de un 9,2% en 2010 a un 12,5% en 2011 y a un 11,1% en 2010. Esta diferencia es estadísticamente significativa de acuerdo con las prueba Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

El promedio de abstencionismo de los

ecuatorianos con la que buscan información de productos es de 25,5%. Promedio moderado bajo.

En relación con la frecuencia de comprar online varias veces al día por los internautas ecuatorianos pasó de 3.6% en 2010 a 13,4% en 2011, y a 1,8% en 2012. Mientras que las compras varias veces al día pasó de un 2,6% en el 2010 a un 7,7% en el 2011 y aun 2,3% en el 2012. Estas diferencias son estadísticamente significativas de

Tabla 8. Frecuencia de apostar vía online

	Frecuencia de apostar online								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		7,5%	62,7%	9,9%	6,3%	6,2%	3,8%	3,6%	100,0%
2011	1,9%	3,8%	44,3%	7,7%	8,7%	8,7%	8,3%	16,6%	100,0%
2012	2,8%	4,3%	70,5%	11,5%	4,7%	2,7%	3,0%	,5%	100,0%

*P=<0,05

acuerdo con la prueba de Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

Respecto a la frecuencia con la que los internautas ecuatorianos reservan viajes varias veces al día se pasó de un 2,9% en el 2010 a un 12,5% en el 2011, y a un 1,7% en el 2012. Y diariamente de un 3,3% en 2010 a un 8,4% en 2011 y a un 2,2% en 2012. Estas diferencias son estadísticamente significativas de acuerdo con la prueba de Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

El promedio de abstención de reservas de viajes de los internautas ecuatorianos es de 49%. Porcentaje medio en relación con las frecuencias de consumo.

El promedio de abstención en los tres años citados es de 44,5%, por parte de los internautas ecuatorianos.

En relación con la frecuencia varias veces al día del pago de facturas desde la web por los

internautas ecuatorianos se incrementó de 1.9% en 2010 a 12.5% en 2011 y a 2,2% en 2012. Y diariamente pasó de un 4,4% en 2010 a un 12,5% en 2011 y a un 2,0% en 2012. Estas diferencias son estadísticamente significativas de acuerdo con la prueba de Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

El promedio de abstencionismo de pago de facturas online por parte de los internautas ecuatorianos es de 45,5%. Porcentaje medio, en relación con los bajos niveles de consumo.

Frente a la frecuencia de uso de banca en línea varias veces al día por parte de los internautas ecuatorianos de 3,1% en 2010 a 9,3% en 2011, y a 3,2% en 2012. Por su parte, diariamente pasó de un 5% en 2010 a un 10,0% en 2011, y a un 6,7% en 2012. Esta diferencia es estadísticamente significativa de acuerdo con la prueba Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

El promedio de abstención de los internau-

Tabla 9. Frecuencia de búsqueda en la web

	Frecuencia de búsqueda en la web								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		8,9%	18,7%	7,9%	12,6%	17,1%	*17,0%	*17,9%	100,0%
2011	1,7%	2,2%	17,9%	13,4%	11,2%	13,5%	*24,2%	*15,9%	100,0%
2012	1,0%	1,5%	10,0%	6,5%	6,3%	15,5%	*29,5%	*29,8%	100,0%

*P=<0,05

tas ecuatorianos de uso de las bancas online es de 40%. Porcentaje medio en relación con los indicadores de consumo.

En relación con la frecuencia de realizar inversiones online varias veces al día por parte de los internautas ecuatorianos se pasó de 4.2% en 2010 a 18.5% en 2011 y a 1,2% en 2012. Y diariamente de un 3,0% en 2010 a un 6,4% en 2011 y a un 0,8% en 2010. Estas diferencias son

estadísticamente significativas de acuerdo con la prueba de Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

El promedio de abstención de realizar inversiones online por parte de los internautas ecuatorianos es de 63%. Porcentaje alto moderado en la relación con los indicadores de consumo.

Por su parte, la frecuencia de búsqueda de definiciones de palabras en la web por los in-

Tabla 10. Frecuencia con la que visita sitios de contenido sexual

	Frecuencia de búsqueda contenido sexual								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		8,6%	71,7%	7,2%	4,2%	2,4%	*1,5%	*4,5%	100,0%
2011	1,7%	5,4%	41,6%	9,2%	8,3%	7,6%	*8,0%	*18,2%	100,0%
2012	5,3%	3,8%	66,6%	13,1%	5,0%	2,8%	*1,7%	*1,7%	100,0%

*P=<0,05

ternautas ecuatorianos varias veces al día pasó de 7.4% en 2010 a 8.3% en 2011 y se mantuvo en 8,0% en 2012. Diariamente pasó de 15,5% en 2010 a 18,3% en 2011 y a un 23,5% en 2012. Estas diferencias son estadísticamente significativas de acuerdo con la prueba de Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

El promedio de los tres años de estudio de abstencionismo de búsqueda de definiciones de palabras es de 13%. Este es un porcentaje bajo en relación con los promedios de consumo.

Respecto a la frecuencia de búsqueda o

verificación de datos varias veces al día por parte de los internautas ecuatorianos se pasó de 5.6% en 2010 a 8.6% en 2011, y se mantuvo en 8,8% para 2012. El consumo diario pasó de un 14,5% en 2010 a un 15,4% en 2011 a un 24,5% en 2012. Estas diferencias son estadísticamente significativas de acuerdo con la prueba de Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

El promedio de abstención de búsqueda o verificación de datos por parte de los internautas ecuatorianos es de 13,7%, durante los años de estudio. Este es un porcentaje bajo en relación con los indicadores de consumo.

Tabla 11. Frecuencia con la que visita redes sociales

	Frecuencia de visita de redes sociales								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		9,7%	34,0%	10,4%	12,9%	11,4%	*11,6%	*9,9%	100,0%
2011	1,7%	2,5%	26,1%	11,2%	14,4%	15,1%	*14,3%	*14,7%	100,0%
2012	2,0%	3,2%	28,5%	16,3%	10,0%	14,0%	*17,3%	*8,8%	100,0%

*P=<0,05

Tabla 12. Frecuencia con la que busca información de productos

	Frecuencia de consulta de productos								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		7,0%	35,4%	15,6%	14,0%	13,3%	*9,2%	*5,6%	100,0%
2011	1,3%	3,2%	20,1%	14,4%	17,8%	21,1%	*12,5%	*9,6%	100,0%
2012	2,0%	1,5%	19,8%	18,5%	19,1%	21,3%	*11,1%	*6,7%	100,0%

*P=<0,05

Tabla 13. Frecuencia de compra online

	Frecuencia de compra online								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		7,2%	54,7%	16,6%	10,5%	4,8%	*2,6%	*3,6%	100,0%
2011	2,0%	4,2%	35,4%	14,1%	12,2%	10,9%	*7,7%	*13,4%	100,0%
2012	2,3%	2,8%	43,4%	22,5%	16,8%	8,0%	*2,3%	*1,8%	100,0%

*P=<0,05

Frente a la frecuencia de búsqueda de información para trabajos académicos varias veces al día por parte de los internautas ecuatorianos pasó de un 9.0% en 2010 a 10.6% en 2011 y a un 13% en 2012. Diariamente pasó de un 18% en 2010 a un 20,8% en 2011 y a un 24,8% en 2012. Estas diferencias son estadísticamente significativas de acuerdo con la prueba de Chi-cuadrado de Pearson=0,000.

El promedio de abstención de búsqueda de información para trabajos académicos es de 15,7%. Promedio bajo en relación con los indicadores de consumo.

Sobre la frecuencia diaria de participación en módulos de educación a distancia aumentó notablemente el consumo por los estudiantes de un 8.4% en 2010 a 21.8% en 2011, aunque bajó nuevamente en 2012 a un 10,6%. Y varias veces pasó de 5,1% en 2010 a 0% en 2011 y a un 6,0% en 2012. Estas diferencias son estadísticamente significativas de acuerdo con la prueba de Chi-cuadrado de Pearson=0,000. El promedio de abstención de participación en módulos de educación a distancia en los tres años de estudio es de 29%. Porcentaje medio bajo moderado en relación con los indicadores de consumo.

Tabla 14. Frecuencia con la que reserva viajes

	Frecuencia de reserva de viajes								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		7,1%	56,3%	17,0%	8,3%	5,1%	*3,3%	*2,9%	100,0%
2011	1,9%	4,1%	40,6%	13,1%	10,6%	8,7%	*8,4%	*12,5%	100,0%
2012	2,2%	4,8%	50,1%	25,5%	9,2%	4,5%	*2,2%	*1,7%	100,0%

*P=<0,05

Tabla 15. Frecuencia con la que paga sus facturas online

	Frecuencia con las que paga sus facturas								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		9,0%	56,0%	9,3%	13,4%	6,5%	*3,9%	*1,9%	100,0%
2011	2,5%	5,5%	38,1%	8,4%	15,0%	12,8%	*5,1%	*12,5%	100,0%
2012	3,7%	5,2%	42,4%	11,5%	26,1%	7,0%	*2,0%	*2,2%	100,0%

*P=<0,05

Tabla 16. Frecuencia de uso de servicios de banca online

	Frecuencia de uso de servicios de banca en línea								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		8,3%	48,9%	11,8%	11,1%	11,8%	*5,0%	*3,1%	100,0%
2011	1,6%	4,1%	37,0%	8,0%	15,3%	14,7%	*10,0%	*9,3%	100,0%
2012	4,7%	3,5%	35,3%	11,5%	19,8%	15,5%	*6,7%	*3,2%	100,0%

*P=<0,05

5. Discusión

De acuerdo con las mediciones realizadas por el WIP – Ecuador - CICOP, el porcentaje de usuarios de Internet en el país pasó de un 69,4% en el 2010 a un 84,5% en el 2011 y se mantuvo en un 84,4%. 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.

De acuerdo con las estadísticas entregadas por el MINTEL, el total de conexiones de Internet a nivel nacional, en 2010 fue de 3.998.362. Para septiembre de 2011, la cifra fue de 4.982.624 de

puntos. De acuerdo con el informe de la Superintendencia de Telecomunicaciones, Pichincha es la región con mayor conectividad: 1,9 millones de usuarios, y Guayas: 1,3 millones de usuarios.

En cuanto a los modos de acceso a Internet, las estadísticas del MINTEL revelan un crecimiento considerable al comparar las cifras de 2010 y 2011. El acceso a Internet desde dispositivos móviles en 2010 contaba con 1.322.854 usuarios; para septiembre de 2011 contó con 1.595.186 usuarios. El uso de Internet a través de acceso fijo tuvo un incremento mucho mayor que el móvil. En 2010 tuvo 2.675.508 puntos y para septiembre de 2011 contaba con 3.514.075.

El análisis de la frecuencia de consumo de Internet por parte de los internautas ecuatorianos realizado para el presente estudio en los años 2010, 2011 y 2012, muestra diferencias estadísticamente significativas en las 19 variables estudiadas. Lo que apoya el crecimiento tanto en los estudios del WIP como del MINTEL acerca del crecimiento del consumo de Internet en el país.

Llama la atención que los porcentajes de frecuencia de uso de Internet de los internautas ecuatorianos muestra un crecimiento moderado del año 2010 al año 2011, y un descenso a los niveles de consumo en el año 2012, semejante a los indicadores del año 2010.

Tabla 17. Frecuencia de realizar inversiones online

	Frecuencia de uso de servicios de banca de inversión online								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		8,5%	69,4%	7,9%	3,1%	4,0%	*3,0%	*4,2%	100,0%
2011	1,9%	5,5%	47,6%	5,4%	7,1%	7,6%	*6,4%	*18,5%	100,0%
2012	3,7%	5,5%	74,0%	7,0%	4,0%	3,8%	*8%	*1,2%	100,0%

*P=<0,05

Tabla 18. Frecuencia de búsqueda de definiciones de palabras

	Frecuencia de búsqueda de significado de palabras								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		9,6%	15,7%	15,8%	15,5%	20,6%	*15,5%	*7,4%	100,0%
2011	1,6%	3,3%	15,4%	10,8%	17,5%	24,7%	*18,3%	*8,3%	100,0%
2012	2,5%	2,8%	8,8%	11,8%	12,5%	30,1%	*23,5%	*8,0%	100,0%

*P=<0,05

En el caso de algunas variables la diferencia es muy notoria. Tal es el caso de realizar inversiones online, que pasó de 18,5% en 2011 a 1,2% en 2012; pago de facturas online, pasó de 12,5% en 2011 a 2,2% en 2012; reserva de viajes de 12,5% pasó en 2011 a 1,7% en 2012; compras online pasó de 13,4% en 2011 a 1,8% en 2012; visita a sitios de contenido sexual pasó de 18,2% en 2011 a 1,7% en 2012; aportar vía online pasó de 16,6% en 2011 a 0,5% en 2012; escuchar radio online pasó de 14,3% en 2011 a 1,8% en 2012; y visita a sitios de contenido religioso pasó de 10,8% en 2011 a 1,0% en 2012.

6. Conclusiones

Ecuador es un país caracterizado por un consumo creciente y explosivo de usuarios de Internet (84,5% para el año 2011, 84,4% en 2012), a pesar de su nivel medio de accesibilidad a Internet (54% para 2012). Esto significa que por cada punto de acceso a Internet existen 1.5 usuarios.

Sin embargo, el alto consumo de Internet en el país no es reflejado significativamente en una o varias variables de consumo, por el contrario existe una alta dispersión de los datos de consumo distribuidas en indicadores bajos (1% a 25%) en

las 36 variables de consumo del estudio, y para el caso en las 19 variables de análisis del presente informe de investigación.

El alto consumo de Internet en el país puede comprenderse desde diferentes indicadores estructurales que han venido mejorando sustancialmente la calidad de vida del ecuatoriano promedio en los últimos 5 años, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC: a junio de 2012 se ha logrado una tasa de desempleo del 5,2%, en la línea de pobreza de la población ha disminuido a un 28,6%, el índice de analfabetismo ha bajado a un 6,8% la cobertura de la educación primaria (1,06) en todo el territorio nacional. Igualmente se amplió significativamente la cobertura de la educación secundaria (92%) y universitaria (42%). (INEC, 2012)

Se puede afirmar que el alto consumo de Internet en Ecuador es un fenómeno comunicativo que debe profundizarse a través de la investigación cualitativa, que permita comprender sus dinámicas exponenciales de consumo.

Este fenómeno sugiere comprender todos los factores y elementos que intervienen en su dinámica, e incluso construir explicaciones teóricas a partir de la reformulación de categorías comunicativas, en la línea de una posible "ecología de la comunicación" desde la cual sería posible hechos

Tabla 19. Frecuencia de búsqueda o verificación de datos

	Frecuencia de búsqueda o verificación de datos								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		9,5%	20,1%	14,5%	14,3%	21,5%	*14,5%	*5,6%	100,0%
2011	1,5%	3,9%	12,5%	11,8%	19,7%	26,6%	*15,4%	*8,6%	100,0%
2012	2,0%	1,7%	8,7%	9,3%	15,6%	29,5%	*24,5%	*8,8%	100,0%

*P=<0,05

Tabla 20. Frecuencia de búsqueda de información para trabajos académicos

	Frecuencia de búsqueda de trabajos académicos								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		8,1%	21,9%	8,2%	14,9%	20,0%	*18,0%	*9,0%	100,0%
2011	1,6%	4,9%	15,9%	10,9%	16,4%	18,8%	*20,8%	*10,6%	100,0%
2012	1,8%	1,7%	9,5%	10,5%	14,0%	24,8%	*24,8%	*13,0%	100,0%

*P=<0,05

Tabla 21. Frecuencia de participación en módulos de educación a distancia

	Frecuencia de participación en módulos de educación a distancia								Total
	Se reusa a contestar	No sabe/no responde	Nunca	Menos de un mes	Mensual	Semanal	Diariamente	Muchas veces al día	
2010		9,3%	43,6%	10,7%	12,0%	10,8%	8,4%	5,1%	100,0%
2011	2,2%	8,9%	13,7%	11,6%	25,0%	16,7%	21,8%		100,0%
2012	3,2%	6,7%	30,4%	13,5%	15,5%	14,1%	10,6%	6,0%	100,0%

*P=<0,05

impensables como el del alto consumo de Internet, en un país tipificado como pobre, "subdesarrollado" e incluso del "tercer mundo".

Esta intensión sugiere que para el año 2013, la concentración de la muestra del Worl Internet Project en Ecuador, se concentrará nuevamente en las veinticinco principales ciudades del país. Y se continuará con la aplicación del cuestionario de forma completamente personal, implementando criterios de estratificación que permita comparar niveles socioeconómicos, y realizar asociaciones de consumo de los usuarios de Internet con dichos criterios.

Notas

- i En el caso de las variables de razón, infortunadamente los sujetos que respondieron la encuesta se les dificultó porcentuar el uso personal y para la entidad del uso de las TIC, así como la distribución por horas a la semana de su tiempo laboral, familiar y personal. Por lo anterior, no fue posible realizar análisis estadísticos de diferencias de medias como la prueba t de student o el ANOVA.
- ii Al momento de publicar este estudio no se registraban datos actuales de usuarios de telefonía celular para el año 2012, por parte de MINTEL, el órgano público autorizado para el caso.

Bibliografía

- (MINTEL), M. d. (2010). Reporte anual de estadísticas sobre las Tecnologías de Información y Comunicación TIC. Quito, Ecuador.
- Bell, D. (2000). Internet y la nueva tecnología. Letras Libres.
- BRINGUÉ SALA, X., & SÁDABA CHALEZQUER, C. (2011). La Generación Interactiva en Ecuador. Quito, Ecuador: Ediecuatorial.
- Bringué, X., & Sádaba, C. (2011). La generación interactiva en Ecuador. Quito: Ministerio de

Telecomunicaciones y Sociedad de la Información.

Cabrera, M., & Cupaiuoli, L. (2010). "Solo Ciencia" Portal de Ciencia y Tecnología. Recuperado el 21 de Marzo de 2012, de <http://www.solociencia.com/informatica/influencia-internet-sociedad-actual.htm>

Castells, M. (1999). La Era de La información. Buenos Aires: Siglo xxi editores argentina, s.a.

Castells, M. (2001). Internet y la Sociedad Red. UOC (Universitat Oberta de Catalunya), 19.

Castells, M. (2003). Internet, libertad y sociedad una perspectiva analítica. Universidad Oberta de Cataluna, p. 0.

Castells, M. (2003). Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica. Polis, 26.

INEC. (2012). Estadísticas de población 2012. Quito: INEC.

Islas, O., & Gutiérrez, F. (2003). Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI. Recuperado el 21 de Marzo de 2012, de <http://chasqui.comunica.org/84/islas84.htm>

López, J. D. (2004). Consumo de medios en estudiantes de secundaria de Bogotá. Una mirada desde cuatro escuelas de. Palabra Clave, p. 0.

López, J. D. (2010). Hábitos de consumo de Internet en Ecuador: Diferencias significativas entre estudiantes. COMHUMANITAS, P. 61-93.

López, J. D. (2011). Análisis comparativo del consumo de Internet en el Ecuador entre los años 2010-2011: más allá de la evolución, comportamientos significativos en la población de estudiantes, indicios de una "ecología de la comunicación". COMHUMANITAS, 123-154.

MINTEL, M. d. (2010, 2011, 2012). Reporte anual de estadísticas sobre las Tecnologías de Información. Quito: MINTEL.

Morales, C. E. (10 de Septiembre de 2004). Revista Digital Universitaria UNAM. Internet y Sociedad: relación y compromiso de beneficios

colectivos e individuales, 5(8). México DF, México: <http://www.revista.unam.mx/vol.5/num8/art49/art49.htm>. Recuperado el 21 de Marzo de 2012, de <http://www.revista.unam.mx/vol.5/num8/art49/art49.htm>

Ramonet, I. (2002). El poder mediático. Ciberlegenda (Revista de programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Federal Fluminense)(7).

Ramonet, I. (Enero de 2005). Le Monde Diplomatique. Recuperado el 22 de Marzo de 2012, de <http://www.lemondediplomatique.cl/Medios-de-comunicacion-en-crisis.html>

Rodríguez Ardura, I. (2008). Dialnet. Recuperado el 22 de Marzo de 2012, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=307100>

Serrano, S. A., & Martínez, M. E. (2003). La brecha digital: mitos y realidades (Fondo Editorial (Baja California) ed.). (T. D. Bella, Ed.) Baja California, México: Universidad Autónoma de Baja California.

Stats, I. W. (2011, 2012). Internet World Stats. Recuperado el Enero de 2012, de www.internetworldstats.com

Turkel, S. (1997). La vida en pantalla: la construcción de la identidad en la era del Internet. (L. Trafí, Trad.) Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica S.A.