



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación
Comunicación Social

TÍTULO:

Diferenciación de los usos de internet entre la población de hombres y mujeres, jóvenes-adultos residentes del área urbana del cantón Guayaquil

AUTOR (A):

**Alvarado Lupera, Marco Fernando
Camba Valarezo, Andrea Emilia**

TUTOR:

Chiriboga Albán, Héctor Aurelio

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación
Comunicación Social

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Alvarado Lupera, Marco Fernando** y **Camba Valarezo, Andrea Emilia** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Licenciado en Ciencias de la Comunicación.**

TUTOR (A)

Chiriboga Albán, Héctor Aurelio

REVISOR(ES)

(Nombres, apellidos)

(Nombres, apellidos)

DIRECTOR DE LA CARRERA

Luna Mejía, Efraín

Guayaquil, a los 24 días del mes de Febrero del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación
Comunicación Social**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Alvarado Lupera, Marco Fernando y
Camba Valarezo, Andrea Emilia**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación: **Diferenciación de los usos de internet entre la población de hombres y mujeres, jóvenes-adultos residentes del área urbana del cantón Guayaquil**, previa a la obtención del Título de **Licenciados en Ciencias de la Comunicación**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 24 días del mes de Febrero del año 2014

LOS AUTORES

**Alvarado Lupera,
Marco Fernando**

**Camba Valarezo,
Andrea Emilia**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación
Comunicación Social**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Alvarado Lupera, Marco Fernando y
Camba Valarezo, Andrea Emilia**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Diferenciación de los usos de internet entre la población de hombres y mujeres, jóvenes-adultos residentes del área urbana del cantón Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 24 días del mes de Febrero del año 2014

LOS AUTORES

**Alvarado Lupera,
Marco Fernando**

**Camba Valarezo,
Andrea Emilia**

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestro tutor Héctor Chiriboga Albán, quien nos guió con mucha dedicación y paciencia durante todo el proceso de investigación, además a nuestro profesor de las materias de titulación, Rubén Aroca, por darnos las bases teóricas y metodológicas para la realización de esta tesis y también por responder a las eventuales dudas que se presentaron en el camino. Por último, pero no menos importantes, queremos darles las gracias a todos nuestros profesores que semestre a semestre nos transmitieron sus conocimientos, los cuales también contribuyeron de alguna u otra forma en el desarrollo de este proyecto y en nuestro desarrollo profesional.

**Alvarado Lupera, Marco Fernando
Camba Valarezo, Andrea Emilia**

DEDICATORIA

A mis padres, Rocío y Marco, quienes día a día apoyaron mis errores y decisiones, porque se quedaron conmigo y me enseñaron el camino a seguir.

Alvarado Lupera, Marco Fernando

A Dios, el motor principal de mi vida, quien me dio la fortaleza, la sabiduría y la salud necesaria para realizar este proyecto y a mis padres Alba y Jorge Antonio, mis pilares fundamentales e inspiración, por inculcarme los valores y principios que me han ayudado a ser quien soy y a lograr mis metas y objetivos.

Camba Valarezo, Andrea Emilia

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN
(Se colocan los espacios necesarios)

HÉCTOR AURELIO CHIRIBOGA ALBÁN
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

(NOMBRES Y APELLIDOS)
PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL

CALIFICACIÓN

HÉCTOR AURELIO CHIRIBOGA ALBÁN
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	15
CAPITULO 1.	16
1.1. Antecedentes y contexto del proyecto	16
1.2. Problema de investigación	17
1.3. Importancia y justificación	17
1.4. Objetivo general	18
1.5. Objetivos específicos	18
1.6. Hipótesis del proyecto	19
CAPITULO 2.	20
2.1 MARCO TEÓRICO.-	20
2.1.1 El Internet y las relaciones sociales	20
2.1.2 El internet dentro del campo de las TICS (Tecnologías de la Comunicación e Información)	21
2.1.3 Teoría y perspectiva de género	23
2.1.4 Estudios culturales de género	25
2.1.5 Teoría de usos y gratificaciones	25
2.1.6 Uso de las redes sociales	27
2.2 ESTADO DE ARTE.-	29
2.2.1 Indicadores clave de las tecnologías de la información y de las comunicaciones	30
2.2.2 Acceso y Uso de Internet	31
2.2.3 Investigación comparativa sobre los usos y disfrute de Internet por niños y niñas de entre 8 y 10 años, en tres colegios de Argentina, Perú y Paraguay	32
2.2.4 Internet use in households and by individuals. (Uso de Internet en los hogares y por individuos)	33
2.2.5 Hábitos de los usuarios de Internet en México	34
2.2.6 Los Usos de Internet: Comunicación y Sociedad.	35
2.2.7 Usos del Internet en el Ecuador	38
2.2.8 Reporte anual de estadísticas sobre tecnologías de la información y comunicaciones TIC's	39
CAPITULO 3.	41
3.1 METODOLOGÍA.-	41
3.1.1 Paradigma de la investigación	41
3.1.2 Tipo de investigación	42

3.1.3	Modalidad de investigación	43
3.1.4	Población y muestra	44
3.1.5	Variabes e indicadores	46
3.1.6	Hipótesis del proyecto	50
3.1.7	Hipótesis secundarias	50
3.1.8	Técnicas e instrumentos de investigación	51
CAPITULO 4.		54
4.1	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	54
4.1.1	Hipótesis secundaria 1	55
4.1.2	Hipótesis secundaria 2	69
4.1.3	Hipótesis secundaria 3	75
CONCLUSIONES		81
BIBLIOGRAFÍA		84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Género y Edad (variables)	47
Tabla 2: Tipos de Necesidades (variables)	47
Tabla 3: Hábitos de usos de internet (variables)	49
Tabla 4: Necesidad de Información	57
Tabla 5: Necesidad de Integración Personal	59
Tabla 6: Necesidad de Integración Social	62
Tabla 7: Necesidad Afectiva	64
Tabla 8: Necesidad de Entretenimiento	67

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico A.- Necesidades Hombres	56
Gráfico B.- Necesidades Mujeres	56
Gráfico C.- Lugares de Conexión Hombres	69
Gráfico D.- Lugares de Conexión Mujeres	70
Gráfico E.- Soporte Conexión Hombres	71
Gráfico F.- Soporte Conexión Mujeres	72
Gráfico G.- Frecuencia Conexión Hombres	73
Gráfico H.- Frecuencia Conexión Mujeres	73
Gráfico I.- Necesidades Hombres 18-26	76
Gráfico J.- Necesidades Hombres 27-35	76
Gráfico K.- Necesidades Mujeres 18-26	78
Gráfico L.- Necesidades Mujeres 27-35	79

RESUMEN

Estudio de tipo exploratorio que busca identificar las diferencias entre hombres y mujeres de 18 a 35 años de edad residentes del cantón Guayaquil, en cuanto al uso y hábitos de uso de internet.

Mediante el internet tanto hombres como mujeres buscan satisfacer necesidades vinculadas a la comunicación, y a pesar que la brecha de uso digital ha disminuido en la última década, aún se desconoce cuáles son las actividades que se realizan a través de la web.

Encuestas y grupos focales permitieron recaudar los datos necesarios para establecer que aparentemente existen pocas diferencias en cuanto a usos y hábitos de usos de internet en ambos grupos.

Palabras claves: Comunicación, Internet, necesidades, hombres, mujeres, redes sociales, diferencias, usos, hábitos de uso.

INTRODUCCIÓN

Los diferentes procesos, políticos, económicos, culturales, han evidenciado con cada vez mayor fuerza las diferencias y desigualdades entre hombres y mujeres. Estas diferencias se aprecian incluso en el acceso a la tecnología informática, esto es, internet. Según las estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC'S) del Ecuador, que proporciona el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos sobre el uso del Internet en el país y en la ciudad de Guayaquil, los hombres son los mayores consumidores de este servicio con un 49,1%, frente al 44,3% de las mujeres y que según las edades, son los jóvenes a partir de los 18 años, hasta los 34 años de edad, los mayores usuarios de Internet. A partir de estos datos, la presente tesis tiene como objetivo el caracterizar los usos y establecer las diferencias de usos de internet de ambos grupos, en este rango de edad, teniendo en cuenta que tanto hombres como mujeres buscan satisfacer diferentes necesidades y tienen distintos hábitos de usos y preferencias en cuanto al internet.

Para esta investigación se encuestó a 195 mujeres y a 188 hombres, jóvenes adultos, residentes del cantón Guayaquil, con diferentes cargos y ocupaciones con el fin de conocer cuantitativamente las diferencias de usos de internet y además se realizaron 3 grupos focales uno masculino, otro femenino y otro mixto para obtener los significados y las percepciones en cuanto a estos usos.

Según los resultados obtenidos, aparentemente existen pocas diferencias en cuanto a usos y hábitos de usos de internet entre hombres y mujeres. Ambos grupos, en primer lugar, responden a una necesidad afectiva, y en segundo lugar a una necesidad informativa.

CAPITULO 1.

1.1. Antecedentes y contexto del proyecto.-

La penetración del Internet en nuestro país es cada vez mayor. Según datos del Ministerio de Telecomunicaciones el uso del internet, hasta octubre del 2012, se incrementó a un equivalente de 8'000.000 de usuarios. (Telecomunicaciones, 2012) El Instituto Nacional de Estadísticas y Censo señala que en el Ecuador 2 de cada 5 ecuatorianos, a nivel nacional, tienen acceso a la red, siendo Guayaquil una de las ciudades con mayor índice de conexión, la segunda después de Quito. (INEC, 2010)

Se trata de una cadena heterogénea de consumidores de internet que va desde menores de edad hasta adultos mayores con diferentes motivaciones y usos. Según Byron Villacís, Director del INEC:

“Ya no solo se usa la red como manera de consulta, sino ahora ya es un actor, ya que por medio de las tecnologías, el individuo se siente con la capacidad de integrarse a la sociedad por medio de estas herramientas”.

En varios países se han realizado diferentes investigaciones sobre el uso del Internet a nivel general, para identificar a los usuarios por condiciones sociodemográficas, tipos de uso, edad, sexo, etc. Las últimas estadísticas del INEC, proporcionadas tras el censo en el año 2010, señalan que de acuerdo al género, los hombres son los que tienen mayor consumo con un 45,1% frente al 40,5% obtenido por las mujeres y que según las edades, son los jóvenes a partir de los 18 años de edad, los mayores usuarios de Internet. (INEC, 2010)

Las cifras expuestas hasta ahora son valores importantes pero a la vez escuetos ya que no evidencian las características particulares ni

las diferencias que existen entre hombres y mujeres, específicamente jóvenes adultos, en cuanto al uso del Internet. No se ha profundizado en los usos y hábitos de usos, así mismo en las necesidades de los internautas específicamente de la ciudad de Guayaquil.

1.2. Problema de investigación.-

¿Existe una diferenciación de los usos de internet entre hombres y mujeres? Esta interrogante se plantea en base a las últimas estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, las cuales señalan que los hombres son los que tienen mayor consumo a nivel nacional, con un 45,1% frente al 40,5% obtenido por las mujeres. Sin embargo desconocen los motivos, las necesidades y los hábitos que diferencian el uso de internet en los respectivos grupos de usuarios.

En nuestras sociedades, los diferentes procesos, políticos, económicos, culturales, han evidenciado con cada vez mayor fuerza las diferencias y desigualdades entre hombres y mujeres. Estas diferencias se aprecian incluso en el acceso a la tecnología informática, esto es, internet. La idea central de este proyecto es identificar cómo estas diferencias entre hombres y mujeres se expresa de manera específica en el uso de internet, considerando para ello las necesidades de cada grupo y como las satisfacen usando esta herramienta.

1.3. Importancia y justificación.-

Si bien se conoce que existen consumidores divididos por la variable sexo, se desconoce cuáles son las diferencias en el momento de usar

internet por parte de ambos grupos, es decir estamos frente a un campo todavía inexplorado que necesita ser analizado.

Esta investigación contribuirá a la Carrera de Comunicación Social en el campo de la aproximación tecnológica y a su vez permitirá conocer un perfil aproximado del usuario de internet tanto femenino, como masculino. De este modo, se podrá conocer una realidad, no ajena pero sí poco desarrollada y sobre todo el poder acercarse a los significados de usos de internet tanto en hombres como mujeres.

De manera general, el Ecuador se ha transformado en las últimas décadas en varios ámbitos, incluido el tecnológico, evidenciándose en esos campos, las diferencias entre hombres y mujeres. El proyecto aborda el estudio de esas diferencias, pero en el uso de internet a partir de la perspectiva de género, considerando la estructura de necesidades de los individuos y el contexto social derivado de su posición en la estructura de edades.

1.4. Objetivo general.-

Identificar las diferencias de los usos de internet entre la población de hombres y mujeres, jóvenes – adultos, residentes del área urbana del cantón Guayaquil.

1.5. Objetivos específicos.-

- Identificar las necesidades que tienen tanto hombres y mujeres para usar internet.
- Establecer los lugares y/o soportes tecnológicos que utilizan para acceder a la red.

- Identificar la relación entre el género, la edad y las necesidades, en cuanto a usos y hábitos de usos de internet.

1.6. Hipótesis del proyecto.-

La realización de este proyecto parte de la siguiente hipótesis general:

“Existe una diferenciación en cuanto a usos y hábitos de usos de internet entre hombres y mujeres”

Para este proyecto se tomó de referencia el estudio *“Tecnologías de Información y Comunicación (TIC´S) del Ecuador”*, que proporciona el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos acerca del uso del Internet en el país y en la ciudad de Guayaquil.

Este informe señala que: los hombres son los mayores consumidores de internet con un 49,1%, frente al 44,3% que obtienen las mujeres. De acuerdo a las edades, son los jóvenes a partir de los 18 años, hasta los 34 años de edad, los mayores usuarios de Internet. (INEC, 2010).

A partir de estos datos se caracterizarán y se diferenciarán los usos de internet tanto de hombres como de mujeres en relación a sus necesidades y hábitos de uso.

CAPITULO 2.

2.1 MARCO TEÓRICO.-

2.1.1 El Internet y las relaciones sociales:

El sociólogo Manuel Castells, en su libro *“Sociedad en red”* señala que el internet “...es una red de redes de ordenadores capaces de comunicarse entre ellos (...) es mucho más que una tecnología, es un medio de comunicación, y de organización social” (Castells, 2001, p.1) resalta al internet como un medio que interactúa con el conjunto de sociedad, como una forma organizativa que implica el desarrollo de las relaciones sociales. Al hacer esta afirmación nos pone frente a una realidad sociológica, que incluye redes de información y en la que influye toda una estructura social.

Castells (p.11) destaca la sociabilidad creada a través de internet, su importancia en la consolidación de lo que llama como “comunidades virtuales”, compuestas por personas basadas en sus intereses y valores personales, afinidades, etc.

“Internet permite esa conexión saltando por encima de los límites físicos de lo cotidiano, tanto en el lugar de residencia como en el lugar de trabajo y genera por tanto redes de afinidades”

La esencia del internet radica también en su instrumentalidad, Castells (p.11) afirma que los niveles de interacción más fuertes se generan en el desarrollo de tareas personales o intereses concretos a través por ejemplo de las redes sociales, las personas se conectan por formas de organización del trabajo, por tareas y por otros lazos muchos más débiles.

En su libro *“La Dimensión Cultural del Internet”* Castells destaca el carácter abierto adaptable e integrador del Internet, señalando las siguientes características: la información, como materia prima; su capacidad de penetración que se produce en todos los ámbitos sociales; la morfología de la red, como la lógica de interconexión en el sistema tecnológico; su flexibilidad y capacidad para reconfigurarse, y la integración de otras tecnologías (Castells, *La dimensión Cultural del Internet*, 2002)

2.1.2 El internet dentro del campo de las TICS (Tecnologías de la Comunicación e Información):

El profesor Julio Cabero, de la Universidad de Sevilla, España, en su libro *“Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas”* señala que:

“...las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e inter-conexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas”. (Cabero, 1998, p.1)

Algunas de las características de la información de Internet han sido analizadas por Cabero, como representativas de las TICS: la información multimedia, la interactividad, la interconexión, la instantaneidad, la penetración en todos los sectores, la innovación.

Por otra parte, Raisa Urribarrí, en su artículo *“El uso de Internet y la Teoría de la Comunicación”* señala que la característica más relevante de todas, en relación de las Tics, es que la tecnología telemática abre la posibilidad de la interactividad, que ha sido definida como la

capacidad que tienen los usuarios de ser productores/consumidores de información y contenido. (Urribarrí, 1999)

En la década de los sesenta, se originó el internet junto a un nuevo modelo de intercambio de información totalmente opuesto al de los medios de comunicación tradicionales. Las TICS promueven el trabajo colaborativo, permiten la organización y participación a través de distintas aplicaciones como el correo electrónico, la mensajería instantánea, etc., inclusive a través de las redes las cuales desaparecen las nociones de control, autoridad y subordinación.

Peré Marqués, en su informe *“El impacto de la Era Internet en la educación”* afirma que el internet es el elemento más poderoso de las TICS, ya que:

“...nos proporciona un tercer mundo en el que podemos hacer casi todo lo que hacemos en el mundo real y además nos permite desarrollar nuevas actividades, muchas de ellas enriquecedoras para nuestra personalidad y forma de vida”. (Marqués, 2000)

Mientras que, Martha Sánchez, Consultora de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas CEPAL, en su estudio *“Implicaciones de Género en la Sociedad de Información”*, considera a las TICS como importantes herramientas de desarrollo, que, dependiendo a las oportunidades de acceso y patrones de uso, podrían incrementar o disminuir las desigualdades o diferencias entre hombres y mujeres, es decir la brecha de género ya existente en América Latina. A parte de la individualidad frente al uso del internet, se hace referencia a un parámetro que marca la diferenciación, el género. (Sanchez, 2010)

2.1.3 Teoría y perspectiva de género:

Cecilia Castaño, en su artículo “Géneros y usos de las TICS” afirma que se debe considerar al “género” como una construcción social que asigna diferentes roles, responsabilidades, pautas de conducta y de relaciones para entender las diferencias de usos de internet entre hombres y mujeres “El uso de Internet entre mujeres y hombres no puede considerarse un mero resultado de la libre elección de los individuos, sino que más bien dependerían de todo un conjunto de expectativas y restricciones relacionados con estos roles sociales diferentes en términos de empleo y familia. (Castaño, 2012)

Se considera al género como:

“...el conjunto de ideas, representaciones y prescripciones sociales que una cultura desarrolla desde la diferencia anatómica entre los sexos, para simbolizar y construir socialmente lo que es propio de los hombres (lo masculino) y de las mujeres (lo femenino). (Lamas, 1999, p.84)

El género está relacionado directamente con la edad, educación, formación, sexo, que responderían a los factores sociales que se mencionan desde un principio, además del papel que desempeñan tanto hombres como mujeres en diferentes contextos, (sociales, políticos, familiar, laboral) los cuales están jerarquizados por la clase, grupo, generación de cada individuo.

Carmen Ramos en su estudio “La perspectiva de género en la versión norteamericana de la historia de las mujeres en América Latina” considera que el concepto de género

“...amplia la identidad individual superando las limitaciones biológicas, para señalar que son los espacio de poder, las relaciones entre individuos, lo que constituye la identidad de género, no el sexo” (Ramos, 2011, p.4)

Estas propuestas teóricas, cuestionan las desigualdades o inequidades a partir de las diferencias genitales y lo que proponen más bien son construcciones realizadas a partir de relaciones de poder.

Junto a la teoría de género está también la Perspectiva de género, que nos permite analizar y comprender las características que definen a mujeres y hombres de manera específica, así como sus semejanzas y diferencias. También nos ayuda a identificar las posibilidades vitales de unas y otros, el sentido de sus vidas, sus expectativas y oportunidades, las complejas y diversas relaciones sociales que se dan entre ambos géneros.

Existen distinciones sujetas al género en la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, especialmente de las redes sociales. A esta distancia existente entre hombres y mujeres en cuanto al uso del internet, se conoce como "*Brecha digital de género*".

Las investigadoras británicas Rosie Heimrath y Ann Goulding, en su estudio "*Internet Perception and Use: A Gender Perspective*" (Heimrath & Goulding, 2001) consideran que la acogida de las Tics está influida por un condicionamiento social que tiende a reforzar los estereotipos sexuales, todo ello da lugar a un círculo vicioso, que según ellas, tiende a acrecentar esta brecha. Sin embargo, según otros autores, la proporción entre hombres y mujeres se va equilibrando, porque la red ofrece espacios de comunicación, como el correo electrónico, la mensajería instantánea, donde existe mayor igualdad entre ambos grupos. (Boneva & Kraut, 2001, p.16)

2.1.4 Estudios culturales de género:

A mediados de la década de los 50, surgieron en Inglaterra, los llamados “Estudios Culturales” para explicar la articulación de las clases sociales y la práctica cultural, basados en la idea de que las audiencias, pertenecen a grupos diversos, enmarcados por diferencias culturales, de igual forma podemos referirnos a los consumidores de internet. Sus máximos exponentes son Raymond Williams, R. Hoggart, y E. P. Thompson, esto de acuerdo a la clasificación que hacen Luis Beltrán Pérez, y Norman Velásquez. (Beltrán & Velásquez, 2006).

Los estudios culturales comienzan a considerar a la cultura como el objeto de su investigación científica. Al ser aquella cultura en la que participan la mayoría de los receptores, realizan una conexión entre los aspectos de la cultura popular (revistas, deportes, etc.) y los aspectos privados del individuo (roles, lenguaje, etc.). Como estos medios y actividades determinan las actividades cotidianas.

2.1.5 Teoría de usos y gratificaciones:

La teoría de usos y gratificaciones se centra en investigar el por qué las personas utilizan los medios de comunicación, partiendo desde su conducta comunicativa en función a su experiencia individual con directa con dichos medios.

Abraham Maslow en su estudio “Theory of Human Motivation” (Maslow, 1943) considera que el ser humano siempre está en busca de restablecer su equilibrio, el cuerpo no puede mantenerse a sí mismo, en cuanto surge una carencia, este busca llenarla; con

carencia, es decir hace referencia a necesidades no satisfechas. Según Maslow, cada individuo selecciona los estímulos a los que quieren responder, atendiendo a causas como sus valores, intereses y funciones sociales. Por tanto, más que ser los medios los que dicen al espectador qué ver o a qué atender, son los usuarios de forma activa los que lo deciden, atendiendo a sus necesidades y la gratificación que les proporcionen.

En 1972 Denis McQuail (citado por Werner Severin y James Tankard) sugirió las siguientes categorías para agrupar las gratificaciones a través de los medios. La diversión que se refiere al escape de la rutina, la liberación emocional, las relaciones interpersonales resumida en la compañía sustituta; la identidad personal que es la exploración de la realidad y se basa en el refuerzo de valores personales y por último la vigilancia del entorno, que es la información sobre cosas que podrían afectar a una persona. McQuail se refiere al uso de los medios como un proceso interactivo, que relaciona el contenido de los medios con las necesidades, percepciones, papeles, valores individuales y el contexto social en el que una persona está situada. (Severing & Tankard, 2001)

Edison Otero en su libro “Teorías de la Comunicación” expone la teoría de Katz, Gurevitch y Hass (Botero, 1997, p.128) sobre las 5 necesidades que buscan satisfacer los receptores a la hora de consumir los mensajes. Estos autores exponen la necesidad cognitiva: información, conocimiento y comprensión del medio ambiente, curiosidad y exploración del mundo, es decir es la necesidad del ser humano de conocer, carencia que puede ser completada a través de los medios (radio, tv, prensa, internet).

En segundo lugar, establecen la necesidad de afecto: experiencias emocionales y placenteras, se refieren a las carencias de emoción,

placer, sentimientos, etc. las cuales no solo pueden ser satisfechas por parte de otro ser humano físico. Lo ejemplifican con las personas que encienden el televisor como compañía a la hora de comer o que buscan relacionarse con otras a través de redes sociales en Internet. En tercer lugar, ubican la necesidad de integración del yo o integración personal: autoestima, confianza y estabilidad del individuo, se refieren al reconocimiento, la búsqueda de cierto status ante los demás.

La necesidad de integración social, según estos autores, es la afiliación o pertenencia a unidades mayores que la familia y amigos, es la inclusión a un grupo o sociedad. Y por último, establecen la necesidad de relajarse o de entretenerse, llamadas también necesidades escapistas, la cual sale a flote cuando los seres buscan evadir las situaciones negativas o liberar tensiones.

2.1.6 Uso de las redes sociales:

Gallego define red social como “un conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí”. En el ámbito de la informática, la red social hace alusión al sitio web que estas personas utilizan para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad. (Gallego Vázquez, 2012, pág. 12)

Según Enrique Dans (Dans, 2009) existen diferentes maneras de funcionamiento de las redes sociales:

- Dentro de algún sitio web o red social, un usuario invita a otros a conectarse a través de dicha plataforma.

- Cada uno de los usuarios realiza el mismo procedimiento, extendiendo de esta manera la conexión.
- Con los vínculos establecidos, se crea una red de contactos en la que se intercambia información de todo tipo.

Cachia indica que “los seres humanos siempre han buscado vivir en entornos sociales. La proliferación de nuevas aplicaciones en línea y su extensión a las prácticas cotidianas están influyendo sobre cómo las sociedades occidentales se apropian de las redes sociales”. (Cachia, 2008)

Un significado parecido es el que explica Enrique Jarne, en su análisis “Redes sociales en Internet: conocer, utilizar, aprovechar”. Se centra en las redes sociales como comunidades participativas, donde se establecen relaciones entre usuarios en base a sus intereses comunes. Se trata de utilidades como dejarse ver, encontrar personas, conocer gente nueva, compartir conocimiento, compartir contenido, participar en grupos de intereses comunes, mostrar ideas e ideologías/debatir, divertirse, realizar negocios, encontrar/ofrecer trabajo y realizar trabajos colaborativos. (Jarne, 2010)

Por su parte, Zygmunt Bauman en “Facebook, Intimidad y Extimidad, de su libro “Esto no es un diario” (Bauman, 2012, pág. 250) argumenta que el éxito de Facebook se debe a que en primer lugar, los usuarios que decidieron unirse a esta red social, debieron sentirse muy solos y por alguna razón les resultaba difícil escapar a su soledad con los medios a su disposición y en segundo lugar debieron sentirse dolorosamente desatendidos, inadvertidos, ignorados y arrojados a un camino secundario, exiliados, excluidos, y una vez más se les hizo difícil salir del anonimato con los medios a su alcance.

2.2 ESTADO DE ARTE.-

El uso de internet se puede medir con seis variables conformadas por: penetración, intensidad, diversidad, complejidad, transacciones y contenido. Una vez obtenida los resultados de cada una de las categorías se aplican matemáticas simples y se promedia para obtener un porcentaje final y confiable.

En Latinoamérica no solo el cambio se ha dado en el incremento de la cantidad de usuarios sino también en la forma de cómo estos usan la red. El internet hoy en día es mucho más personal, tanto en hogares como en conexiones inalámbricas móviles. Además de esto la conectividad es mucho más frecuente incluso diaria. (Tendencias Digitales, 2011).

El interés mediático ahora no solo se concentra en obtener la información al día, sino también en la forma mediante la cual las personas consumen, encuentran y hacen lo posible para obtener lo que necesitan. El auge tecnológico y la inevitable globalización de la comunicación obligan a las naciones a estar al día en los procesos que involucran las TIC y NTIC.

Ecuador no es un precursor en estas investigaciones puesto que menos de la mitad de la población en los últimos diez años recién se ha visto involucrada con las tecnologías digitales. Además que en Ecuador no se han promovido este tipo de exploraciones y carece de un trabajo que haya sido precedido por la diferencia mediante la variable de sexo en cuanto al uso de internet. Por otra parte Europa y Estados Unidos tienen mucho que ofrecer y aportar en el marco tecnológico en cuanto a investigaciones de usos de internet en países modernos y con mayor profundización en zonas urbanas y rurales.

Investigaciones afines realizadas:

2.2.1 Indicadores clave de las tecnologías de la información y de las comunicaciones. (CEPAL – ONU, 2005)

Llevar un registro sobre el uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) y sobre cómo estas se desarrollan en los territorios de las naciones en todo el mundo es muy importante puesto que esto permite establecer tácticas políticas y del mismo modo instaurar medidas para fortalecer el crecimiento tecnológico y el desarrollo social.

La ONU en sus publicaciones busca que todos los países del mundo puedan fijar normas y equiparar las brechas tecnológicas en cuanto a las estadísticas sobre la ciencia informática y sus usos según el *Partnership en Medición de TIC para el Desarrollo*, entidad encargada de crear los indicadores estadísticos para la medición internacional.

Entre los indicadores establecidos están:

- La infraestructura de las TIC y acceso a ellas
- El Acceso a las TIC y su uso por parte de hogares e individuos
- El uso de las TIC por las empresas
- El Sector de las TIC y comercio de bienes relacionados con ellas.

El objetivo principal de la lista es ayudar, a países que están elaborando encuestas sobre las TIC o están añadiendo preguntas sobre el tema a encuestas existentes, a producir datos que puedan ser objeto de comparación internacional. (Ginebra, febrero de 2005). Estos parámetros no son obligatorios al momento de la medición ya

que los países son diferentes y cada uno debe de responder a sus propios intereses y necesidades.

2.2.2 Acceso y Uso de Internet. (2008)

En Nicaragua, estudiantes de Comunicación Social plantearon un proyecto para descubrir los hábitos de toda la población estudiantil de las carreras de Pregrado de la Universidad Centroamericana (UCA). EL grupo encuestado debía estar matriculado respectivamente en el módulo del año que se cruzaba (2008).

La recopilación de datos les arrojó como resultado: que existía un gran porcentaje de alumnos con acceso a Internet frecuente y que poseían computadoras en sus casas, mientras que muy pocos eran los que no la tenían. También descubrieron que los hábitos se diferenciaban debido a la carrera y año de estudio que tenían los encuestados.

Renata Rodrigues, quien presentó el informe de la investigación, detalla que el interés por realizar este proyecto surgió luego de una discusión sobre un informe de la Fundación española Orange publicado en el 2007 sobre la situación de las nuevas tecnologías en el mundo.

El proyecto pensado como una investigación de tipo descriptiva partió del uso de las TIC que los estudiantes de la universidad le daban, tomando en cuenta su frecuencia y lugar desde donde realizaban las actividades digitales. Este estudio toma en consideración un apartado de la publicación de Fundación Orange en la cual se exhibe que aunque la penetración de Internet es constante, aún existen brechas

demográficas entre sus usuarios. Así, existen sustanciales diferencias en la elevada penetración entre los jóvenes frente a la de los más mayores, los que tienen estudios universitarios de los que no los tienen, aquellos hogares que tienen niños, de los que no. (2007, p.26). He ahí el propósito de indagar en sus propios jóvenes para obtener mejores resultados.

2.2.3 Investigación comparativa sobre los usos y disfrute de Internet por niños y niñas de entre 8 y 10 años, en tres colegios de Argentina, Perú y Paraguay (Rocío E. Trinidad y Hugo Rodríguez, 2012)

Este trabajo es una *investigación comparativa sobre los usos y disfrute de internet por niños y niñas de entre ocho y diez años*; surge bajo una petición por parte de la Organización *Save the Children* Suecia y se desarrolló en conjunto con ONGs correspondientes a Perú, Argentina y Paraguay.

Mediante procesos cualitativos y cuantitativos se obtuvieron los datos para comparar y diferenciar los usos del internet de la población indicada en cada país cuyo objetivo general radicaba en conocer las preferencias y hábitos en Internet que desarrollaban niños de entre 8 y 10 años que acudían a escuelas situadas en las zonas urbanas en las ciudades de Buenos Aires, Asunción y Lima. Esto les permitió descubrir el uso, frecuencia y lugar de conexión de aproximadamente 1100 niños encuestados, por otra parte también se supo cuál era su compañía durante la navegación en internet y las actividades que realizaban y los posibles peligros a los que se exponían.

“Mi Hora Libre” fue una actividad que se planteó como parte de la investigación permitiendo una observación directa.

“Navegar libremente facilitó en los pequeños internautas el despliegue de diversas emociones, aptitudes y habilidades. Demostraron que es posible aprender jugando. Actividades favoritas y búsquedas de los niños y niñas en Internet. Algunas diferencias de género.” (Rocío E. Trinidad y Hugo Rodríguez, 2012)

La comparación fue posible debido a la estratificación de sectores ya que los niños encuestados debían de ser de niveles socioeconómicos: medio alto, medio y bajo además de que los planteles educativos a los que estos asistían debían contar con al menos un centro de computación y con disponibilidad de conexión a internet.

2.2.4 Internet use in households and by individuals. (Uso de Internet en los hogares y por individuos) (Heidi Seybert, 2012)

Alrededor del 73% de las personas en la Unión Europea utilizan internet, y un tercio de los europeos utilizan Internet en los dispositivos móviles lejos de casa o del trabajo. De acuerdo a Seybert la gran mayoría de los hogares y las personas utilizan el Internet hoy en día, siendo los jóvenes de entre 16 y 24 años los internautas con mayor conexión en movimiento. (Encuesta TIC 2012, Statistics in Focus).

Las diferencias con respecto al uso de internet y TIC entre países son muy diferentes en cuanto al uso móvil. Las acciones de los individuos que utilizan computadoras portátiles o dispositivos de mano a través de una red de telefonía móvil o inalámbrica conexión fuera de casa o del trabajo estaban por encima de 50% en seis Estados miembros: Dinamarca, Irlanda, Luxemburgo, Países Bajos, Finlandia y Suecia;

mientras que en Bulgaria, Italia, Hungría, Lituania y Rumanía las acciones estaban por debajo del 20%. (Statistics in Focus).

Uno de los mayores logros de esta investigación fue haber descubierto que el 60% de la población europea utilizan a diario el internet y que 7 de cada 10 lo hace al menos una vez a la semana.

De acuerdo a las encuestas realizadas en la UE casi el 90% de la población utiliza las TIC para enviar y recibir emails, en segundo lugar con un 83% se ubica la búsqueda de información con respecto a bienes servicios y en tercer lugar la lectura de periódicos, noticias y revistas ocupa un 60%.

2.2.5 Hábitos de los usuarios de Internet en México (AMIPCI, 2013)

La Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) anualmente presenta un estudio sobre los hábitos de los internautas en México para obtener estadísticas actualizadas con respecto al uso de TICs. Al igual que en sus ediciones de proyectos anteriores conservan los indicadores como: los universos, el perfil y los principales hábitos de los internautas de este país para mostrar una representatividad Nacional.

El género, la edad, la conexión de días por semana, el tiempo promedio de conexión diario y las actividades online fueron las variables que permitieron la recopilación de información tanto en encuestas como entrevistas aplicadas a una población de 7077 personas.

A diferencia de las ediciones pasadas este trabajo añade profundizar las preguntas sobre redes sociales para medir su impacto en los

Internautas Mexicanos. El cálculo que utilizaron provino de instituciones oficiales al servicio de la comunicación, entre las que se encuentran: El Consejo Nacional de Población (CONAPO), Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), La Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) y el departamento de investigación online de la empresa ELOGIA.

Aproximaciones en Ecuador:

2.2.6 Los Usos de Internet: Comunicación y Sociedad. (FLACSO, 2007)

Cinco autores, presentan en una recopilación su investigación acerca de las nuevas tecnologías de la comunicación, entre ellas el uso del internet en puntos específicos de la historia en el Ecuador como por ejemplo en la migración transnacional y como el internet los mantenía conectados unos con otros a pesar de las distancias. Además de mostrar como el internet fortalece la comunicación e impulsa la participación ciudadana y como estas iniciativas mejoran el espacio público dando oportunidad no solo en zonas urbanas sino también en zonas rurales.

En este trabajo no solo hacen referencia al uso de internet en el país, asimismo en Chile y Perú, países sudamericanos que atravesaron procesos similares. En Chile por lo contrario se analiza la apropiación de las TIC y el camino que recorren, mientras que con Perú se presentan las prácticas de gestión social para que las Tecnologías de Información y Comunicación estén al acceso de todas las personas en las zonas rurales.

Jacques P. Ramírez en su apartado *“Aunque sea tan lejos nos vemos todos los días”* relaciona la migración transnacional con los usos de las nuevas tecnologías, siendo el fenómeno migratorio el hecho que fomenta el uso de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC) a finales de los años noventa permitiendo la creación de un “tejido de las redes migratorias en el contexto de la globalización y el capitalismo informático”. Tomando en cuenta que hace catorce o quince años el nivel de acceso a Internet aquí en Ecuador era muy precario y mínimo con tan solo un 4% de la población, el autor tomó este suceso como un potencial para las generaciones venideras, ya que así se fomentaría la curiosidad y el interés por formar parte de la categoría “usuarios informáticos”.

Este fenómeno no solo sucedía en Ecuador, era algo que ya se venía expandiendo hacia toda América y Europa. *“Apropiación social de las TIC: un camino por recorrer. Una experiencia del Sur de Chile”* de Valeria Cabrera Jorquera relata como los factores sociodemográficos que limitan las sociedades y sus problemas como la pobreza, marginalidad, economía, etc. pueden ser orientados socialmente mediante procesos políticos públicos para el desarrollo de Tecnologías de la Información y la Comunicación o el Conocimiento.

Para Cabrera la vinculación de las TIC y el proceso de globalización es esencial, puesto que en este caso la globalización de la comunicación es la manifestación de la conectividad. Aquí no solo se resalta la iniciativa de buscar un bien común, sino también el hecho de que todo proyecto tiene un proceso determinado y que por más que se trate de expandirse a todas partes siempre existirán restrictivos que retrasarán los avances por ejemplo: las críticas de la misma sociedad involucrada, las brechas tecnológicas de los lugares modernos y los flujos informáticos que día a día se actualizan y se producen alrededor del globo.

Consuelo Albornoz Tinajero en su ensayo: *“Nuevas tecnologías de la información y la comunicación para impulsar participación ciudadana en la legislación”* acuña las percepciones que se tienen sobre las NTIC y el interés de incorporarlas a la gestión legislativa en antiguo Congreso del Ecuador. Albornoz además de abarcar los temas relacionados al conocimiento de las TIC las coloca en relación con el espacio público, la participación ciudadana y la cultura política.

Albornoz, consideraba que el Ecuador necesitaba leyes que regulen el uso correcto de las Tic ya que en la Constitución de 1998, vigente hasta ese entonces, no existía ley alguna que reglamenten la utilización de software o creación del mismo. En cuanto a la participación ciudadana propone instaurar asambleas digitales ya que evitan la presencia de grupos numerosos y fomenta la democracia porque les da mayor espacio a todos y no solo a los que podían entrar al pleno.

Durante el año 2000 y 2006 Karina Palacios recopiló información de los sectores públicos rurales y urbano marginales que cuentan con TIC y NTIC para establecer una comparación en su estudio titulado *“Incidencia de las iniciativas TIC y NTIC en el fortalecimiento del espacio público rural en el Ecuador”*. La autora citando a Habermas en su libro *Teoría de la Acción Comunicativa* (2003) coincide en que el espacio público es el lugar en el cual se verifica la construcción de validez de argumentos propuestos como de interés general o colectivo, exponiendo así que a partir de la comunicación es posible que un grupo de personas con rasgos e intereses en común lleguen a forjar un vínculo que les permita como individuos llegar a una decisión que favorezca a todos.

Palacios expone que la desestructuración del tejido social debido fundamentalmente a la desconfianza generalizada hacia el Estado y hacia prácticamente toda forma de asociación política es uno de los obstáculos que identifica la ciudadanía al momento considerar una posible participación ciudadana convirtiendo a las TIC y NTIC en un medio de apertura para fomentar y educar a las masas en cuanto a una formación ciudadana de alfabetización digital en condiciones democráticas.

“Acceso a Internet en zonas rurales del Perú. Recogiendo mejores prácticas de gestión social de las Tecnologías de información y Comunicación” por Dante Villafuerte Quiroga es una investigación dónde se exponen todas las organizaciones que han ayudado a la expansión del uso de internet y su vez el abordaje de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Villafuerte, acoge la gestión social como principal contribuyente en el ámbito rural para comprender los flujos de información y la comunicación digital, ya que considera que aunque la infraestructura en cuanto a espacios que dan servicios digitales es un componente significativo; lo más importante es la capacitación de las personas para que pasen a convertirse en *usuarios*, así ellos sabrán lo necesario para usar y gestionar las tecnologías de la información y comunicación de acuerdo a sus propias necesidades.

2.2.7 Usos del Internet en el Ecuador. (2008)

Estudiantes de la UTPL presentaron como proyecto de titulación un trabajo sobre los usos más frecuentes que se le da en el Ecuador al Internet en los campos laborales, educacionales, comunicacionales y del entretenimiento; este proceso se basó en encuestas a estudiantes de un colegio fiscal y a hombres y mujeres de entre 16 y 40 años. La

investigación fue realizada en la ciudad de Loja. Delimitando el sector los investigadores pretendían hacer un proyecto nacional en cuanto al uso de TIC's en el Ecuador.

Conocer los usos más frecuentes de la Internet a nivel local es el objetivo principal de la investigación seguida de algunas hipótesis para comprobar. El marco teórico utilizado está basado en literatura sobre internet en general y tipos de conexión y costos de las tarifas.

En la investigación se profundizó la preferencia del usuario al momento de contratar una operadora para que les surta el servicio, así como los valores que tendrían que cancelar para acceder a este.

2.2.8 Reporte anual de estadísticas sobre tecnologías de la información y comunicaciones TIC's. (INEC, 2010)

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador detalla un informe en el cual se hacen presente las estadísticas de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) durante el 2010. En este se aprecian los resultados obtenidos de los hogares y de los registros administrativos provenientes del Ministerio de Telecomunicaciones.

El INEC nos permite acceder a la información actualizada de los datos estadísticos más exactos ya sea a nivel nacional o por sectores u otras variables demográficas y socioeconómicas.

La tendencia, el uso y la frecuencia del uso de Internet se detallan en una parte del documento presentado, además se muestran los resultados gráficamente. El amplio trabajo idéntica la relación entre las TIC's y la pobreza.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) mediante su apartado *Uso de las TIC's en los hogares del Ecuador* reporta que el 62.8% de los ecuatorianos tiene o tuvo acceso a internet de los cuales 32.0% de los usuarios son hombres y el 30.8% mujeres. Geográficamente en Guayas el 34.8% de la población tiene acceso a internet.

Desde el 2008 hasta el 2011 se ha incrementado al menos 6 puntos en el Ecuador el porcentaje de personas con disponibilidad de uso de TIC's. La provincia de Santa Elena es la que presenta menor porcentaje a nivel nacional de personas usando internet con un 18.8%.

Aproximadamente el 38.3% de la población accede a las TIC y NTIC por medio de una conexión en su hogar. Esto se pone en relación con el uso que se le da a la web, dicho esto la población prioriza la *comunicación en general* con un 32.6% seguido de la *educación y el aprendizaje* en un 31.1%

El acceso a la información ya no es un problema y con un Smartphone o teléfono inteligente es mucho más fácil e incluso más cómodo en ciertas ocasiones. Del total de la poblacional nacional el 46.6% tiene un celular activo de los cuales solo el 8.4% de estos tiene un teléfono inteligente con internet.

CAPITULO 3.

3.1 METODOLOGÍA.-

En el siguiente capítulo se explica el camino concreto que se siguió para establecer las diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a usos de Internet. En el apartado se incluye la postura, además de los métodos, y técnicas de campo utilizadas para el desarrollo de esta investigación, los cuales aportaron para la obtención de los resultados de la misma.

3.1.1 Paradigma de la investigación.-

Existen diferentes maneras de entender al conocimiento y cómo este se construye, así se llama a las posturas epistemológicas desde las cuales parte una investigación. Dadas las características de este proyecto, se aplica *la postura epistemológica positivista*, que según Xavier Vargas Beal, en su libro “*Investigación... ¿Qué es eso?*”, responde a una metodología cuantitativa y el conocimiento es una verdad objetiva e irrefutable. “El conocimiento científico avanza a través de la formulación, confirmación o refutación de hipótesis que le dan validez a la teoría de un campo específico” (Vargas, 2010, p. 11).

El paradigma positivista busca descubrir los hechos de un fenómeno, en este caso serían las diferencias de los usos de internet entre hombres y mujeres, en cuanto a necesidades y hábitos de uso, lugares y medios de acceso a Internet, entre otros aspectos, los cuales se plantean de manera específica en las hipótesis del proyecto. En torno a estas se obtendrán resultados utilizando técnicas que permitirán medir estos datos.

Sin embargo, en esta investigación, existe una mezcla paradigmática, que según Vargas (p.14) existe bajo circunstancias especiales. En este caso surge por la utilización de una técnica de carácter cualitativo, la cual se detalla más adelante, con el fin de establecer una relación directa entre el objeto y el sujeto de estudio.

3.1.2 Tipo de investigación.-

Para este trabajo de titulación se desarrolló una investigación de tipo *Exploratoria* ya que el problema se establece en un área de poco conocimiento-estudio. Además el tema abordado: “*Diferenciación de los usos de internet entre la población de hombres y mujeres, jóvenes-adultos residentes del área urbana del cantón Guayaquil*”, muestra una perspectiva innovadora para el descubrimiento de nuevos conceptos y a su vez prepara el terreno para nuevos posibles estudios.

Para una mayor aproximación a la realidad, ya que se pretende establecer una contabilidad acerca de las diferencias entre los usos de internet entre hombres y mujeres se utilizó el *Método Descriptivo*, ya que a pesar de existir otros tipos de descripciones que no son de naturaleza estadística permiten construir de alguna forma concreta aspectos del entorno. (Xavier Vargas, 2010, p. 22).

Este tipo de estudios son muy comunes en la investigación, sobre todo en situaciones donde existe poca información. Los estudios exploratorios se establecen en un campo específico del conocimiento y pueden incluir diferentes alcances en las distintas etapas de su desarrollo. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010. p.79)

No todas las investigaciones cuantitativas plantean hipótesis, ya que esto depende del alcance inicial del estudio. Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento se define como correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, p.92)

3.1.3 Modalidad de investigación.-

Esta tesis responde en su mayoría a una modalidad de investigación cuantitativa que es aquella cuyos métodos, observables, técnicas, estrategias e instrumentos se encuentran en una lógica de medir lo más objetivamente posible, algún aspecto de la realidad. Vargas (p. 16) indica que su unidad de análisis fundamental es la cantidad y produce como resultados, relaciones de causa y efecto, de co-relación o descripciones objetivas de la realidad.

Como se había planteado, esta es una investigación que también se aproxima a lo cualitativo, que se refiere a la lógica de observar necesariamente de manera subjetiva, algún aspecto de la realidad; a diferencia de lo cuantitativo, esta modalidad si analiza cualidades o características. Esta caracterización es fundamental para construir un conocimiento objetivo, en este caso la diferenciación de los usos de internet entre hombres y mujeres. El medir los usos y hábitos de usos puede dar cuenta también de aspectos interpretativos como las necesidades para usar la red, tal y como se había mencionado anteriormente.

3.1.4 Población y muestra.-

Siguiendo el tema planteado, el objeto de estudio de esta investigación es:

- El uso de internet que realizan tanto hombres como mujeres, jóvenes adultos, residentes de las diferentes parroquias urbanas de las zonas consolidadas de Guayaquil (Según la determinación del Municipio local).

Los sujetos de estudio de esta investigación son:

- Jóvenes adultos, hombres y mujeres, de entre 18 y 35 años de edad.
- Residentes del área urbana de Guayaquil.
- Usuarios frecuentes de internet que dispongan de conexión domiciliaria, pública o móvil.

La muestra es un subgrupo de elementos de la población seleccionado para el estudio, implica el cálculo del tamaño de la muestra, es decir, ¿Cuántos elementos de la población son necesarios? y ¿Cómo diseñar la misma?, ¿Cuáles o quiénes son los componentes de la muestra?

El tamaño puede ser estadístico o nominal. Para el primero se utiliza la fórmula de tamaño finito o infinito dependiendo del tamaño del universo. Una vez calculado el tamaño de la muestra, se procede a su diseño el cual puede ser probabilístico (al azar, estratificado, sistemático, por agrupamientos u otro) o no probabilístico (por juicio, conveniencia, por cuotas, bola de nieve o censo). (UCA, 2011).

Para determinar el tamaño de la muestra estadística de esta investigación se consideró el utilizar la técnica de *Muestreo Probabilístico*, de tal modo que los futuros datos a obtener puedan inferir en las propiedades de la totalidad de la población y representen un resultado aproximado apropiado al estudio.

Para cumplir esta característica, la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo. Los métodos de muestreo probabilístico son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad, es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas. Sólo estos métodos de muestreo probabilísticos nos aseguran la representatividad de la muestra extraída y son, por tanto, los más recomendables para la recolección de información en proyectos de investigación científica. El tipo de muestreo asumido es estratificado y de proporciones (población finita, ya que se conoce de acuerdo al último censo en el Ecuador que 129.325 personas, entre hombres y mujeres, residen en zonas consolidadas, es decir que poseen todos los servicios básicos además de acceso internet), para establecer un diseño suficientemente seguros, con una seguridad del 95%. El error fue establecido en el nivel de +/- 5 y los elementos del cálculo son los siguientes:

$$n = \frac{\delta^2 NPQ}{E^2(N-1) + \delta^2 PQ}$$

P y Q (varianzas) = 50/50

E= es el error establecido como tolerable +/- 5

N= 129.325

$\delta^2 = 4$, son las sigmas establecidas; en este caso = 2.

Por tanto, el tamaño de la muestra es:

n= 383 unidades.

3.1.5 Variables e indicadores.-

En la investigación científica se establecen variables, las cuales son cualquier característica observable del objeto de estudio y que es susceptible de adaptar distintos valores o de ser expresado en varias categorías. A la vez, una variable, depende de cada caso y situación, así como del nivel de generalidad en que nos situemos. En las variables se pueden distinguir los siguientes elementos:

- El nombre
- La definición nominal
- La definición operativa

En este proyecto se procedió a elegir los siguientes tipos:

- **Generales:** Las variables generales se refieren a realidades no inmediatamente medibles empíricamente.
- **Intermedias:** Las variables intermedias expresan dimensiones o aspectos parciales de estas variables, más concretos y cercanos a la realidad.
- **Indicadores:** Representan aspectos de estas dimensiones directamente medibles y observables.

En las siguientes tablas se detallan las variables junto a su significado e indicadores que las conforman, utilizadas para obtener los resultados y así responder las hipótesis luego mencionadas.

VARIABLES GENERALES	VARIABLES INTERMEDIAS	INDICADORES
GÉNERO: Características fenotípicas del sujeto.	SEXO	Hombres Mujeres
EDAD: El número de años cumplidos.	JÓVENES – ADULTOS	18 – 24 25 – 35

TIPOS DE NECESIDADES: La expresión de necesidad del sujeto.		
DEFINICIÓN	VARIABLE INTERMEDIA	INDICADORES
Información: adquirir conocimientos.	BUSQUEDA DE INFORMACION	Curiosidades Política Deportes Opinión Tecnología Viajes/Turismo Cuentos/Novelas Salud Economía Cultura Buscar información (para los estudios/ trabajo/ política/ etc.) Visitar sitios de avisos clasificados Buscar / Realizar operaciones bancarias Leer noticias Buscar información de entretenimiento, farándula, etc. Realizar trámites en un sitio web del gobierno.

<p>Integración personal: reconocimiento de identidad (Yo).</p>	<p>REAFIRMACION DE VALORES PERSONALES</p>	<p>Realizar reservaciones de servicios de turismo (hoteles, vuelos, autos)</p> <p>Buscar trabajo Vender/Comprar productos y/o servicios Publicar en un blog Realizar cursos o estudios a través de internet Enviar y recibir correos electrónicos</p>
<p>Integración social: inclusión a un grupo social, sentimiento de pertenencia.</p>	<p>VINCULACIÓN CON REDES SOCIALES</p>	<p>Mantiene/ Se suscribe a redes sociales Publicar videos Crear grupos de interés Unirme a grupos o páginas Saber qué están haciendo mis amigos en las redes sociales Publicar fotos en Redes Sociales</p>
<p>Afectiva: sentimientos, afectos, emociones.</p>	<p>RETROALIMENTACIÓN EN EL USO DE REDES SOCIALES</p>	<p>Actualizar mi estado en redes sociales Compartir y etiquetar imágenes en redes sociales Buscar pareja Chatear a través de servicios de Mensajería como Skype, Facebook Messenger u otras redes Sociales Hacer test Hablar por teléfono (Voz sobre IP en sitios como Skype) Contactar amigos/compañeros que no veo frecuentemente</p>

<p>Entretimiento Liberación de tensiones.</p>	<p>DESCARGA DE CONTENIDOS</p>	<p>Descargar / Jugar en línea (video juegos) Descargar música Escuchar radio Ver / descargar videos/películas/tv y/o series. Visitar algún sitio web de adultos Realizar apuestas en sitios de juegos de azar, loterías, etc. Descargar archivos de software</p>
--	-------------------------------	--

<p>HÁBITOS DE USOS DE INTERNET: Las rutinas que realiza el sujeto.</p>		
<p>DEFINICIÓN</p>	<p>VARIABLE INTERMEDIA</p>	<p>INDICADORES</p>
<p>Frecuencia : suceso periódico</p>	<p>DÍAS DE USO</p>	<p>Me mantengo conectado todo el día. Más de 3 veces x día. 1 a 2 veces por día. 6 veces a la semana. 5 veces a la semana. 4 veces a la semana. 3 veces a la semana. 2 veces a la semana. Una vez a la semana. Quincenalmente. Mensualmente. Menos de 1 vez x mes.</p>
	<p>LUGAR DE CONEXIÓN</p>	<p>Casa Casa de amigos y/o familiares Trabajo Centro de estudios Cibercafé Sitios públicos (plazas, parques, restaurantes, centros comerciales, salas de espera, etc.)</p>

	SOPORTE DE CONEXIÓN	Computadora de escritorio (desktop) Computadora portátil (laptop) Teléfono móvil Tableta TV (Smart TV) Consola de Videojuegos (PSVita, DS, etc.)
Preferencia: percepción de la realización de las necesidades.	NIVELES DE SATISFACCIÓN (CON LOS SERVICIOS UTILIZADOS)	Muy insatisfecho Insatisfecho Ni satisfecho ni insatisfecho Satisfecho Muy satisfecho

Las variables prescritas permiten el desarrollo de los objetivos propuestos y a la vez responden a la necesidad para la comprobación de hipótesis. La variable principal es “sexo” puesto que a partir de los resultados obtenidos se vincularán junto a cualquiera de las otras 3 propuestas para determinar relaciones. Entre las variables “Tipos de uso” y “Hábitos del uso de Internet” existe un estrecho vínculo de significaciones, por tal motivo comparten indicadores.

3.1.6 Hipótesis del proyecto.-

“Existe una diferenciación en cuanto a usos y hábitos de usos de internet entre hombres y mujeres”

3.1.7 Hipótesis secundarias.-

“Los usos de internet tanto de hombres como de mujeres, responden a ciertas necesidades de cada género”.

“Existe una diferenciación de los lugares de acceso y medios para usos de internet entre hombres y mujeres”

“Existe una relación entre el género con la edad y las necesidades en cuanto a usos y hábitos de usos de internet”.

3.1.8 Técnicas e instrumentos de investigación.-

Las técnicas e instrumentos son las herramientas utilizadas para la recolección de datos e información en torno al tema de investigación. En este caso se tuvieron en cuenta las utilizadas en las investigaciones, proyectos y estudios afines a este trabajo, expuestos en el Estado de Arte.

Encuestas: Técnica de formato escrito. Método descriptivo que a través de un cuestionario trata de recoger información puntual de las personas o de contrastar hipótesis previas sobre un determinado tema o aspecto social. La información puede ser aportada por la persona encuestada directamente, por correo o por teléfono. Siguiendo la explicación anteriormente presentada sobre población y muestra, las encuestas de esta investigación fueron aplicadas a 195 mujeres y 188 hombres, residentes de las áreas urbanas del cantón Guayaquil, las cuales según la ordenanza de la Municipalidad encierran 14 parroquias: Pedro Carbo, Rocafuerte, Bolívar, Olmedo, Ayacucho, Ximena, Francisco Roca, Tarqui, Nueve de Octubre, Sucre, Urdaneta, Febres Cordero, Letamendi y García Moreno; zonas que tienen acceso a internet. Las encuestas fueron realizadas en los siguientes centros comerciales de Guayaquil, cercanos a estas zonas (por ser lugares públicos que concentran a personas de diferentes sectores urbanos y con distintas ocupaciones): Centro comercial

Policentro, Mall del Sol, San Marino, City Mall, Riocentro Norte, La Rotonda, Mall del Sur, Riocentro Sur, Riocentro Ceibos.

Grupos Focales: Técnica utilizada en la investigación social que consiste en la exploración de aspectos cualitativos, percepciones y significados dentro de un grupo conformado por 6 u 8 personas, quienes son guiadas por un moderador, que facilitará la discusión. Para esta tesis se realizaron tres grupos de enfoque: uno de hombres, uno de mujeres y uno mixto. Los participantes de estos grupos focales son personas de entre 18 y 35 años de edad, el rango establecido para esta investigación y con diferentes ocupaciones y profesiones para así observar sus usos y hábitos de usos de internet y necesidades que tienen para utilizar la red.

En relación al Estado de Arte propuesto la mayoría de los trabajos utilizaron encuestas como herramientas para el levantamiento de información. La Universidad de Costa Rica propone que el investigador debe seleccionar los métodos para capturar la información primaria requerida por la investigación que está realizando y puede utilizar cualquiera de estos tres métodos o todos a la vez: observación, encuesta y experimentación.

Una vez determinado el método y las técnicas de investigación apropiadas, la siguiente etapa consiste en diseñar los instrumentos para levantar la información. Generalmente, se utiliza el método de la encuesta, para ello, el diseño del formulario debe ser elaborado cuidando el siguiente orden: Definición del objetivo, identificación de las variables, sub variables e indicadores, formulación de las preguntas y, finalmente, la elaboración del formulario considerando aspectos de redacción, codificación y estructura. (Seybert, Statistics in focus, 2012).

Para este proyecto se consideraron las siguientes preguntas:

- ¿Con qué frecuencia te conectas a Internet?
- ¿Usualmente desde dónde te conectas a Internet?
- ¿Qué tan satisfecho estás con el uso que le das a Internet?
- ¿Qué dispositivos usas para conectarte a internet?
- ¿Qué debe de tener un contenido en internet (texto, foto, video) para que tú lo compartas con tus amigos?
- ¿En cuál de los siguientes sitios Web o aplicaciones tienes una cuenta?
- ¿Cuáles de las siguientes actividades realizas en Internet?
- ¿Qué tipo de información te interesa leer en internet y desde qué dispositivo prefieres hacerlo?

CAPITULO 4.

4.1 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.-

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos luego del trabajo de campo realizado con las técnicas cuantitativas (encuesta) y cualitativa (grupos focales).

La parte cuantitativa se basó en la aplicación de 383 encuestas (de acuerdo a la muestra establecida), a 195 mujeres y a 188 hombres de entre 18 y 35 años de edad, residentes del área urbana de Guayaquil. Las preguntas estuvieron relacionadas con:

- La frecuencia de conexión a internet (desde mantenerse conectado todo el día hasta el conectarse una vez por mes).
- Los medios utilizados para acceder a la red (casa, casa de amigos, trabajo, centro de estudios, cibercafé o sitios públicos).
- Los dispositivos utilizados para conectarse a internet (computadora, laptop, teléfono móvil, tableta, tv smart o consola de videojuegos).
- Las principales actividades que realizan en internet (agrupadas como indicadores dentro de las diferentes necesidades establecidas en la metodología de investigación: *informativa, de integración personal, de integración social, afectiva y entretenimiento*).
- Los sitios webs o aplicaciones utilizadas (incluidas redes sociales).

Con el programa Microsoft Excel se realizó la tabulación de las encuestas y la posterior elaboración de las tablas, cuadros y gráficos estadísticos para poder presentar a continuación el análisis de los resultados. Se procedió a crear una tabla por cada “necesidad” de tal

forma que cada una de estas constituyera un 100%, es decir que la suma de sus indicadores den este resultado.

También se utilizó una técnica de carácter cualitativo, la elaboración de 3 grupos focales, uno de mujeres, otro de hombres y uno mixto, conformado por 6 personas cada uno, con el fin de conocer de manera más profunda las percepciones y descripciones de sus usos y hábitos de usos de internet.

A continuación, se interpretan los resultados obtenidos, relacionando la literatura, las cifras y los testimonios recogidos, de acuerdo a cada una de las 3 hipótesis planteadas para esta investigación.

4.1.1 Hipótesis secundaria 1:

“Los usos de internet tanto de hombres como de mujeres, responden a ciertas necesidades de cada género”.

En esta hipótesis interviene la variable general “sexo” cuyos indicadores son hombre/mujer y además intervienen las variables intermedias “necesidad informativa”, “necesidad de integración personal”, “necesidad de integración social”, “necesidad afectiva” y “necesidad de entretenimiento” que, según Katz, Gurevitch y Hass (1973), son las 5 necesidades que buscan satisfacer los receptores a la hora de hacer uso de los medios y consumir los mensajes.

Se crearon los siguientes gráficos para identificar bajo qué medida se proyecta cada necesidad. Tanto la mayoría de mujeres (29%) como de hombres (25%) responden a una necesidad afectiva usando internet.

Gráfico A.- Necesidades Hombres

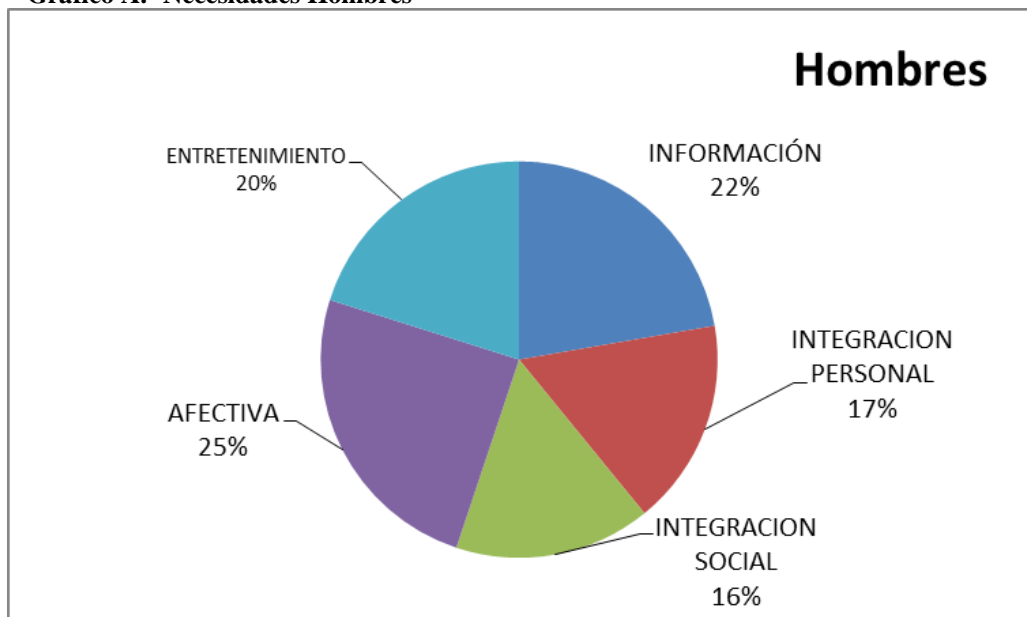
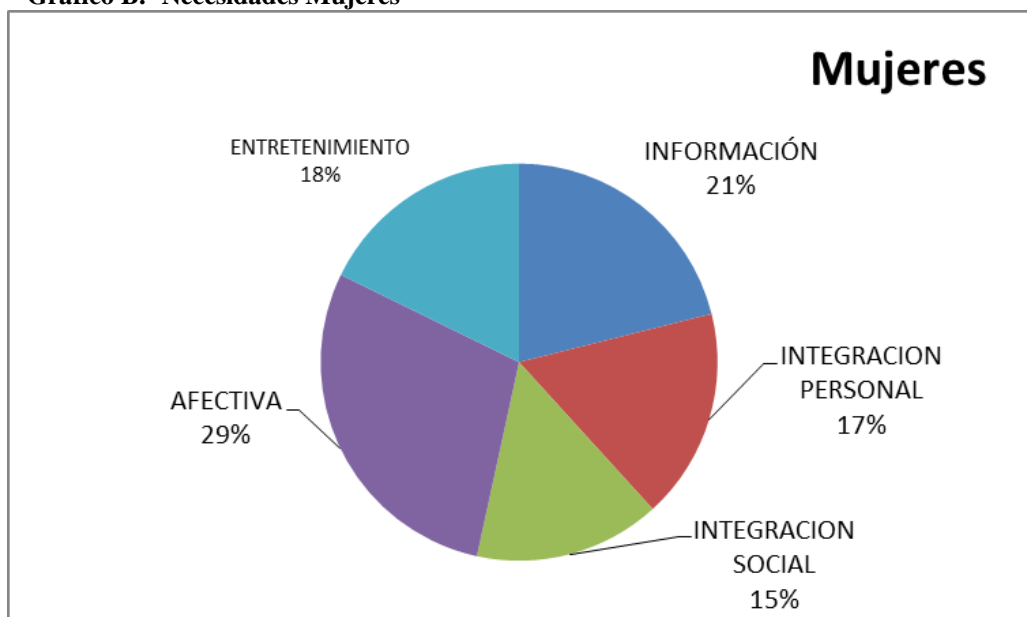


Gráfico B.- Necesidades Mujeres



A continuación se explican los porcentajes y significados obtenidos mediante las técnicas utilizadas en relación a cada una de las necesidades ya expuestas.

4.1.1.1 Necesidad informativa:

Según estos autores, es la necesidad natural del ser humano de conocer, de adquirir nuevos conocimientos e información útil. Esta necesidad puede solventarse con la búsqueda de información para estudio/trabajo/política, de farándula o entretenimiento; la lectura de noticias; la realización de operaciones bancarias o trámites a través de webs del Gobierno; y la visita de sitios de avisos clasificados, etc. Estas actividades fueron colocadas como indicadores.

NECESIDAD DE INFORMACIÓN:	HOMBRES	MUJERES
Buscar información (para los estudios/trabajo/ política/ etc.)	29%	33%
Leer noticias	22%	23%
Buscar / Realizar operaciones bancarias	17%	13%
Realizar trámites en un sitio web del gobierno	15%	10%
Buscar información de entretenimiento, farándula, etc.	9%	14%
Visitar sitios de avisos clasificados	8%	7%

Si bien es cierto que se encontraron porcentajes diferentes entre hombres y mujeres, la diferencia es mínima. Estadísticamente, tanto la mayoría de mujeres (33%) como de hombres (29%) buscan información para estudios/trabajo/política. De acuerdo a los testimonios de ambos grupos, el internet se ha convertido en uno de los principales condicionantes de la actividad laboral y estudiantil por potencial recursivo y su inmediatez de respuesta. Al describir su rutina diaria en cuanto al uso de internet Cinthya Macías, productora de TV de 29 años de edad, compartió la anécdota que:

“...un día no había internet en el canal y todos se querían morir porque no podían hacer nada, no podíamos enviar solicitudes, no

podíamos investigar....hemos hecho que esta herramienta sea muy indispensable para la vida de las personas”.

De igual manera comentó, Marcelo Román, Ingeniero en Administración de empresas de 25 años de edad:

“Creo que sin internet no hubiese podido hacer mi trabajo de titulación porque por el trabajo me era difícil ir a las bibliotecas, en cambio en internet podía bajarme inmediatamente algún libro o pdf específico”.

Con un margen del 1%, tanto hombres (22%) como mujeres (23%) leen noticias a través de internet, pero existe una diferencia en el tipo de noticias que mayormente ellos y ellas prefieren. El 51% de las mujeres consume noticias/información de Sociales o farándula y el 42% sobre curiosidades a través de su teléfono móvil, mientras el 54% de hombres consume noticias/información sobre tecnología y el 41% sobre deportes. Al parecer se marcan los tradicionales estereotipos que existen sobre las preferencias de hombres y mujeres, sin embargo según lo consultado en los grupos focales en cuanto a este tema, está desapareciendo la llamada *“Brecha digital de género”* que las investigadoras británicas Rosie Heimrath y Ann Goulding, señalan: existen estereotipos sexuales y distinciones sujetas al género en la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Stephany Polit, estudiante de Literatura de 22 años de edad, comentó que:

“...si a una persona le interesa cosas de deportes va a buscar noticias y publicar cosas de deportes yo jamás he publicado nada de deportes porque no me interesa entonces no se trata d ser hombre o mujer”.

En esto coincidió Leonardo Rivas, Ejecutivo de 27 años de edad, quien señaló que todo depende al gusto y preferencias de las personas:

“...yo si uso el internet para enterarme de cosas relacionadas al fútbol y conozco mujeres que también lo hacen, todo depende de los gustos”.

En torno a los datos menores, el 17% de hombres buscan o realizan operaciones bancarias mientras las mujeres solo lo hacen en un 13%; el 15% de los hombres realizan trámites en sitios web del gobierno, mientras las mujeres solo en un 10% y con una diferencia del 1%, los hombres (8%) y las mujeres (7%) visitan sitios de avisos clasificados.

4.1.1.2 Necesidad de integración personal:

Katz, Gurevitch y Hass consideran la integración del yo o integración personal, como la necesidad del reconocimiento, la búsqueda de cierto status ante los demás y la reafirmación de valores personales lo cual se obtiene básicamente mediante la realización de reservaciones de servicios de turismo (porque permite el traslado a algún lugar deseado), la búsqueda de trabajo (porque potencia las habilidades), la compra/venta de productos y/o servicios (porque satisface una necesidad directa), la publicación en un blog (porque comparte una postura ideológica), el realizar cursos o estudios a través de internet (porque busca superación personal) y el envío o recepción de correos electrónicos (porque comparte y recibe mails afines a los intereses y proyectos personales); estas actividades corresponden a indicadores, considerados como maneras de lograr una realización personal.

NECESIDAD DE INTEGRACIÓN PERSONAL:	HOMBRES	MUJERES
Realizar reservaciones de servicios de turismo (hoteles, vuelos, autos)	8%	10%
Buscar trabajo	13%	20%
Vender/Comprar productos y/o servicios	17%	12%
Publicar en un blog	8%	5%
Realizar cursos o estudios a través de internet	14%	9%
Enviar y recibir correos electrónicos	40%	44%

En cuanto a esta necesidad, también se obtuvieron resultados similares pero con diferencias un poco más marcadas. Sin embargo, hay que destacar que la mayoría tanto de hombres (40%) como de mujeres (44%) envían y reciben correos electrónicos, los cuales están ligados a sus intereses personales y ocupaciones. Miguel Quiroga, periodista de 24 años de edad comentó:

“Normalmente el internet lo uso todo el día, reviso mi e mail, envío correos, yo trabajo con mis hermanos y una de las cosas que hago es manejar a los clientes por medio de correos electrónicos”.

Heimrath & Goulding (2001), obtuvieron resultados similares en su estudio cuantitativo sobre la percepción y uso de internet, tanto hombres como mujeres también utilizan internet para comunicarse a través de correo electrónico. En las encuestas realizadas para esta investigación 148 de 188 hombres contestaron que utilizan Hotmail, siendo su tercera aplicación más utilizada; en el caso de las mujeres 165 de 195 contestaron de igual manera, siendo Hotmail la segunda aplicación más usada por ellas.

En cuanto a la búsqueda de trabajo, el 20% de mujeres buscan oportunidades laborales a través de internet, mientras que los hombres lo hacen en un 13% y en relación a la compra/venta de productos y/o servicios, las mujeres lo hacen en un 12% mientras los hombres en un 17%, un dato que se evidenció con la respuesta de los consultados, Marcelo Román acotó:

“...no soy de los que me gusta estar como se dice vulgarmente vitrineando, yo soy más de chequear por internet y compro, veo las promociones que hay en el momento”.

Otra diferencia, aunque no muy significativa, que existe entre hombres y mujeres es en relación a los cursos o estudios a través de internet. Estadísticamente, el 14% de hombres realizan esta actividad vía on

line, mientras las mujeres lo hacen en un 9%. Al parecer, los hombres demuestran mayores facilidades para manejar las herramientas necesarias. Carlos Ibarra, Web Master de 21 años de edad, señaló:

“...estoy haciendo en Google una certificación que físicamente no puedo hacer (...) tengo que valirme de todos los recursos que están a mi disposición en la red no solo los que me provee Google, sino de otras páginas, tips, sugerencias, que vendrían a ser información de soporte”.

En torno al bajo consumo de las mujeres de estos cursos o estudios en la web puede deberse a la desconfianza que existe por la ausencia de un tutor o guía. Dayanna Monroy, Periodista de 25 años de edad, afirmó:

“...pese a que le dan mayor libertad al estudiante, uno nunca sabe el éxito que estos puedan tener, puede ser una inversión cara y que no rinda frutos en cuanto a lo aprendido, considero que tiene que ver con la ausencia de un profesor o guía.

En cuanto a los más bajos resultados obtenidos, tanto la minoría de hombres (8%), como las mujeres (10%) realizan reservaciones de servicios de turismo y el 8% de hombres publican en un blog, mientras las mujeres lo hacen en un 5%.

4.1.1.3 Necesidad de integración social:

Una vez que el hombre reafirma sus valores para lograr su integración personal, necesita obtener un mayor reconocimiento como parte de un grupo o sociedad. Esto lo satisface, de acuerdo a nuestro planteamiento inicial, principalmente usando las redes sociales, como vehículo de vinculación. Enrique Jarne, en su análisis “Redes sociales en Internet: conocer, utilizar, aprovechar”, señala que estas son comunidades participativas, donde se establecen relaciones entre

usuarios en base a sus intereses comunes. En este sentido, los hombres al igual que las mujeres mantienen y se suscriben a redes sociales, publican videos y/o fotos, crean grupos de interés, se unen a grupos o páginas, quieren saber qué hacen sus amigos para integrarse socialmente, muy independientemente de la retroalimentación que logran mediante esta vinculación.

NECESIDAD DE INTEGRACIÓN SOCIAL:	HOMBRES	MUJERES
Mantiene/ Se suscribe a redes sociales	14%	7%
Publicar videos	14%	12%
Crear grupos de interés	5%	4%
Unirme a grupos o páginas	13%	10%
Saber qué están haciendo mis amigos en las redes sociales	21%	23%
Publicar fotos en Redes Sociales	33%	44%

De acuerdo a los datos obtenidos, el 14% de hombres mantiene y se suscribe a redes sociales, mientras las mujeres lograron un 7%. Se podría inferir que los hombres prefieren la interacción vía on line y las mujeres no de la misma manera. Sin embargo esta diferencia no se evidenció en los testimonios de la totalidad de hombres y mujeres consultados, ambos grupos afirmaron que se unen a redes sociales con el fin de estar comunicados, informados, y de conocer qué hacen sus amigos y/o familiares. Dayanna Monroy, afirmó:

“...cuando no tengo internet es como si estuviera ausente en mi grupo, sociedad, es como no estar activa, parece mentira pero el internet te da cierto reconocimiento, además de brindarte un sin número de herramientas y servicios te permite expresarte y ver lo que demás expresan, verlos, escucharlos”.

165 de los 188 hombres encuestados tienen una cuenta en la red social Facebook y en el caso de las 195 mujeres encuestadas, 182 están suscritas a esta red. Esto la convertiría en la red con mayor vinculación por parte de los miembros de ambos grupos, seguida por Twitter. Sin embargo al momento de publicar contenidos, los usos cambian.

Las mujeres (44%) publican mayores contenidos visuales que los hombres (33%) en las redes sociales, principalmente fotos e infografías, de carácter familiar y social. Para esta actividad prefieren utilizar Facebook e inclusive Instagram.

El testimonio de Gabriela Quevedo es clave en este punto: *“Los fines de semana me dedico a ver que hacen mis amigos, mi familia, comparto y subo lo que hice”*, mientras Ma. Fernanda Muñoz, Chef de 25 años de edad afirmó:

“En Instagram, la verdad publico la vida de mi sobrina, cosas que hacen en mi familia y ciertas frases que me gustan”.

En relación a los siguientes indicadores, no existen diferencias significativas. El 14% de hombres publican videos, mientras las mujeres lo hacen en un 12%; el 13% de hombres se unen a grupos o páginas mientras las mujeres lo hacen en un 10% y la minoría tanto de hombres como de mujeres encuestados crean grupos de interés en redes sociales, actividades ligadas a los gustos y funciones que tenga cada uno.

4.1.1.4 Necesidad Afectiva:

NECESIDAD AFECTIVA:	HOMBRES	MUJERES
Actualizar mi estado en redes sociales	24%	23%
Compartir y etiquetar imágenes en redes sociales	16%	18%
Buscar pareja	1%	0%
Chatear a través de servicios de Mensajería como Skype, Facebook Messenger u otras redes Sociales)	25%	26%
Hacer test	4%	3%
Hablar por teléfono (Voz sobre IP en sitios como Skype)	13%	11%
Contactar amigos/ compañeros que no veo frecuentemente	17%	19%

Siguiendo a Katz, Gurevitch y Hass las personas además tienen una necesidad de afecto, ya que existen carencias de emoción, placer, sentimientos, etc. las cuales no solo pueden ser satisfechas por parte de otro ser humano físico. Las redes sociales permiten intercambiar información y bajo esta idea se puede decir que permiten crear un mecanismo de retroalimentación, es decir una respuesta de parte de aquellos contactos que mantenemos en la red. Esto se puede lograr por ejemplo con la actualización de estados, el compartir imágenes, chatear por mensajería instantánea, hablar por teléfono vía on line, buscar pareja, etc., indicadores que responden a esta necesidad.

Estadísticamente, no existen diferencias importantes entre hombres y mujeres en cuanto a estos indicadores, sin embargo existen significados distintos en relación a ciertas actividades.

El 1% de hombres busca pareja a través de internet, mientras las mujeres no lo hacen, al parecer por prejuicios y temor a lo desconocido. Joyce Falquéz, Egresada de Comunicación Social, de 21 años de edad, señaló:

“...uno nunca sabe con lo que se puede encontrar, podría conocer a alguien que resulta que no existe y es una identidad creada, la verdad tengo mucho recelo con eso”.

En cambio Alex Rivera, Estudiante de Comercio Exterior, de 25 años de edad, afirmó:

“...yo sí he conocido a algunas chicas porque me han aceptado en Facebook, luego chateamos por mensajes internos y así hemos organizado salidas...”.

Los hombres (16%) como mujeres (18%) comparten y etiquetan imágenes a través de las redes sociales. En cuanto a las características que debe tener este contenido, ambos grupos prefieren lo divertido, sin embargo existe una inclinación de las mujeres hacia las imágenes de carácter social. Dayanna Monroy señaló:

“...comparto contenidos relacionados a alguna buena causa, alguna historia o caso de superación personal, ejemplo a seguir, eso sucede tanto en imágenes como en palabras, hay los típicos memes de frases filosóficas, de buenas vibras cosas así, reflejan mucho lo que soy”.

Sobre el mismo tema, Stephany Polit opinó:

“...si es una noticia sobre algo ecológico lo publico, así mismo cuando son causas sociales por ejemplo de ayuda a alguna persona”. Los hombres admitieron este hecho, Carlos Ibarra acotó *“Si nos ponemos a analizar esos contenidos en los fans page (dale un like y Facebook donará...) vamos a encontrar que una mayor población de mujeres ha interactuado con este contenido, mientras que los hombres nos da igual o sea al menos yo no lo hago y las estadísticas lo dicen”.*

Estadísticamente, tanto hombres como mujeres actualizan estados a través de redes sociales. Los hombres consultados en los grupos

focales, respondieron que la diferencia está en la forma de expresión. Miguel Quiroga, cree que la mujer no tiene miedo a mostrar más detalles de su vida, de lo que hace, de lo que compra, de a dónde va, con quién, lo que siente. En eso coincidió Wilmer Naranjo quien afirmó que los hombres son más reservados con su vida personal. Sin embargo las mujeres afirmaron no ser tan detallistas con sus emociones, vuelve a salir a flote el tema de la “Brecha Digital de Género”, sobre este punto Dayanna Monroy opinó:

“...son estereotipos que han sido concebidos a partir de esta caracterización natural y biológica que le atribuyen a la mujer y al hombre. Si creo que la mujer es mucho más emocional, sensitiva pero los tiempos han cambiado, es algo que las mismas redes sociales, el internet han originado”.

En el caso de Twitter, es la red social preferida tanto por hombres como mujeres para leer información. Carlos Morales, estudiante de Marketing en Universidad Casa grande, de 25 años de edad, señala:

“...lo que yo más hago es leer, twiteo de repente algo normal pero no soy de poner a donde salgo a comer o qué opinan de tal cosa, donde contesta todo el mundo...”

Los hombres también utilizan esta red social para expresar opiniones mientras las mujeres para expresar sentimientos. Dayanna Monroy afirmó:

“...(Twitter) se ha convertido en una especie de desfogue de emociones, no voy a decir que soy muy detallista con lo que publico porque no lo es, pero sí twiteo ciertas emociones, utilizo mucho el sarcasmo, las metáforas, frases de canciones que expresen en ese momento lo que pienso o siento”.

Otra de las actividades que permiten desarrollar las relaciones interpersonales/afectivas es el chat a través de servicios de mensajería instantánea, las mujeres lo hacen en un 26%, mientras los hombres lo hacen en un 25%, no se evidencia una diferencia marcada

en este aspecto. El contenido de este chat en ambos grupos se basa en asuntos personales como estados de ánimo, rutinas diarias, organización de encuentros y salidas con amigos y también en la comunicación con la familia, más en las mujeres que en los hombres.

4.1.1.5 Necesidad de entretenimiento:

Los seres humanos buscan evadir las situaciones negativas o liberar tensiones creadas en el día a día, por ello tienen la necesidad de relajarse o entretenerse, algo que pueden satisfacer a través de internet con el consumo de juegos, música, videos, películas o series de tv on line, realizar apuestas en sitios de azar e inclusive visitar sitios web de adultos.

NECESIDAD DE ENTRETENIMIENTO:	HOMBRES	MUJERES
Descargar / Jugar en línea (video juegos)	16%	15%
Descargar música	29%	33%
Escuchar radio	7%	11%
Ver / descargar videos/películas/tv y/o series.	23%	27%
Visitar algún sitio web de adultos	5%	1%
Realizar apuestas en sitios de juegos de azar, loterías, etc.	2%	0%
Descargar archivos de software	18%	13%

De manera general, no existe una diferencia marcada en cuanto a las actividades que realizan hombres y mujeres para entretenerse a través de internet. El 16% de hombres juegan en línea, las mujeres en

un 15%; el 2% de hombres realizan apuestas en juegos de azar; las mujeres no lo hacen.

Se evidencia mucha desconfianza por parte de ellas frente a lo que pueda ofrecer la red. Por ejemplo en el caso de los sitios web de adultos, el 5% de hombres encuestados consume pornografía vía on line, mientras de ninguna de las mujeres encuestadas contestó. Estas fueron algunas de las opiniones de los hombres:

“Es una manera de satisfacer deseos momentáneos por así decirlo”, “No tiene nada de malo, es una forma de entretenerse, inclusive de aprender”, “...a una mujer le aterraría que se le abra una página de ese tipo, mientras un hombre se caga de risa o se queda viendo”.

Este último punto sí se evidenció en los grupos focales, la mayoría de las mujeres respondieron que no consumen pornografía y no dieron mayores detalles, al parecer es un tema que está estereotipado, muchas opinaron *“Creo que eso es más para hombres”*.

Las mujeres tienen mayor preferencia en el consumo de música y videos que los hombres. El 33% de las encuestadas descargan música, y de los encuestados un 29%; el 11% de las mujeres escucha radio, los hombres solo en un 7%; el 27% de mujeres descargan videos o películas, mientras los hombres lo hacen en un 23%. Todos estos contenidos responden a los gustos de cada persona.

“Aprovecho estas páginas que comparten links de series, ya que me toca verlas en internet porque hasta que lleguen a Ecuador los capítulos, ya muchas veces han pasado de moda, veo Glee, Grey’s Anatomy, How I met your mother, me entretienen, son series americanas que aquí no suelen pasar”.

4.1.2 Hipótesis secundaria 2:

“Existe una diferenciación de los lugares de acceso y medios para usos de internet entre hombres y mujeres”

En cuanto a esta hipótesis se procedió a realizar gráficos de acuerdo a los dos grupos en cuestión: Hombres y Mujeres. Los indicadores que se utilizaron corresponden al lugar dónde los internautas se conectan frecuentemente y fueron diseñados tomando como referencia el estudio *“Hábitos de los usuarios de Internet en México”* (AMIPCI, 2013).

4.1.2.1 ¿Usualmente desde dónde te conectas a internet?

Gráfico C.- Lugares de Conexión Hombres

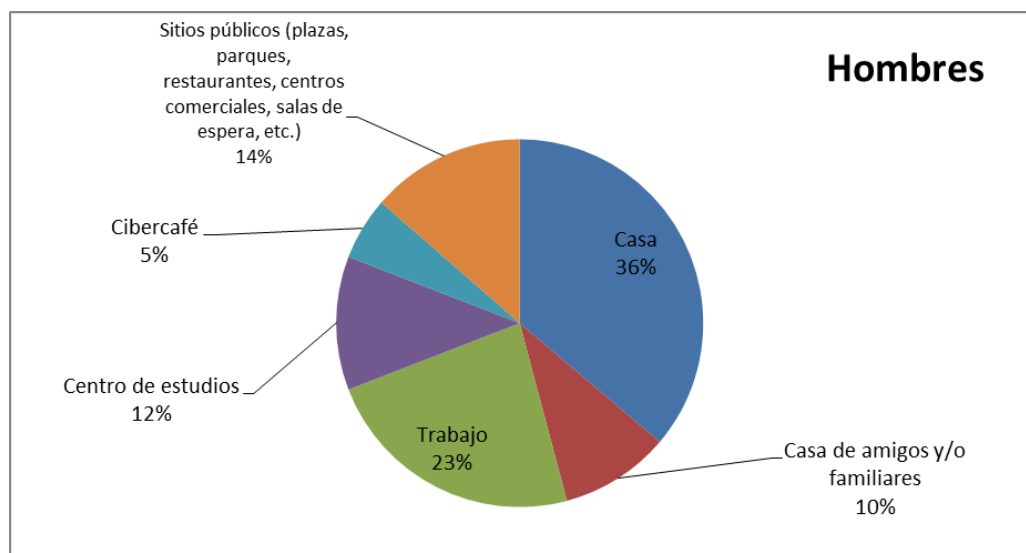
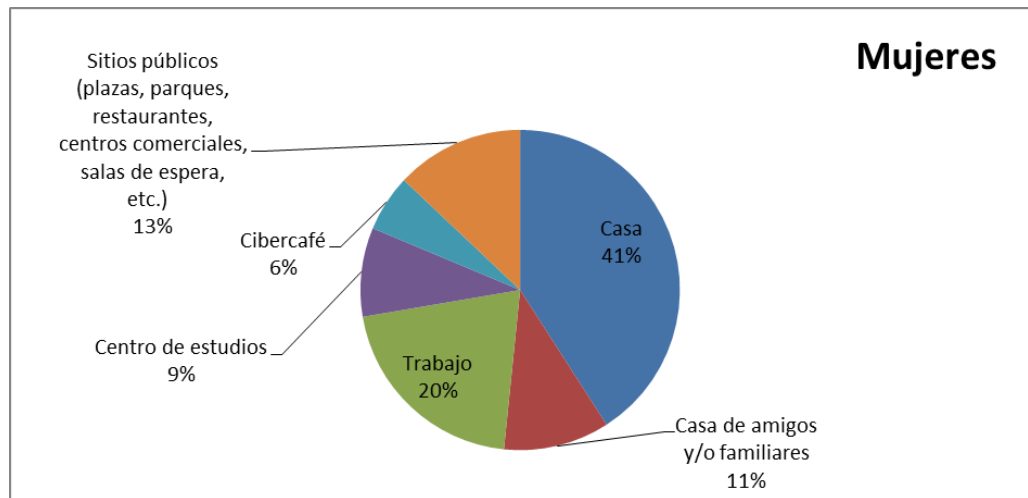


Gráfico D.- Lugares de Conexión Mujeres



El mayor porcentaje, en ambos grupos, corresponde al indicador “*casa*”; las mujeres con un 41% y los hombres con un 36%. Seguido por “*trabajo*”, lugar donde el 23% de hombres y 20% de mujeres encuestados se conectan a internet. Si bien los resultados obtenidos no presentan una gran diferencia, si demuestran una pequeña variante en el rango de porcentajes.

La casa y el lugar de trabajo son las principales esferas en donde los encuestados pasan la mayor cantidad de tiempo, por tal motivo se colocan en los primeros lugares de nuestra lista. Según Omar Rincón, Ingeniero en Logística de 24 años de edad, mencionó:

“...en casa paso conectado solo con wifi, cuando salgo hacia el trabajo me desconecto un rato, pero apenas llego abro en la computadora Face, Twitter, Instagram y reviso páginas de medios de comunicación en busca de información...”

De igual manera Cinthya Macías, comentó:

“...en mi casa siempre compraban el periódico pero ahora ya no lo compran porque todo es por internet, por esa vía leen El Telégrafo, El Universo o cualquier página que ellos quieran. Mi familia utiliza mucho el Skype, el tema de la videollamada es muy importante...”

Los sitios públicos como: parques, plazas, restaurantes, centros comerciales, salas de espera, etc. corresponden en un 14% a hombres y un 13% a las mujeres, tan solo 1% de diferencia. El mismo porcentaje de diferencia se reitera en cuanto a los *cibercafés*, las mujeres acuden en un 6% mientras que los hombres lo hacen en un 5%.

El 12% de hombres se conecta desde su *centro de estudio*, las mujeres en un 9%. *Casa de amigos y/o familiares* también forma parte de los indicadores manejados arrojando un 10% de hombres y un 11% de mujeres.

4.1.2.2 ¿Qué dispositivos usas para conectarte a internet?

En esta investigación no solo es importante conocer el lugar desde dónde se conectan los usuarios de internet, sino también el dispositivo mediante el cual acceden a la red.

Gráfico E.- Soporte Conexión Hombres

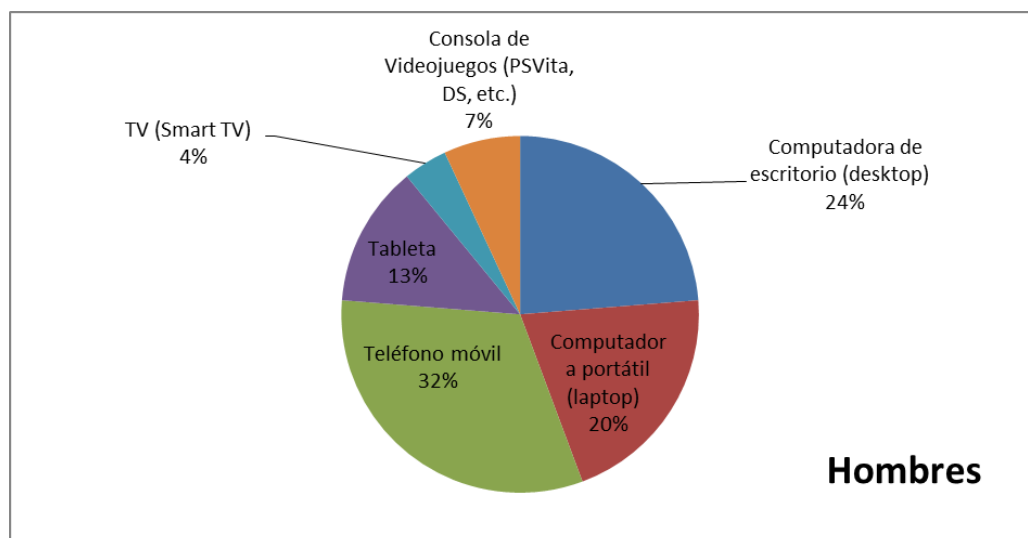
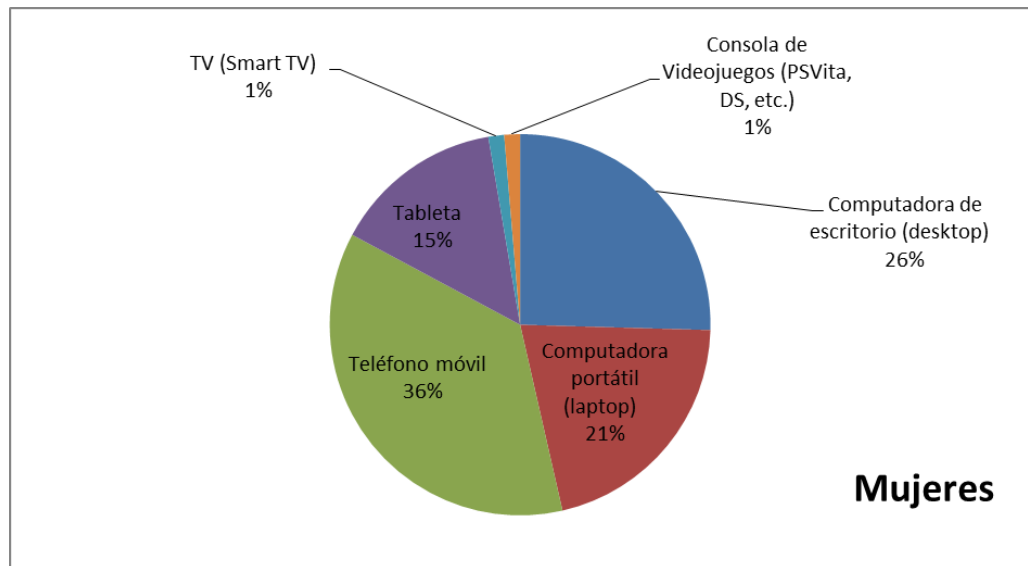


Gráfico F.- Soporte Conexión Mujeres



La mayoría de mujeres encuestadas (36%) y de hombres encuestados (32%) se conectan a internet desde su teléfono móvil. Joyce Falquez, señaló “...cuando me levanto reviso los mensajes o notificaciones que tenga en alguna red social que tenga, de ahí paso conectada todo el día a través del celular,

...cuando tengo tiempo reviso Facebook desde la computadora, porque tiene cosas que merecen mayor atención”. Las computadoras de escritorio son las favoritas de las mujeres en un 26%, los hombres en menor medida con un 24%.

Marcelo Román, de 25 años, justificó:

“...ya casi no utilizo el internet desde la computadora ya que lo que lo que tenía en la computadora lo tengo en el celular...realizo compras por internet a través del celular, es más práctico”.

Esto demuestra que lo que se realiza en internet cada vez gana más acogida desde cualquier tipo de dispositivo.

Con el 1% de diferencia las mujeres sobrepasan a los hombres al momento de conectarse desde una laptop. Los resultados más alejados en los hombres corresponden a: tablets 13%, consola de videojuegos 7% y Smart Tv 4%. Las mujeres comparten los mismos

lugares: Tablets 15% (superan a los hombres en 2%), y se conectan desde consola de videojuegos y Smart TV en 1%, respectivamente.

4.1.2.3 ¿Con qué frecuencia te conectas a Internet?

Gráfico G.- Frecuencia Conexión Hombres

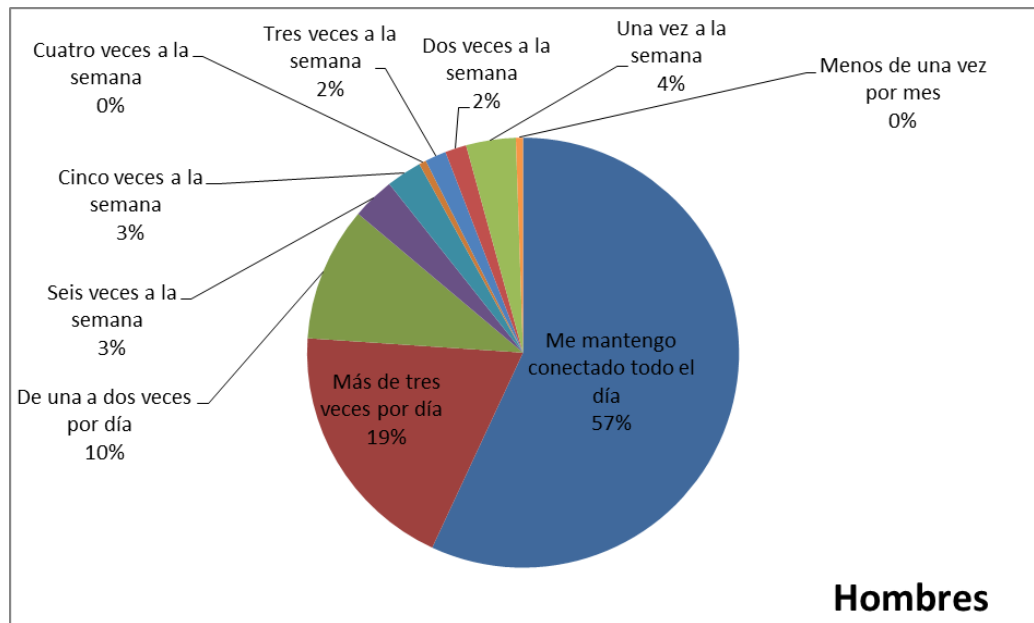
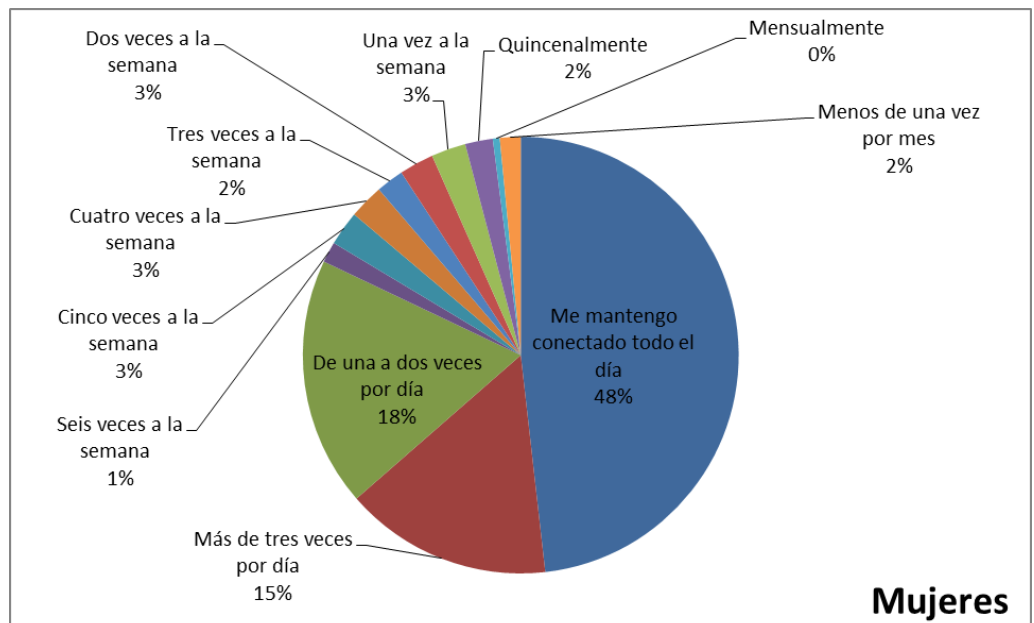


Gráfico H.- Frecuencia Conexión Mujeres



El 57% de hombres al igual que el 48% de mujeres se mantienen conectados todo el día en internet. Son los porcentajes más sobresalientes recaudados en las encuestas. Estos resultados se confirmaron en los grupos focales por ejemplo Carlos Morales citó:

“...creo que usamos internet desde que nos levantamos hasta que nos dormimos, si tenemos un celular con aplicaciones quiere decir que estamos conectados siempre 24 horas”.

A su vez Dayanna Monroy indicó:

“...Yo también paso conectada todo el día, tengo un Iphone y este me permite estar en internet las 24 horas. Apenas me levanto reviso mi celular, para ver si me ha llegado alguna notificación, es como un proceso, primero reviso Whatsapp, luego Instagram y por último Twitter”.

En segundo lugar, los hombres con un 19% se conectan *más de tres veces por día*; las mujeres en un 15%. En cambio *de una a dos veces por día* mujeres con un 18% superan a los hombres, ya que estos se conectan en solo un 10%.

De acuerdo a los hombres encuestados el 4% se conecta *una vez a la semana*, el 3% *seis veces a la semana* y *cinco veces a la semana*, respectivamente; el 2% comparte la opción *tres veces a la semana* y *dos veces a la semana* y finalmente 0% para *cuatro veces a la semana*, y *menos de una vez por mes*.

En las mujeres el caso fue similar: el 3% se repetía en la categoría *cinco veces a la semana*, *cuatro veces a la semana*, *dos veces a la semana* y *una vez a la semana*. De igual forma con un 2% en *quincenalmente* y *tres veces a la semana*. El 1% de las encuestadas contestó *seis veces a la semana*, y el 0% *mensualmente*.

4.1.3 Hipótesis secundaria 3:

“Existe una relación entre el género con la edad y las necesidades en cuanto a usos y hábitos de usos de internet”.

Se consideró las estadísticas proporcionadas por el INEC (2010) para poder establecer los rangos de edades, ya que de acuerdo a esto, 26 años, es la media que tanto hombres como mujeres alcanzan para obtener un título de tercer nivel, además las personas de 18 a 35 años son los usuarios más frecuentes de internet.

4.1.3.1 HOMBRES:

Los hombres de entre 18 y 26 años tratan de satisfacer una necesidad de tipo *afectiva* en un 25%, mientras que los hombres de 27 a 35 años demuestran que su necesidad es *informativa* con un 25%. Por ejemplo el 81% hombres menores de 26 años actualizan su estado en redes sociales y el 82% chatear a través de servicios de Mensajería como Skype, Facebook Messenger u otras redes Sociales. Los hombres mayores de 27 leen noticias en 61% y realizan operaciones bancarias en 49%.

En segundo lugar, con 21% se establece la necesidad de tipo *informativa* en los hombres 18 a 25 años y en los hombres de 27 a 35 años con 24% coloca la necesidad *afectiva*. En esta categoría el 80% de hombres encuestados menores de 26 años buscan información (para los estudios/trabajo/política/etc.) y también leen noticias pero en un 57%. Para los hombres de 27 a 35 años su necesidad afectiva radica en *chatear a través de servicios de Mensajería* como Skype

(64%), Facebook Messenger u otras redes Sociales) y actualizar mi estado en redes sociales (55%).

Gráfico I.- Necesidades Hombres 18-26

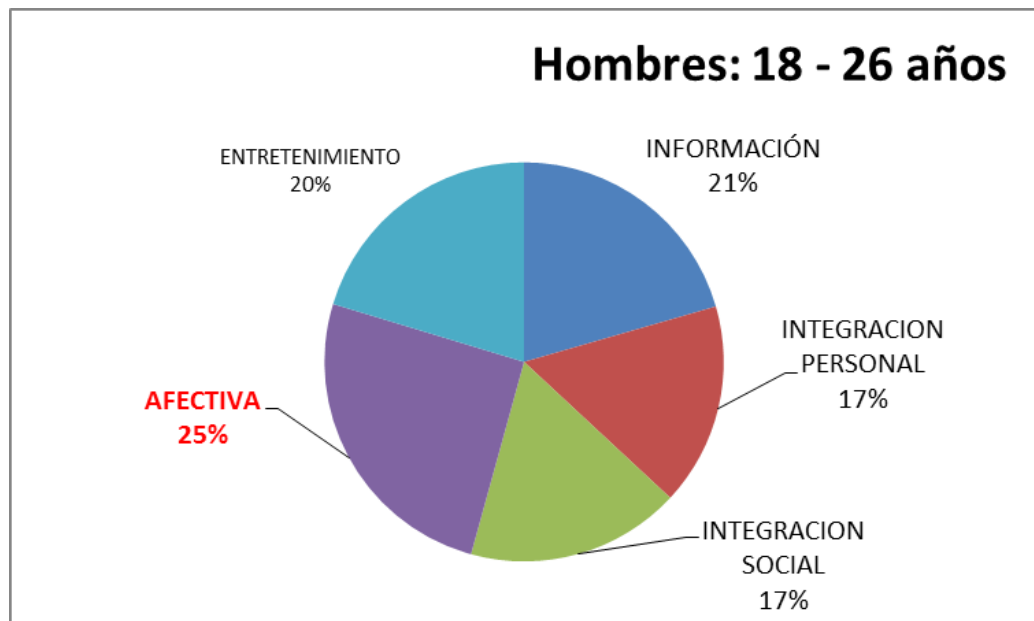
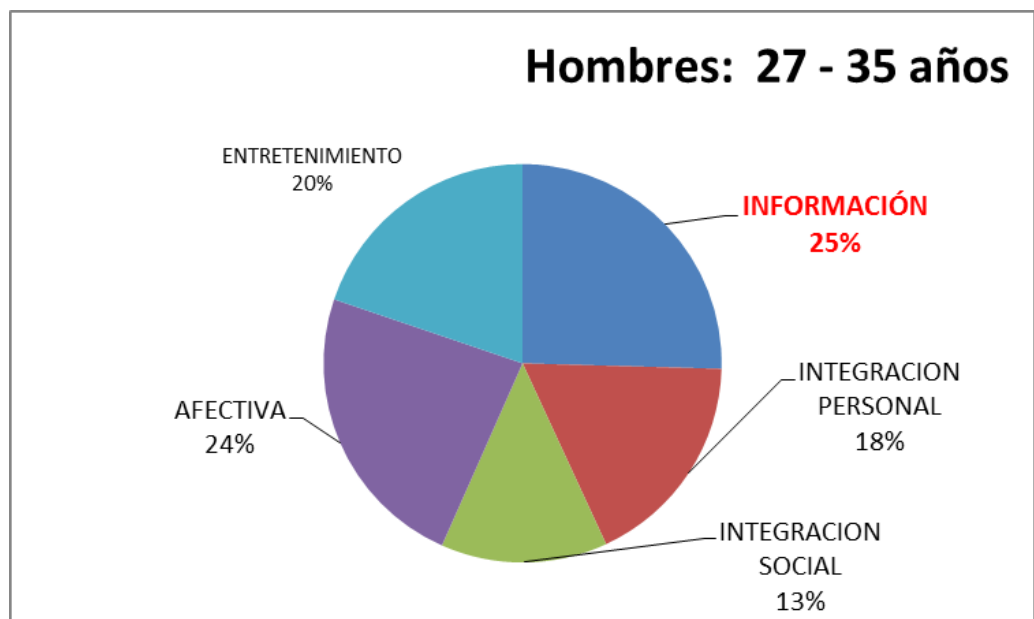


Gráfico J.- Necesidades Hombres 27-35



En ambos grupos de hombres la necesidad de *entretenimiento* comparte el 20%. En cuanto a la necesidad de *integración personal* existe un 1% de diferencia (18 a 25, 17% y 26 a 35, 18%). *Descargar música* y *Ver / descargar videos/películas/tv y/o series* en ambos grupos comparten los mismos indicadores aunque en diferente porcentaje. Menores de 26: 81% y 66%; mayores de 27: 54% y 47%, respectivamente.

Los hombres de 18 a 26 años de edad, establecieron a la necesidad de *integración personal* y de *integración social* en un igual correspondiente al 17% dónde: *enviar y recibir correos electrónicos* obtuvo 80% (integración personal) y *publicar fotos en Redes Sociales* 70% (integración social).

En el caso de los hombres de 27 a 35 años fue distinto. La necesidad de *integración personal* ocupa un 18% en general con su indicador más destacado *Enviar y recibir correos electrónicos* con 84%; mientras que la última necesidad fue la de *integración social* con 13% en la cual *publicar fotos en Redes Sociales* resaltó con 54%.

Por medio de los grupos focales, los participantes consideran que no existe una diferenciación en cuanto a los usos de internet, sino más bien en los contenidos que comparten y la frecuencia o la cantidad de veces que lo hacen. Marcelo Román, expresó:

“Si lo vemos desde la parte de uso netamente creo que no, pero en la manera de expresarte creo que podría haber una diferencia,... pero ya depende de la persona y en muchos casos del uso, de la manera de utilizarlo, depende de cada uno la finalidad que le demos”.

De igual manera Miguel Quiroga, coincidió en que existe una similitud en cuanto a usos de internet, pero que si puede apreciarse una diferencia en cuanto a los contenidos que utilizan hombres y mujeres.

4.1.3.2 MUJERES:

Las mujeres de ambos grupos mostraron tener una *necesidad afectiva* más prominente. De 18 a 25 años 29% y de 26 a 35, 28%. Dentro de esta necesidad *chatear a través de servicios de Mensajería como Skype, Facebook Messenger u otras redes Sociales*) adquirió 86% y 82%, individualmente.

A diferencia de los hombres, las encuestadas comparten en segundo lugar la necesidad de información con 1% de diferencia; las de 18 a 25 en 21% mientras que las de 26 a 35 en 22%. *Buscar información (para los estudios/trabajo/política/etc.)* se distanciaban con 1% entre las mujeres de 18 a 25 (79%) y las de 26 a 35 (80%).

Gráfico K.- Necesidades Mujeres 18-26

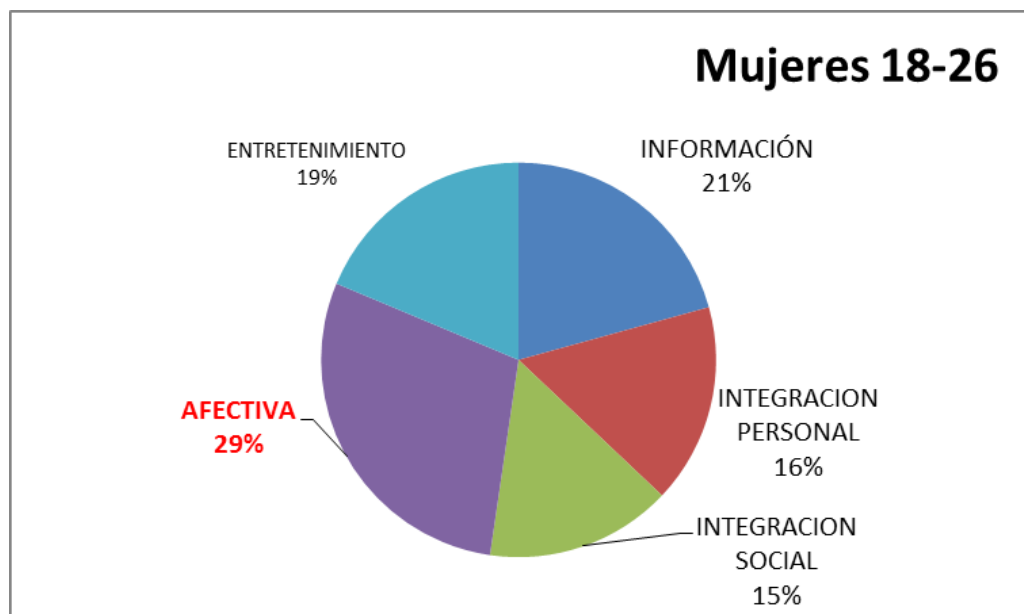
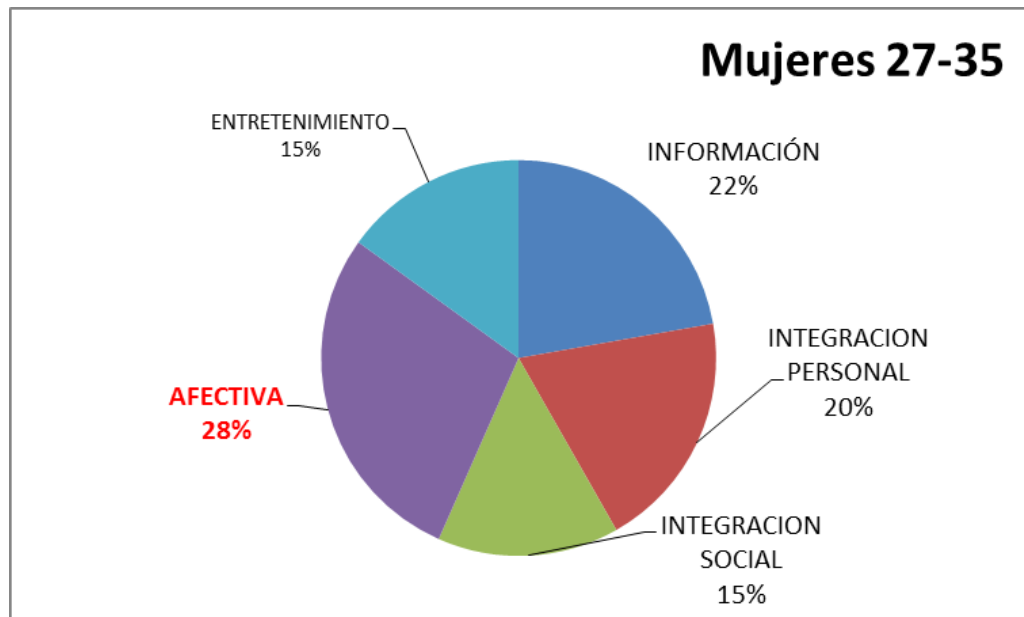


Gráfico L.- Necesidades Mujeres 27-35



Para el primer grupo de mujeres (18 a 25 años) la necesidad de *entretenimiento* se establece en tercer lugar con 19%, por otra parte el segundo grupo de mujeres (26 a 35 años) indicó en 20% la necesidad de *integración personal*. Descargar música, como parte de entretenimiento, se acuña con 71% en las mujeres del primer fragmento y para las mayores a 26, enviar y recibir correos electrónicos (int. personal) corresponde al 86% de las encuestadas.

La necesidad de *integración personal* entre las mujeres de 18 a 25 años se mostró en un 16% y la necesidad de *Integración social*, 15%. (Enviar y recibir correos electrónicos 86% - Publicar fotos en Redes Sociales 74%).

Para las mujeres de 26 a 35 años encuestadas el *entretenimiento* e *integración social* tiene menor relevancia ya que se puntuaron con 15% cada una de esas necesidades. Por ejemplo en entretenimiento, el 50% descarga música y en integración social el 74% publica fotos en Redes Sociales.

Las mujeres durante los grupos focales opinaron muy parecido a los hombres, ya que también creen que no existe una diferencia tan marcada en cuanto a los usos de internet sino más bien en frecuencia y en lo que se realice en la web.

“Creo que las diferencias en cuanto a uso de internet parten de las necesidades que cada uno tenga, no como grupo sino como individuo, ya sea por su trabajo, su relación familiar y social”, comentó Dayanna Monroy.

Las participantes también acordaron que las necesidades se dan y proyectan a través de cada individuo y no por medio de grupos consolidados por sexo. Carolina Valdivieso dijo:

“Yo creo que es una cuestión de personalidad o del entorno que te rodea, a medida que pasa el tiempo las necesidades se van transformando por ejemplo uno que ya tiene 2 o 3 años en la universidad, desarrolla un nuevo pensamiento acerca del mundo y por ende las publicaciones ya cambian”.

A su vez Stephany Polit admitió:

“Yo creo que depende de las personas, simplemente de la personalidad del individuo, a una persona que le interese cosas de deportes, va a publicar cosas de deportes, ya sea hombre o mujer”.

CONCLUSIONES

Luego de analizar los resultados de esta investigación de tipo exploratoria se puede concluir que:

1. Aparentemente existen pocas diferencias en cuanto a usos y hábitos de usos de internet entre hombres y mujeres. Los usos de internet en ambos grupos responden a ciertas necesidades individuales, pero particulares de cada género. Lo que responde la primera hipótesis planteada en el proyecto. De acuerdo con los datos obtenidos, ambos grupos, en primer lugar, responden a una *necesidad afectiva* (hombres 25% – mujeres 29%), y en segundo lugar a una *necesidad informativa* (hombres 22%– mujeres 21%).
- Ellos y ellas realizan las mismas actividades en la red: buscan información para sus estudios y trabajos, pero por otra parte las mujeres prefieren lo relacionado a *sociales/farándula* (51%), mientras los hombres prefieren lo relacionado a la *tecnología* (54%) y el *deporte* (41%).
 - La mayoría de hombres (81%) y mujeres (86%) *envían correos electrónicos* de acuerdo a sus intereses personales, además se suscriben y mantiene redes sociales donde predomina la actualización de estados y la publicación de fotos, sin embargo existe una diferenciación en cuanto a significados, gustos y contenidos que se comparten. Las mujeres publican mayores contenidos visuales a diferencia de los hombres, la mayoría de ellos son relacionados a la familia.
 - Las redes sociales más utilizadas por ambos grupos son *Facebook* (Hombres 88% – Mujeres 93%) y *Twitter* (Hombres

66% – Mujeres70%). Facebook representa una actividad mayormente visual, mientras que Twitter está más destinado para la lectura de información (tweets).

- Tanto hombres (75%) como mujeres (85%) *chatean a través de servicios de mensajería instantánea*, estas conversaciones se centran principalmente en rutinas diarias, organización de salidas con amigos, comunicación con familiares en el día, a esta última actividad más se dedican las mujeres.
 - Las mujeres tienen mayores prejuicios y temores en torno a la red que los hombres, por ejemplo en cuanto a la *búsqueda de pareja* (hombres 4% – mujeres 0%), el *consumo de sitios web de adultos o pornografía* (hombres 13%– mujeres 3%) y la realización de *cursos vía online* (hombres 28% – mujeres 17%), que presentan una mayor preferencia por parte de los hombres.
2. La segunda hipótesis demostró que en cuanto a los hábitos de usos, aparentemente, no existen diferencias marcadas en torno a los lugares de acceso y a los dispositivos que utilizan para conectarse a internet, tanto hombres como mujeres comparten resultados.
- Tanto hombres (57%) como mujeres (48%) pasan *conectados todo el día*, en su mayoría a través de su *teléfono móvil* (hombres 81% – mujeres 84%), el medio más utilizado para navegar en la red.
 - Los principales lugares de acceso a internet, para ambos grupos, son la *casa* (hombres 84% – mujeres 84%) y el *trabajo*

(hombres 54%– mujeres 43%), en el orden respectivo, ya que de acuerdo a lo consultado en los grupos focales, son las esferas donde más pasan el tiempo ellas y ellos.

3. De acuerdo a lo analizado; el factor de la relación que existe entre género, edad y necesidades en cuanto a usos y hábitos de usos de internet es que a mayor edad los gustos y los roles sociales cambian por ende son diferentes las actividades que se realizan en la red. Los hombres de entre 18 y 26 años de edad tratan de satisfacer una necesidad de tipo *afectiva* en un 25%, mientras que los hombres de 27 a 35 años demuestran que su necesidad es *informativa* con un 25%. Mientras las mujeres, de ambos grupos mostraron tener una *necesidad afectiva* más prominente.

Pese a que aún existen estereotipos sexuales en cuanto al uso de internet entre hombres y mujeres, los resultados obtenidos en esta investigación apoyan la idea de los autores (Boneva & Kraut, 2001) sobre que la proporción entre hombres y mujeres en internet se va equilibrando. Gracias a los espacios de comunicación que ofrece la red como mensajería instantánea, suscripción a redes sociales, correo electrónico, etc., existe una mayor igualdad entre ambos grupos.

BIBLIOGRAFÍA

- Ayala, C. (2007). *Relación entre el Uso de Internet y el Logro Académico*.
- Bauman, Z. (2012). De Facebook, intimidad y extimidad . En Z. Bauman, *Esto no es un diario*. Buenos Aires: Paidós.
- Beltrán, L., & Velásquez, N. (2006). *Enfoques de los campos de aplicación de la comunicación*. Obtenido de Global Media Journal: http://gmje.mty.itesm.mx/perez_velasquez.htm
- Boneva, B., & Kraut, R. (2001). *Using E-mail for Personal Relationships: The Difference Gender Makes*. Pittsburg.
- Botero, E. (1997). Teorías de la Comunicación. En Katz, G. y Hass, & M. L.
- Cabero, J. (1998). *Impacto de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en las Organizaciones Educativas*. Obtenido de Universidad de Valencia : <http://www.uv.es/~bellochc/pdf/pwtic1.pdf>
- Cabero. (2005). *Cibersociedad y juventud: la cara oculta de la Luna*.
- Cachia, R. (2008). <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/>. Obtenido de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=4&rev=76.htm>
- Castaño, C. (2012). Género y Usos de las Tics: En Busca del Equilibrio. *Telos, Revista de pensamiento sobre Tecnología y Sociedad*, 2.
- Castells, M. (Julio de 2002). *La dimensión Cultural del Internet*. Recuperado el Julio de 2002, de UOC Instituto de Cultura Debates Culturales: <http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articulos/castells0502/castells0502.html>
- Castells, M. (2001). *Sociedad en red*. Recuperado el Febrero-Septiembre de 2001, de La Factoría: http://www.cabuenes.org/03/documentos/cursos/globalizacion/bloque2/glob_blq2_08.pdf
- CEPAL – ONU, (2005). *Indicadores clave de las tecnologías de la información y de las comunicaciones*.
- Consuelo Albornoz, Valeria Cabrera, Karina Palacios, Jacques Ramírez, Dante Villafuerte. (FLACSO, 2007). *Los Usos de Internet: Comunicación y Sociedad*.
- Daniel Aranda Juárez. (2002). *Educación mediática y aprendizaje significativo: una relación beneficiosa*.
- Dans, E. (2009). <http://www.enriquedans.com/>. Obtenido de <http://www.enriquedans.com/>
- EuroPROFEM. *Perspectiva o enfoque de género y análisis de género* . Estados Unidos.

- Falk. (1995). *El Mapa de Rutas del Internet*. México: Ventura.
- Fernando Sabés Turmo (coord.), José Juan Verón Lassa (coord.). (2008). *Internet como sinónimo de convergencia mediática y tecnológica*.
- Foucault, M. (1986). *Tecnologías del Yo*. México: Unam.
- Gallegos. (2010). *Tecnologías de la información y de la comunicación. Técnicas*. Madrid: Editex.
- Gallego Vázquez, J. A. (2012). *Comunidades Virtuales y Redes Sociales*.
- Geertz, C. (1996). *La interpretación de las Culturas*. Barcelona: Gedisa.
- H, F. (1995). *El Mapa de Rutas de Internet*. México: Ventura.
- Hall, S. (1980). *Cultural Studies: Two Paradigms*.
- Hawkesworth, M. (1990). *The Reification of difference*. Nueva York: Beyond Opression.
- Heidi Seybert (2012). *Internet use in households and by individuals. Statistics in focus*.
- Heimrath, R., & Goulding, A. (2001). *Internet Perception and Use: A Gender Perspective*
- Hernandez Sampieri, F. B. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGrawHill.
- INEC. (2010). *Reporte anual de Estadísticas sobre Tecnologías de la información y comunicaciones TIC's*.
- J., C. (2005). *Cibersociedad y juventud: la cara oculta de la Luna*.
- Jarne, E. (2009). *Redes sociales en Internet: conocer, utilizar, aprovechar*.
- Lamas, M. (1999). *Género, Diferencias de Sexo y Diferencia Sexual*. México D.F, México.
- Lopez, P. (2012). *Redes para la socialización: Una experiencia en enseñanza secundaria*. Murcia.
- Macaya, J. (1996). *Información y Comunicación Eficaz en las Organizaciones a través de World Wide Web*. Madrid.
- Marqués, P. (2000). *Impacto de las TICS en la Educación: Funciones y Limitaciones*. Recuperado el 2011, de Grupo DIM de la Universidad Autónoma de Barcelona : <http://peremarques.pangea.org/siyedu.htm>
- Maslow, A. (1947). *Theory of Human Motivation*.
- Maslow, A. (1943). A Theory of Human Motivation. Recuperado el 2000, de PsychClassics: <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>
- Severing, W., & Tankard, J. (2001). Communication theories: origins, methods and uses in the mass media.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*.
- Ramos, C. (2011). *La perspectiva de género en la versión norteamericana de la historia de las mujeres en América Latina*. México.
- Rascón, E. (2010). *La comunicación mediática: una forma de poder, en Contribuciones a las Ciencias Sociales*.

- Rocío E. Trinidad y Hugo Rodríguez (2012). *Investigación comparativa sobre los usos y disfrute de Internet por niños y niñas de entre 8 y 10 años, en tres colegios de Argentina, Perú y Paragua.*
- Rubio, A. (2012). *Generación digital: Patrones de Consumo de Internet, Consumo Juvenil y Cambio Social.*
- Sanchez, M. (2010). *Implicaciones de Género en la Sociedad de la Información: Un Análisis desde los Determinantes de Uso de Internet en Chile y México.* Recuperado el 2010, de Scielo/Journal of Technology Management e Innovation: http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-27242010000100009&script=sci_arttext
- Santander (Ed.). Santiago de Chile, Chile: Editorial Universitaria.
- P.128Scherer-Warren. (2005). *Redes sociales: Territorios y fronteras.* Brasil.
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una Teoría de los medios de comunicación.* Barcelona: Paidós.
- Uribarrí, R. (1999). El Uso de Internet y la Teoría de Comunicación. *Revista Comunicación*
- Varela, J. I. (2002). *La dura realidad: Usos y Gratificaciones aplicada a los "Reality Shows"*
- Vargas, X. (2010). *Investigación...¿Qué es eso?.* Guadalajara.

ANEXOS

GRUPO FOCAL DE MUJERES

Participantes:

Stephany Polit, 22 años de edad
Carolina Valdivieso, 23 años de edad
Cinthya Macías, 29 años de edad
Joyce Falquez, 21 años de edad
Lucrecia Rodríguez 18 años de edad
Dayanna Monroy, 25 años de edad.

Moderador: Esta tesis trata sobre las diferencias del uso de internet entre hombres y mujeres, entonces el objetivo de este grupo focal es conocer de qué manera usan internet, con qué frecuencia, qué sitios visitan y para esto queremos que nos describan su rutina diaria en cuanto al uso del internet desde que se levantan hasta que se duermen....

Stephany Polit: Yo hace un mes recién tengo un teléfono inteligente y ahora paso conectada todo el día, excepto ahora que no tengo internet. Me levanto reviso si alguien me ha escrito y de ahí no presto atención a nada relacionado al internet hasta las 3 de la tarde que reviso Facebook en la computadora mientras hago deberes e investigo cualquier cosa. De ahí vengo a clases y también con el wifi de la universidad utilizo el whatsapp y es todo.

Carolina Valdivieso: Yo sí reviso Facebook desde que me levanto hasta que me duermo, pero no todo el tiempo porque yo solo tengo una tablet y no tengo teléfono inteligente porque soy terrible para esas cosas. Yo solo tengo una tablet en la que tengo Facebook que lo reviso a cada rato. No tengo twitter ni otra red social creo.

Cinthya Macías: Yo soy productora aquí en el canal de la Universidad Católica y bueno por lo general sí utilizo mucho el internet porque en mi caso lo demanda ya que estoy trabajando en un medio de comunicación y básicamente siempre debo enviar solicitudes de equipos a través de Hotmail y Gmail. A parte de eso, las redes sociales son sumamente importantes porque en mi caso tenemos que todo el tiempo estar difundiendo diferentes eventos que organizamos en el canal. Yo como productora tengo a cargo un programa y al momento de organizar una rueda de prensa de ley por la inmediatez de los medios uso el Facebook, Twitter, me toca obviamente contactarme con mucha gente de otros medios y utilizarlos

igualmente en cuestiones cuando vamos a salir al aire con un tema específico. Un día les cuento que no había internet en el canal y todos en el canal se querían morir porque no podían hacer nada, no podíamos enviar solicitudes, no podíamos investigar, no podíamos contactarnos con tal persona y bueno hemos hecho que esta herramienta sea muy indispensable para la vida de las personas.

Joyce Falquez: Cuando me levanto reviso los mensajes o notificaciones que tenga en alguna red social que tenga, de ahí paso conectada todo el día a través del celular, revisando si me llega un correo o una notificación de Twitter que es la red que más utilizo o de Whatsapp. Cuando tengo tiempo reviso Facebook desde la computadora, porque tiene cosas que merecen mayor atención.

Lucrecia Rodríguez: Yo también uso el internet todo el día desde que me levanto hasta que me duermo y cuando estoy en la universidad lo utilizo entre las horas de clases. Las redes sociales que más uso son Twitter, Instagram y Facebook.

Dayanna Monroy: Yo también paso conectada todo el día, tengo un Iphone y este me permite estar en internet las 24 horas. Apenas me levanto reviso mi celular, para ver si me ha llegado alguna notificación, es como un proceso, primero reviso Whatsapp, luego Instagram y por último Twitter, Facebook muy poco porque he dejado de usarlo. Luego me dirijo al trabajo, tengo la mala costumbre de chatear hasta cuando manejo, siempre y cuando amerite claro, de ahí cuando llego a la oficina, enciendo la computadora y comienzo a leer los diarios, es algo que mi actividad laboral también lo demanda, soy redactora de noticias, bueno y mientras tanto mantengo abierto el twitter en otra ventana para ver con mayor rapidez alguna noticia que se genere en esta red. De ahí al llegar a casa, es lo mismo que en la mañana, paso revisando mis redes sociales a través de mi celular, es algo loco el Instagram lo reviso en cualquier rato libre, hasta cuando de madrugada se me corta el sueño. De ahí utilizo mi laptop que es más personal cuando tengo que realizar algún trabajo de la universidad y necesite buscar información o leer libros pdf.

Moderador: ¿Qué necesidades tiene cada una para usar internet?

Stephany: Yo uso internet más que nada cuando estoy realizando mis trabajos de la universidad, cuando necesito investigar reviso en internet, si estoy escribiendo algo y quiero utilizar alguna palabra más creativa no recurro al diccionario sino al internet. También utilizo el internet para pasar el tiempo libre, me gusta leer los diarios vía on line.

Carolina: Yo utilizo el internet para algunas cosas, tengo un historial online así que todo el tiempo utilizo el email, también lo utilizo para descargarme todos los libros que me piden en físico para la universidad. Las redes sociales más que nada las uso para comunicarme.

Cinthya: Yo utilizo el internet también en mi vida diaria, para investigar, para leer, incluso en mi casa siempre compraban el periódico pero ahora ya no lo compran porque todo es por internet, por esa vía leen El Telégrafo, El Universo o cualquier página que ellos quieran. Mi familia utiliza mucho el Skype, el tema de la videollamada es muy importante. En el ámbito laboral, lo utilizamos muchísimo, en mi trabajo hemos hecho enlaces vía streaming.

Joyce: En cuanto a lo personal utilizo el internet más para estar en contacto con personas que no necesariamente están en la ciudad o en el país y para mantener contacto con personas que casi no veo a diario. En lo laboral, como estaba trabajando como productora entonces el internet me ayudaba a conseguir cosas, conseguir locaciones, a los invitados. El internet se ha convertido en una necesidad, ahora con el Smartphone, la gente que no le gusta que la llamen pueden simplemente recibir un correo y uno se puede enterar si lo recibió y la contestación, es muy útil la verdad.

Lucrecia: Yo lo utilizo para contactarme con mis amigos y con otros amigos que tengo que se han ido a estudiar afuera ya que es súper fácil y puedo hablar por mensajes o hacer videollamadas. También lo utilizo para realizar mis trabajos de la universidad, es una herramienta muy útil para todos.

Dayanna: El estar conectada a internet se ha convertido en una de mis necesidades en general, no solo es una necesidad en el ámbito laboral, también lo es a nivel personal y social, y cuando no tengo internet es como estar ausente en tu grupo, sociedad, es como no estar activo, parece mentira pero el internet te da cierto reconocimiento, además de brindarte un sin número de herramientas y servicios te permite expresarte y ver lo que demás expresan, verlos, escucharlos. El internet me permite estar cerca de los que necesito, el tener voz y voto y tomar decisiones desde que organizo una reunión a través del Whatsapp hasta cuando decido si acepto conocer o no a alguien que me invito por Facebook, a mi me ha pasado muchas veces, he conocido a muchas personas a través de esta red, como también conozco casos de plagio de identidades, obvio hay que tener cuidado, me baso mucho en los amigos en común que tengamos. Muchos dicen solo falta que el celular, en mi caso el Iphone, te hable y converse contigo. También creo que el internet te permite hacer cosas que no puedes presencialmente, por ej cursos, maestrías on

line, que son muy prácticos, sin embargo pese a que le dan mayor libertad al estudiante, uno nunca sabe el éxito que estos puedan tener, puede ser una inversión cara y que no rinda frutos en cuanto a lo aprendido, considero que tiene que ver con la ausencia de un profesor o guía.

Moderador: ¿Cuál es la red social que más utilizan y por qué?

Stephany: La red que más utilizo es el Facebook y Whatsapp, ahora que tengo un teléfono inteligente, más que nada por la inmediatez. Tengo una editorial alternativa entonces tenemos reuniones por whatsapp y gmail, es mucho más rápido ya que no todo el tiempo podemos estar reunidas, entonces en cualquier momento libre respondemos a los mensajes y concretamos las ideas.

Carolina: La red social que más utilizo es el Facebook, es tan usado que ya me lo se de memoria, pero me da pereza aprender más de redes sociales, el twitter no me gusta porque es muy rápido todo, si quiero ver algo y ya está muy abajo me estreso, pero me gusta el Facebook porque es básicamente lo mismo pero con más cosas interactivas y más visuales.

Cinthya: Yo utilizo más el Facebook para contactar a la gente, por ejemplo no veía hace mucho tiempo a gente de mi colegio, de mi promoción, entonces armaron un grupo por el que me puedo enterar de las actividades que están haciendo las chicas, también lo utilizo para hacer videollamadas y como dije anteriormente para contactarme con la gente necesaria en mi trabajo. Twitter casi no utilizo mucho aunque ahora el trabajo me lo está exigiendo bastante

Joyce: Yo uso mucho el whatsapp, luego el Instagram, últimamente he dejado de utilizar el Facebook, y el Pinterest también uso, me gusta porque tiene más variedad de imágenes, es como un Google de imágenes y puedes buscar cosas diversas y súper chéveres. Por otra parte aprovecho estas páginas que comparten links de series, ya que me toca verlas en internet porque hasta que lleguen a Ecuador los capítulos, ya muchas veces han pasado de moda, veo Glee, Grey's Anatomy, How I met your mother, me entretienen, son series americanas que aquí no las suelen pasar.

Lucrecia: Las redes que más utilizo son Twitter e Instagram, antes utilizaba más twitter pero ahora ya no utilizo tanto.

Dayanna: La red que más utilizo es el Whatsapp, por ser una red de mensajería instantánea, como su nombre lo dice, y que además lo pueden tener los que tienen android, y blackberry que son los más usados. Es normal el ver mi celular y tener como mínimo mensajes de

dos personas, es muy práctico y fácil de usar. Utilizo mucho también el Twitter porque como bien dijo una de las chicas se ha convertido en una especie de desfogue de emociones, no voy a decir que soy muy detallista con lo que publico porque no lo es, pero sí twiteo ciertas emociones, utilizo mucho el sarcasmo, las metáforas, frases de canciones que expresen en ese momento lo que pienso o siento, la gente se escuda mucho en los retweets, es como un no lo publico yo pero sí lo comparto, bueno y además twiteo muchas noticias de importancia nacional e internacional. También utilizo el Instagram por ser más que todo muy visual, es entretenido ver lo que suben las personas, eso demuestra mucho cómo son, yo en esta red si comparto mis fotos de amigos y familias principalmente, pero más es para sapear como dicen por ahí.

Moderador: ¿Qué características debe tener un contenido para que uds. lo compartan o lo suban en internet?

Stephany: Para subir algún contenido debe ser algo que a mí me llame la atención, si es una noticia sobre algo ecológico lo publico, así mismo cuando son causas sociales por ejemplo de ayuda a alguna persona, si es alguna novedad que me interesa lo publico también.

Carolina: Yo igual, depende de cuánto me llame la atención, si es algo que yo leo y me gusta mucho yo lo comparto, si es un video relacionado al medio ambiente, chistoso o de ayuda social también. Por ejemplo en Facebook ya he dejado de publicar estados ahora solo comparto imágenes de las que salen ahora típico los memes.

Cinthya: Yo no comparto nada, recién hace como unas dos semanas empecé a compartir para difundir las cosas del trabajo, lo que se hace en el canal, es decir más comparto por cuestiones laborales.

Joyce: Antes yo compartía más, ahora menos. Cuando trabajaba en una galería de arte, compartía la galería de arte a través de las redes, diferentes tipo de información. Cuando estaba en la productora compartía cosas de la productora así mismo cuando estaba en la fundación. Para que yo comparta un contenido este debe tener algo llamativo, algo divertido, también puede ser relacionado a política, puede ser de carácter social.

Lucrecia: Yo más comparto fotos y videos con mis amigos o con mi familia pero ahora lo hago muy poco por la universidad.

Dayanna: Yo por lo general comparto contenidos relacionados a alguna buena causa, alguna historia o caso de superación personal, ejemplo a seguir, eso sucede tanto en imágenes como en palabras,

hay los típicos memes de frases filosóficas, de buenas vibras cosas así, reflejan mucho lo que soy.

Moderador: ¿Por qué es importante para ustedes tener y mantener una red social?

Stephany.- Yo creo que es por la inmediatez ya que uno puede contestar y le pueden contestar algún mensaje al minuto, por ejemplo en mi caso cuando organizamos eventos en la editorial en que trabajo y necesitamos pulir detalles utilizamos mucho las redes.

Carolina.- Yo pienso igual, por la inmediatez, ahora es más fácil conseguir internet a que conseguir una llamada, puedes mandar un mensaje al Facebook o a whatsapp y te comunicas más rápido.

Cinthya: Comparto lo que han dicho, por la inmediatez, también por cuestiones de costo, si tienes internet, si estás en un lugar donde hay internet, solamente envías un mensajito y ya es más rápido.

Joyce: En lo personal utilizo redes sociales para estar comunicado. Hay 1000 maneras para comunicarse. En el trabajo a mí me obligaron a instalarme whatsapp en el teléfono ya que yo no tenía whatsapp yo tenía line, y a través de whatsapp tenía que coordinar las reuniones, conseguir invitados. El email también es súper útil por la inmediatez, la comunicación y la versatilidad que te da.

Lucrecia: Yo también estoy de acuerdo con todos porque es tan fácil comunicarte con las personas a través de las redes sociales, puede ser que no tengan whatsapp pero tienen otra red, es decir es casi imposible que no se puedan comunicar contigo.

Dayanna: Yo tengo las redes sociales que tengo para comunicar y comunicarme eso me permite suplir las necesidades que tenga al momento. Las redes te permiten ser parte de una comunidad que intercambia información como deporte extremo.

Moderador: ¿Sobre qué temas chatean a través de redes sociales?

Stephany: Yo principalmente hablo sobre cosas de la universidad o sobre ciertas reuniones con mis amigos de vez en cuando.

Carolina: En Facebook a veces chateo por dm con mis amigos cercanos o personas que no he visto hace mucho tiempo, sobre cómo están, novedades de sus vidas, para enterarme de lo que han pasado.

Cinthya: Yo utilizo el whatsapp pero realmente no soy de las personas que pasa chateando, lo utilizo cuando necesito organizar algo del canal, contactar a alguna persona importante o comunicarme con mi familia o enamorado.

Joyce: Por Whatsapp chateo sobre temas familiares, personales, con mis amigos o temas de pareja con la persona con la que esté. También hablo con mis compañeros de la universidad sobre cosas de la u, sobre cosas de la tv, fotos videos todo lo que sea de entretenimiento para comentarlo rápidamente. El Whatsapp me sirve principalmente para mantenerme en contacto. También chateo con Facebook pero cuando no tengo internet en el celular.

Lucrecia: Normalmente chateo con amigos o personas cercanas por lo que los temas son encuentros, saber como están y actualizarlos.

Dayanna: Yo chateo a través de Whatsapp, con mi mejor amiga lo hago todos los días, tenemos mucha confianza y nos contamos todo, desde lo que hemos hecho en el día, hasta lo que sentimos. También hablo con otras amigas y amigos sobre temas más superficiales, para enterarme cómo están, que han hecho de nuevo u organizar con ellos alguna reunión.

Moderador: ¿Alguna vez han buscado pareja a través de internet?

Stephany: No, nunca he buscado pareja por internet, se que hay personas que les ha ido muy bien con eso, pero a mi no me agrada la idea.

Carolina: Nunca he buscado pareja por internet, no me gusta eso.

Cinthya: Yo tampoco la verdad, no sé qué decirles. No comparto eso, puede ser peligroso.

Joyce: Nunca he utilizado redes sociales para buscar pareja, se que existen sitios para eso y que muchas personas los usan pero creo que la gente joven no tanto es más para cuarentones. Yo no lo he hecho, uno nunca sabe con lo que se puede encontrar, podría conocer a alguien que resulta que no existe y es una identidad creada, la verdad tengo mucho recelo con eso.

Lucrecia: Yo no la verdad, prefiero la manera tradicional y espontánea. No me he suscrito a ningún grupo ni página. Quizás por prejuicio o temor también.

Dayanna: Nunca he buscado pareja a través de redes sociales, pero en Facebook más que todo sí he conocido a muchas personas, que ahora inclusive son muy amigos míos. Eso lógicamente comenzó con una solicitud de amistad que las acepto cuando veo que tenemos varios amigos en común, eso me da buena espina y así.

Moderador: ¿Alguna vez han consumido porno en internet?

Stephany: No nunca he consumido porno, creo que eso es más para hombres.

Carolina: Yo tampoco, por eso pero también por temor

Cinthya: Creo que el tema de la pornografía horroriza a la mayoría de mujeres y es un tema que está muy estereotipado. Yo se de un par de casos de chicas que han visto porno inclusive con sus enamorados y no lo aceptan. En lo personal nunca lo he hecho.

Joyce: Yo tampoco he consumido, no me gusta, soy muy reservada con eso.

Lucrecia: Nunca he consumido y creo que nunca lo haría también creo que es para hombres.

Dayanna: Yo tampoco nunca he consumido porno.

Moderador: En el grupo focal de hombres ellos afirmaron que existe una diferencia en cuanto al uso de internet entre hombres y mujeres ya que las mujeres comparten muchos más detalles, contenidos emotivos que ellos, uds. ¿Qué opinan?

Stephany: Justo eso estaba hablando la semana pasada y aprendí una lección con respecto al Facebook. Se perdió mi gato y yo me volví loca, estaba histérica y pelee con mi enamorado, luego puse en Facebook “Acaba de desaparecer un miembro de mi familia, por favor ahora no tengo tiempo para nadie” bueno y después de eso boom todo el mundo comenzó a preguntar. Fue la primera vez que yo puse algo tan mío y aprendí que si no sabes publicar tus sentimientos mejor no lo hagas porque todo el mundo va a malinterpretar todo.

Cinthya: Yo como Cinthya Macías nunca pongo como me siento, si estoy feliz si estoy triste, hay gente que si lo hace, así mismo yo nunca pongo si estoy en Guayaquil o que estoy en playas. Lamentablemente hay que tener mucho cuidado con las redes sociales, yo he escuchado casos de personas que incluso han usurpado la identidad, a mi me paso también con el whatsapp hace poco unas dos semanas me robaron el celular y se estaban haciendo pasar por mí, por eso pienso que debemos tener cuidado con las cosas que publicamos. La gente ha hecho que el Facebook o el Twitter sea una especie de desfogue de emociones de sentimientos, parece un diario personal, ahora con poner frases alusivas a cualquier cosa uno ya sabe cuando otra persona terminó una relación o tiene problemas.

Joyce: Si yo voy poner un estado o algo relacionado a mi vida personal intento hacer una broma acerca de eso, o sea no pongo literal que estoy triste, sino que trato de burlarme de la situación que me haya aburrido, que quiero compartir y la gente comente más y reírme más porque la gente comenta ocurrencias y eso me encanta.

Lucrecia: Yo por lo general no publico estados en Facebook, publico mis fotos o videos en Twitter, a veces frases pero eso si es que no son muy comprometedoras.

Dayanna: Considero que eso es relativo, conozco hombres que twitean cada minuto, cosas relacionadas con deportes, sarcasmos dirigidos a mujeres, inclusive al amor, así como también conozco mujeres que ni siquiera tienen redes sociales. Eso que las mujeres son publicistas impulsivas y que los hombres son más reservados son estereotipos que han sido concebidos a partir de esta caracterización natural y biológica que le atribuyen a la mujer y al hombre. Si creo que la mujer es mucho más emocional, sensitiva pero los tiempos han cambiado, es algo que las mismas redes sociales, el internet han originado.

Moderador: ¿Uds. creen que existe una diferencia del uso del internet entre hombres y mujeres?

Stephany: Yo creo que depende de las personas, simplemente de la personalidad del individuo, a una persona que le interese cosas de deportes va a publicar cosas de deportes yo jamás he publicado nada de deportes porque no me interesa entonces no se trata de ser hombre o mujer. Tengo una amiga que juega fútbol, ella publica cosas sobre deportes, la verdad no creo en los estereotipos.

Carolina: Yo creo que es una cuestión de personalidad o del entorno que te rodea, a medida que pasa el tiempo las necesidades se van transformando por ejemplo uno que ya tiene 2 o 3 años en la universidad, desarrolla un nuevo pensamiento acerca del mundo y por ende las publicaciones ya cambian.

Cinthya: Si estoy de acuerdo, depende de cada uno, no soy partidaria d poner cosas de mi vida y hacerlas públicas. Depende también del entorno, yo he visto casos por lo general de personas que son muy introvertidas y buscan las redes sociales para que sean la voz de ellos, por ejemplo si se sienten tristes o se sienten alegres o tienen algún problema.

Joyce: Creo que también depende del interés de la persona o a lo que se dedica porque por ejemplo yo tengo una amiga periodista, hace entrevistas de deportes y por lo general sus tweets son de partidos porque a ella le interesa el fútbol, es su trabajo. Si se puede hacer una diferenciación entre hombres y mujeres en el sentido que estamos estereotipando a los hombres y las mujeres, ahí vamos a encontrar muchas cosas sobre las que ellos publican pero de ahí depende de lo que ellos quieran hacer. Yo no soy de las personas que publica muchas cosas, rara vez comparto y no son cosas de mi vida personal, sino cosas que me llaman la atención de diferentes temas.

Lucrecia: Yo creo que entre hombres y mujeres sí hay diferencias. Los hombres prefieren los deportes, la música, la tecnología y las mujeres la moda, la ropa, etc.

Dayanna: Creo que las diferencias en cuanto a los usos de internet parten de las necesidades que cada uno tenga y no como grupo sino como individuo ya sea por su trabajo, por su relación familiar y social que puede ser muy escasa lo que te lleva a expresarte mayormente a través de internet o por una simple necesidad de posicionamiento por así decirlo.

GRUPO FOCAL DE HOMBRES

Participantes:

- Marcelo Román, 27 años.
- Carlos Ibarra, 21 años.
- Miguel Quiroga, 24 años.
- Alex Rivera, 23 años.
- Carlos Morales, 25 años.
- Daniel Ladines, 19 años.

Moderador: Esta tesis trata sobre las diferencias del uso de internet entre hombres y mujeres, entonces el objetivo de este grupo focal es conocer de qué manera usan internet, con qué frecuencia, qué sitios visitan y para esto queremos que nos describan su rutina diaria en cuanto al uso del internet desde que se levantan hasta que se duermen....

Marcelo Román: Bueno el internet lo utilizo todo el día, diariamente, lo utilizo para hacer videos llamadas, también en lo que respecta al trabajo, para hacer llamadas a celulares sin costo alguno. A parte uso las redes sociales como medio de comunicación, tanto el whatsapp como otras aplicaciones, entre ellas el Instagram, ya casi no utilizo el internet desde computadora utilizo más el celular ya que lo que lo que tenía en la computadora lo tengo en el celular. Por otra parte, realizo compras por internet a través del celular, que lo utilizo para todo ya que es más práctico.

Carlos Ibarra: En mi caso, utilizo el internet para odiar al mundo no mentira, si paso conectado casi todo el día por cuestiones del trabajo, lo utilizo principalmente para monitoreo de redes sociales, hacer análisis de todo lo que pasa en redes, actualizo perfiles de las empresas que administro cuando estoy en el trabajo, lo hago desde la computadora, si tengo que trabajar desde afuera haciendo coberturas en línea ahí uso la tablet que me dan en el trabajo, uso herramientas como twitter para gestión de redes...Que más te puedo decir en la casa también lo uso pero muy poco bueno pero el twitter sí lo uso todo el día desde el celular paso twitteando mis cositas, no utilizo Facebook porque se esta convirtiendo en lo que fue Hi5 un espacio donde cualquier persona publica cualquier cosa cualquier estupidez cualquier tontería que no me concierne y además porque si yo borro a estas personas la gente se da cuenta, en cambio en twitter está la opción de follow o unfollow para que así dejes de seguir a esta persona y es muy poco probable que se de cuenta, en twitter es un trato mucho más cercano con las personas.

Miguel Quiroga: Normalmente el internet lo uso todo el día, reviso mi e mail, envío correos, por lo general yo trabajo con mis hermanos y una de las cosas que hago es manejar a los clientes por medio de correos electrónicos, pero sí lo utilizo también en el celular para cosas del trabajo y para cosas personales, manejo redes sociales, como el Facebook, twitter, me gusta ver videos de entretenimiento en Youtube.

Alex Rivera: Bueno yo sí me levanto utilizo bastante las redes sociales, Facebook, Twitter, escucho música por Youtube, veo videos y prácticamente todo el día estoy conectado en diferentes redes sociales. Además uso bastante el internet para leer el periódico ya que me interesa estar informado de lo que acontece en el mundo.

Carlos Morales: Yo creo que usamos internet desde que nos levantamos hasta que nos dormimos, si tenemos un celular con aplicaciones quiere decir que estamos conectados siempre 24 horas, en mi caso utilizo bastante el internet para lo que respecta al trabajo, incluso cuando trabajo también utilizo aplicaciones para entretenerme, puedo hacer un trabajo y ver un video en Youtube, mientras estoy trabajando, el hecho de por ejemplo estar manejando y te llega un mensaje al whatsapp nos hace estar ligados al internet todo el día. Lo utilizo para manejar información, bajar información, de hecho manejo un formato llamado Ctp, que te permite descargar inclusive cosas al celular. En la computadora también trabajo, hay veces que estoy en las dos cosas.

Daniel Ladines: Antes de salir de mi casa, reviso lo que haya pasado en la redes sociales, llego a la universidad y en la universidad tengo una computadora bueno en las primeras clases todos los días tenemos un computadora disponible para nosotros, abro Facebook y Twitter, paso contestado hasta que salgo de clases bueno y fuera de clases no tengo como usar una computadora hasta que regreso a mi casa y uso el internet para alguna investigación, me conecto un rato, converso con alguien, eso es lo que hago todo el día.

Moderador: **Qué otro tipo de necesidades tienen para utilizar internet, por ejemplo hay personas que usan el internet incluso hasta para buscar pareja, según las encuestas que realizamos el 5% de los hombres y mujeres lo utilizan para buscar pareja, para visitar sitios de adultos (pornografía), entonces no existe solo la necesidad laboral evidentemente ¿En sus casos cuáles serían?**

Marcelo: Otro tipo de necesidad en mi caso es el buscar información para mis proyectos y mi tesis, creo que sin internet no hubiese podido

hacer mi trabajo de titulación porque por el trabajo me era difícil ir a las bibliotecas, en cambio podía bajarme inmediatamente algún libro o pdf específico, no solo nos nutrimos de texto sino con videos que es una forma mucho más fácil de aprender. Por otra parte, el internet me permite enterarme de manera fácil cómo están mis familiares sin necesidad de estarles preguntando, en las redes sociales uno puede ver las fotos por ejemplo en el Facebook, uno puede saber cómo se encuentran ellos, cómo han cambiado físicamente. Otro tipo de necesidad es el adquirir cosas que deseo comprar yo casi ya no compro, no soy de los que me gusta estar como se dice vulgarmente vitrineando, yo soy más de chequear por internet y compro, veo las promociones que hay en el momento.

Carlos: Personalmente, pienso que usar internet es sinónimo de conocimiento, saber qué están haciendo mis amigos, eso en cuanto a redes sociales. Últimamente, ya no tenemos ese trato tan cercano con las personas por diferentes cuestiones, trabajo, estudios, ya no tenemos esa cercanía con las personas a las que apreciamos a las que consideramos, así que las redes sociales en mi caso me sirven para ponerme al día en este sentido, para saber que hacen mis amigos, chatear con ellos de vez en cuando. También todos los días leo información referente a mi trabajo, para certificaciones que físicamente no puedo hacerlas por ejemplo ahora estoy haciendo en Google una certificación que físicamente no puedo hacer, por eso necesariamente debo hacerlo en línea tengo que valerme de todos los recursos que están a mi disposición en la red no solo los que me provee Google, sino de otras páginas, tips, sugerencias, que vendrían a ser información de soporte.

Miguel: También uso el internet para conocer información de la que no estaba seguro o que no sabía si era cierta, por ejemplo a veces uno ve una película y quiere saber más sobre esa película, quién la hizo, etc. y de una va a Wikipedia a buscar referencias. Hay veces que lo hago inconscientemente, veo algo y busco más sobre eso, siempre y cuando esté en la computadora, creo que en la computadora tienes una mejor visión entonces a mí si me gusta usarla porque te permite hacer más cosas. En mi casa me gusta usar la computadora para así estar en contacto con mis amigos, ver qué hacen mis amigos, las reuniones, las cosas que se llevan a cabo o que en algún momento coordinas a través de las redes sociales, así es como empiezas a conversar con alguien, luego se unen más personas y luego se forma un grupo. Es raro pero lo estás haciendo constantemente.

Alex: Yo no tengo un teléfono inteligente y tampoco me da pereza levantarme a la hora que me levanto a prender la computadora y si soñé algo o escuché algo en las noticias, voy directo a investigar, para

no quedarme con la duda, esa es una de las cosas que más hago. Uso redes sociales como todos, para escuchar música, actualizarme con la música del momento.

Carlos: Yo creo que el internet más que una necesidad viene a ser una puerta a cualquier deseo momentáneo que tengas, por ejemplo, si quiero ver un video de música, voy al internet; si quiero leer un libro en línea, voy a internet; si quiero ver un tipo de canción, voy al internet; si tengo que trabajar, voy a internet entonces yo creo que depende de lo que tu desees en el momento. Creo que la necesidad viene hacer más parte comunicacional, si utilizamos las redes sociales para hablar con diferente tipo d gente que no esté aquí o esté al otro lado del mundo entonces creo que la necesidad básica es hablar con otras personas pero de ahí lo otro tenemos en la casa y sencillamente lo que se te ocurra en ese momento, quiero escuchar música, me voy a internet, es como una biblioteca virtual entonces como digo es mas es una necesidad el internet, depende del deseo momentáneo pero no es una necesidad permanente porque por ejemplo yo te puedo decir que tengo una necesidad de entretenimiento pero no te digo que tengo la necesidad de ver internet solamente para ver videos me explico le da un sentido es un sentido mucho mas variado es un deseo momentáneo.

Daniel: El internet nos permite estar comunicados con nuestros amigos, nuestros familiares, porque ejemplo en mi caso yo terminé el colegio y por medio de las redes sociales estoy unido a mis ex compañeros de cierta manera, por decir organizamos reuniones o alguna otra actividad. Por otra parte, durante este año he usado bastante Skype ya que conozco a bastantes personas en el exterior y como es la única manera de comunicarme con ellos.

Moderador: **En cuánto a redes sociales, cuál es la que más utilizan y por qué, en el caso que compartan contenido a través de qué redes lo hacen y qué características debe tener para que lo compartan.**

Marcelo: En realidad uso todas las redes sociales, no es que tengo una en específico pero en este caso podría ser Facebook que lo uso para poner fotos, comunicar qué es lo que estoy haciendo. A veces subo información para comunicar cómo me encuentro, en lo que respecta a las fotos, no soy mucho de expresar mis sentimientos, no es de mi agrado decir a los demás cómo me siento. Bueno y las características que debe tener un contenido es que sea divertido más que todo, que sea un chiste, una broma, casi nada sentimental como enviar una indirecta alguien.

Carlos: Mi red social favorita es Twitter, lo uso casi todo el tiempo tanto así que tengo como 55.000 tweets, lo uso porque me parece que tiene una plataforma mucho más sencilla. En el teléfono, yo tengo un Blackberry, hago un scrolldown y ya puedo twittear algo, presiono N y ya me sale la ventana nueva, en cambio en Facebook no, tiene bastante ruido en su plataforma, tiene un poco de cosas que no te importan por ejemplo, la lista de eventos que a la gente ni le interesa si te invitan o la notificación de fans de Candy Crush, tuve que bloquear esa aplicación porque en verdad ya me hartaba. Por ejemplo, en las actualizaciones a veces me salen un poco de amigos adictos a la pornografía, me salen chicas calientes y sexys colombianas, al fulanito de tal le gusta esto o sea es información que realmente no me interesa por eso no uso Facebook. Twitter tiene simplemente tu feed de información, que es información que realmente te importa, por algo tú sigues estas cuentas y la lista de tendencias para ver de qué está hablando la gente que me puede importar y en qué puedo colaborar, además tiene esta limitación de 140 caracteres que tú lees el mensaje y lo decodificas rapidísimo, en cambio en Facebook la gente se explaya lanzando su texto. Lo que pasa es que Twitter es una comunidad bastante activa porque es información en tiempo real por eso existe esta necesidad por parte de las personas de estar conectado a las redes sociales todo el tiempo porque tu antes decías bueno no puedo ver información en las redes sociales y murió fulanito de tal, voy a ver en las noticias, en cambio Twitter sí da esa información de gente que está cerca, enseguida lo twittea por eso es que las redes sociales han desarrollado más que trastorno una condición que se llama fomo que es el FEAR OF MISSING OUT el miedo de perder ese algo porque ahora estamos acostumbrados a tener información al instante, una necesidad de saber lo que está pasando. Para que yo comparta un contenido principalmente tiene que ser gracioso o contenido música que me guste eso.

Miguel: Bueno la red social que más uso es Twitter, básicamente porque es más rápido, puedes opinar sobre cualquier tema que sea relevante o temas que te interesen. Bueno me tiene que gustar el contenido para compartirlo, si es algo de tecnología, si es algo de música, si es algo de información, de noticias, tiene que ser algo que a mí me haya interesado y que los demás conozcan, que conozcan mi postura sobre eso, por otra parte también que sea gracioso, medio irónico, pero más que todo que sea algo diferente y novedoso.

Alex: Yo utilizo bastante Youtube, para escuchar música, ver videos, por ejemplo el de las chicas del 28 que fue muy polémico, a veces quiero investigar algo en Google y me da pereza leer, entonces entro a Youtube, incluso me acuesto, cierro los ojos y comienzo a escuchar, eso lo hago una dos tres veces y lo entiendo, es como que

esté escuchando una clase así, a veces hasta lo pongo en pantalla grande y me grafican, es interactivo eso, es mejor a que estar leyendo.

Carlos: La red social que más utilizo es Twitter pero solo la leo, mi interactividad con la aplicación no es tanta, entonces lo que yo más hago es leer, twiteo de repente algo normal pero no soy de poner a donde salgo a comer o qué opinan de tal cosa, donde contesta todo el mundo; por otra parte, mi contenido lo fijo yo con la gente que yo sigo. Otra aplicación que uso también es Youtube, para graficar y hacer todo lo que tu estas buscando, es más visual, yo en Youtube he aprendido muchísimas cosas, desde como reparar motores de carro hasta como armar cajas de ahí lo utilizo para otras cosas como ver videos. Te soy sincero yo a mis 17 años, no sabía hacer nudo de corbata y fui a Youtube para aprender cómo hacerlo.

Daniel: Yo utilizo más el Twitter, luego el Instagram, Facebook y Youtube en ese orden. Whatsapp me sirve para comunicarme con más personas, es más rápido de usar, es más fácil. En cuanto a contenidos, me gusta lo novedoso, lo relacionado al medio ambiente, salud, política.

Moderador: ¿Sobre qué temas chatean a través de internet, qué tipos de conversaciones mantienen?

Marcelo: A través de Whatsapp principalmente, chateo de temas relacionados al trabajo, amistad, mis estados de ánimo o cuando estoy aburrido busco qué hacer.

Carlos: Como tengo Blackberry, aunque también chateo por Whatsapp, hablo sobre el día a día, converso con mis amigos, para saber qué están haciendo o cómo les ha ido en sus jornadas, con mi familia casi no hablo.

Miguel: Hablo con mis amigos sobre temas personales, organizar reuniones o algún evento importante. También converso sobre cosas relacionadas al trabajo a través de un grupo creado en Whatsapp.

Alex: Yo igual así como han dicho los chicos, me dedico a chatear con mis amigos, socializar principalmente, pero también hablo con mis familiares, pero eso es más para comunicar sobre las cosas que estoy haciendo.

Carlos: Por Whatsapp principalmente, chateo sobre deportes, mi trabajo, y me dedico a socializar, organizar reuniones, y enterarme de qué hacen mis amigos.

Daniel: Converso con mis amigos sobre lo que hacemos, pero no tanto, mas converso con mis amigas o alguna chica que me guste. Chatear es una buena forma de conocer ciertas cosas de una persona, uno se da cuenta de cómo es, hasta por cómo escribe creo yo.

Moderador: **A este tema quería llegar... ¿Alguna vez han buscado pareja a través de internet?**

Marcelo: Precisamente parejas no, pero sí vaciles (*risas*). En varias ocasiones he conocido a chicas por Facebook, les he enviado solicitud, me han aceptado y así comenzamos a chatear, hasta que se da una salida.

Carlos: Nunca he buscado pareja a través de internet, pero las redes sociales, como Facebook y Twitter me han ayudado a conocer más detalles de la vida de las chicas con las que he salido.

Miguel: Cuando era pequeño no tenía muchos amigos y pensaba que podía tener novia por internet, pero nunca pasó. Actualmente, no he buscado pero si he creado nuevas amistades a través de redes sociales, son personas que comparten mis mismos intereses, que siguen a mis amigos.

Alex: Definitivamente el internet es bueno hasta para eso, yo sí he conocido a algunas chicas porque me han aceptado en Facebook, luego chateamos por mensajes internos y así hemos organizado salidas. De hecho una chica que me gustó mucho la conocí por esta vía.

Carlos: Nunca he buscado pareja a través de internet, soy un poco receloso con esas cosas, prefiero que todo sea en persona.

Daniel: Yo también he hecho amigos por internet. He conocido a varias chicas luego de que me hayan aceptado en Facebook por ejemplo

Moderador: **¿Han consumido o consumen pornografía a través de internet, qué piensan sobre eso?**

Marcelo: En la adolescencia sí veía porno en internet, pero ahora no, ya tengo mi criterio más formado y por último si quiero hacer algo lo hago, no tengo la necesidad de ver lo que podría ser (*risas*).

Carlos: Sí he visto pornografía en internet, es una manera de satisfacer deseos momentáneos por así decirlo.

Alex: Sí he consumido porno, hay personas que no lo admiten pero no tiene nada de malo, es una forma de entretenerse, inclusive de aprender.

Miguel: No consumo, creo que cada quien decide qué hacer con internet, si lo ves para entretenerte y aprender o solo para perder el tiempo.

Daniel: Nunca he consumido porno, pero sí tengo curiosidad.

Moderador: ¿Uds. creen que existe una diferencia de usos de internet entre hombres y mujeres?

Marcelo: Si lo vemos desde la parte de uso netamente creo que no, pero en la manera de expresarte creo que podría haber una diferencia, en mi caso yo no soy mucho de usar twitter, de acuerdo a lo que me gusta yo no he visto un blog o una cuenta que te de información netamente de autos, pero no en la parte comercial, sino en la parte mecánica, como consejos o información más profundizada, esto por la parte masculina, en el caso de las mujeres, veo que ellas expresan mucho sus sentimientos por ejemplo ponen cuándo terminaron con alguien una indirecta y por ahí las amigas van achacando, bueno en realidad mucha veces es así, no siempre, pero ya depende de la persona y en muchos casos del uso, de la manera de utilizarlo, depende de cada uno la finalidad que le demos.

Carlos: Yo creo lo mismo, cómo responden a los mensajes los hombres y las mujeres es diferente, principalmente con las causas sociales, el darle like y Facebook donara un dólar a cada niño que está en África. Si nos ponemos a analizar esos contenidos en los fans page vamos a encontrar que una mayor población de mujeres ha interactuado con este contenido, mientras que los hombres nos da igual o sea al menos yo no lo hago y las estadísticas lo dicen.

Miguel: Yo también creo que hay mucha diferencia entre los contenidos que utilizan los hombres y las mujeres, creo que la mujer no tiene miedo a mostrar más detalles de su vida, de lo que hace, de lo que compra, de a dónde van, con quién, lo que sienten. El hombre reserva muchas cosas, por ahí va el asunto, el hombre busca cosas de carros, la pornografía por ejemplo a una mujer le aterroraría que se le abra una página de ese tipo, mientras un hombre se caga de risa o se queda viendo.

Alex: Bueno para mí la verdad no hay tanta diferencia, como dijo mi compañero es el hecho de la respuesta, talvez la mujer es más sentimental, el hombre no mas depende de la persona porque hay casos de mujeres que ven esto de los animales y comparten o retwitean.

Carlos: Yo creo que no hay diferencia desde el momento que entras a una plataforma o red social, yo creo que tanto hombres como mujeres desde el momento que están en la misma red social ya no son diferentes ahora como lo utilicen va a tener su diferenciación, pero para eso sirve me explico o sea Youtube te pone el link para que tu compartas ahora depende de ti que vayas a compartir. El hecho que ambos estemos en el mismo sistema o que yo lea lo que ellas ponen y viceversa no nos hace diferentes.

Daniel: Yo creo que depende de la persona pero si lo vemos de una manera general, según mi punto personal, las mujeres usan las redes sociales para dar a conocer algo y los hombres las utilizamos más para informarnos.

GRUPO FOCAL MIXTO

Participantes:

- Omar Rincón, 23 años.
- Gabriela Quevedo, 22 años.
- Wilmer Naranjo, 18 años
- María Fernanda Muñoz, 25 años
- Leonardo Rivas, 27 años
- Gabriela Cavagnaro, 22 años

Moderador: Este grupo focal pondrá en interacción a tres hombres y mujeres con el fin de caracterizar y establecer la diferencia entre los usos de internet que le dan ustedes, es decir, conocer sus rutinas diarias con respecto a los hábitos que desarrollan con internet, la idea es que nos describan que hacen desde que se levantan hasta que se van a dormir.

Omar Rincón: Cuando me levanto, cojo mi teléfono reviso las notificaciones que tengo en aplicaciones tales como: Instagram, Facebook, twitter; solo las abro y cierro. No respondo si me han escrito en twitter o si es que me han mencionado y solo chequeo el timeline pero no comento nada. En Instagram si me pongo a revisar las fotos que todo el mundo que ha subido hasta que recuerde la foto que revise por última vez, no sé por qué pero me gusta mucho Instagram. Ahora bbmsn, que ya está para android también, reviso si tengo mensajes al igual que en Whatsapp. En casa paso conectado solo con wifi, cuando salgo hacia el trabajo me desconecto un rato, pero a penas llego abro en la computadora face, twitter e Instagram y reviso páginas de medios de comunicación en busca de información hasta que salgo a almorzar. Por lo general, paso conectado todo el día, al menos q tenga que hacer coberturas, pero siempre estoy conectado por el celular. A veces en la noche tengo distribuyo los días para ver series en internet, ya sé a qué hora están subidas en la web y las reviso, luego duermo y de ahí lo mismo día a día.

Gabriela Quevedo: Paso conectada a las redes todo el día, sea por wifi o por paquete de datos, nunca las cierro puedo cerrar cualquier cosa menos las redes, ya sea en el celular o en el Ipad, porque antes en la computadora era más limitado, o sea tenía que entrar página por página pero ahora dejo las aplicaciones abiertas todo el día. En la mañana reviso twitter antes de ir al trabajo, veo que noticias hay y me

informo, como trabajo en una agencia por mis clientes, paso conectada todo el día al Facebook revisando que dicen, escriben o publican, lo hago a diario. Mañana, tarde y noche me gusta usar Pinterest e Instagram ahí publico, comparto y reviso fotos. También veo que me han puesto lo demás, pero de todas las aplicaciones que tengo abiertas la que más utilizo sin duda es Whatsapp por trabajo, sobre todo se me descarga el teléfono dos veces al día debido a eso pero pero me sirve, me siento conectada todo el tiempo.

Wilmer Naranjo: Mi rutina empieza cogiendo mi celular revisando todas mis notificaciones de twitter, Whatsapp, bbmsn. Luego voy a mi trabajo reviso todo referente a lo de la aduana en internet para mantenerme informado, o si tengo que hacer ciertas cartas reviso los correos electrónicos. En la tarde me decido a chatear por algún tiempo con personas cercanas y por la noche chateo y me distraigo un poco, esa es la rutina de siempre.

María Fernanda Muñoz: Cuando despierto reviso que me han mandado en Instagram, Whatsapp y twitter ya que no uso aplicaciones mientras estoy trabajando. Mientras estoy haciendo cosas si reviso bastante Facebook, también me gusta mucho Instagram y reviso solo las personas que me interesan, de ahí si tengo que hacer algún trabajo utilizo internet para investigar o algo, para recetas de comida por ejemplo. De la misma forma en que lo utilizo bastante hay días que no me conecto, ni reviso nada.

Leonardo Rivas: Básicamente a penas abro el ojo siempre hay una notificación aunque sea en mi celular. Instagram, twitter y Facebook son las redes sociales que más reviso porque siempre hay una notificación pero no necesariamente siempre respondo si me han escrito en estas por ejemplo en FB por Candy Crush siempre acumulaba notificaciones, pero ya deje de jugar porque me estancué en un nivel y ya no lo he vuelto abrir. Whatsapp y bbmsn solo lo uso con mi mama, de ahí me voy al trabajo y hay días en que no reviso twitter todo el día porque lo reviso y tienen estados de "hace un día". Mis aplicaciones de redes sociales las uso más para noticias. El Ipad la utilizo por las noches para ver algo en Youtube. Cuando me toca hacer un trabajo utilizo internet directamente para buscar información, no es que me pongo a revisar redes sociales.

Gabriela Cavagnaro: Reviso el celular apenas me levanto para ver la hora y luego empiezo a ver las notificaciones que tengo del día anterior, las que usualmente tengo son: Whatsapp, Twitter y Facebook, pero Instagram es la primera en mi lista. En el trabajo casi no uso celular, entonces en hora de almuerzo si vuelvo a revisar las actualizaciones. En la oficina no tengo wifi por lo que no reviso mucho las aplicaciones porque me consumen los megas del paquete de

datos. Me encanta Twitter porque es informativo, los fines de semana casi no paso en casa y por ejemplo si no puedo ver los partidos del Madrid o de Emelec reviso en la red social los goles.

Moderador: ¿Cuál es la red social que más prefieren y por qué?

Omar Rincón: Twitter porque tiene más, o sea la actualización es de 5 segundos entonces creo que es más inmediato, aparte de esto en twitter puedes obtener la información que quieras porque como es una red donde tú sigues y te siguen no tienes esa necesidad que diferencia de Facebook dónde tienes demasiada gente que te ha enviado solicitudes, twitter si tiene un interés más profundo, más particular y ahora la nueva actualización de twitter, en el celular al menos, no necesitas abrir el link para ver la foto porque ya aparece, por tal motivo creo que el twitter se ha complementado mucho más como aplicación y si creo que le gana Facebook por muchas razones en ese sentido.

Gabriela Quevedo: Yo voy a decir dos para mi trabajo, o sea para la parte profesional y la parte académica prefiero twitter ya que como estudio ciencias políticas tengo q estar informada, aparte estoy en un partido político y tengo esa obligación por mis clientes en twitter. Para la parte personal me gusta Facebook, los fines de semana me dedico a ver que hacen mis amigos, mi familia, comparto y subo lo que hice; como es algo más mío trato de no tener tanta gente en mi Facebook, pero en twitter si sigo a todo el mundo, no importa quién me escriba es más informal, más alejado entonces me quedaría entre esas dos.

Wilmer Naranjo: Bueno yo creo que en tu celular tienes todo, no solo lo usas con fines al uso del internet, o sea fuera de que lo puedes usar todo el día y fuera de eso puedes llamar, mandar mensajes yo que sé, no necesitas estar buscando muchas cosas coges tu celular y ya, no necesitas otra herramienta. Whatsapp, twitter, Facebook e Instagram son las aplicaciones que a veces uso.

María Fernanda: Prefiero Instagram porque el Messenger lo tengo cerrado y yo veo quien me sigue y quién no. Facebook ya no me gusta porque nunca falta alguien que publique vida, pasión y muerte de lo que le pasa, de lo que siente. Otra razón por la que deje de usar Facebook es porque se parece al diario Extra, te metes y encuentras un poco de cosas desagradables, fotos repugnantes de enfermedades y cosas así. Twitter en cambio me parece muy limitado para escribir por eso prefiero Instagram.

Leonardo Rivas: Yo prefiero en twitter porque básicamente como dijeron hace un rato seleccionas lo que quieres ver, sigues a X cantidad de personas y si te interesa entras al link y sigues, yo por eso prefiero twitter.

Gabriela Cavagnaro: Twitter e Instagram son mis favoritas; twitter porque precisamente es como un resumen de las noticias que más te interesan, en caso de las personas que siguen o de las cosas que tengas interés; es un extracto de las noticias, estas informado todo el día de todo lo que pasa y me parece interesante y también de lo que hacen tus amigos. Instagram me gusta porque pasas viendo fotos y videos, me hacen reír, y también ves lo que hacen tus amigos.

Moderador: ¿Qué tipo de contenido ustedes publican en redes sociales y en caso de que compartan contenido que característica debe deben de tener estos contenidos para que lo compartan?

Omar: Contenidos, más que todo pensamientos en twitter, algo que me pase o alguna frase poética que se me ocurra; en facebook casi no publico ya nada; en Instagram si publico fotos al menos dos o tres veces al día de lo que estoy haciendo: la típica foto de la comida o si estoy en algún evento de cobertura me tomo la foto y la subo, pero aun así que puedo vincular las fotos a las otras redes no las vinculo con Facebook ya que no me interesa mucho compartir ya nada en face y si lo tengo y es más bien para ver lo que la gente comparte y si doy retweet o algo tiene que ser porque me llamo la atención o porque fue súper novedoso o si fue una broma, algo divertido; yo creo que ese tipo de contenidos comparto.

Gabriela: En twitter no comparto nada personal, como me siento, que hago, que estoy haciendo, nada de eso. En twitter solo pongo contenido de noticias sobre todos políticas o de cosas internacionales, sobre agencias, o de premios. En FB si comparto lo que estoy haciendo en el día, o sea una vez al día, no sé, cosas como “saliendo tarde del trabajo” o subo alguna foto, pero la divido en ese tipo de redes, ese es el contenido que hago.

Wilmer: Por lo general el contenido que yo subo en twitter es acerca de básquet porque me encanta, es mi pasión, además el 80% de las personas que yo sigo hablan de eso.

María Fernanda: En Instagram, la verdad publico la vida de mi sobrina y cosas que hacen en mi familia y ciertas frases que me gustan.

Leonardo Rivas: En las redes sociales que uso, las utilizo para leer no publico mucho, si subo fotos son cuando le pido la mano a alguien para que se case conmigo, las fotos de mi sobrino; en realidad soy más lector, no estoy acostumbrado a compartir contenidos.

Gabriela Cavagnaro: Lo que más hago en twitter es leer, leo más de lo que twitteo; pero de vez en cuando si twitteo algo es por dar un retweet de cosas curiosas que quiero que la gente se entere, de ahí una cosa que parezca chistosa, o de cosas que la gente se entera así por ejemplo de algo muy raro que nunca en realidad te hubieras podido dar cuenta sino es porque otra persona lo comparte. En Instagram si publico fotos de lo que estoy haciendo en el diario vivir, si salgo fotos con mis amigos, de algún evento que tengan; normalmente eso es lo que comparto.

Moderador: En las encuestas que realizamos tanto hombres como mujeres indicaron que la necesidad afectiva es la más importante, para ustedes ¿Qué tan importante es el internet en la interacción social?

Omar: Creo que el internet te conecta y más que todo te mantiene informado; entonces en este sentido tú decides de que informarte, o sea si te gusta ver lo que las otras personas están haciendo o si te gusta obtener información para tu crecimiento personal o estudios académicos, cosas así, en internet puedes obtener una satisfacción ya sea personal o ya sea de ver que a una persona le está yendo o haciéndolo bien.

Gabriela Quevedo: En la parte afectiva siento que me conecta porque por estar trabajando no puedo hablar por teléfono; no puedo estar haciendo tantas cosas a la vez, pero por internet si puedo mandar mensajes. Yo uso bastante Whatsapp, a mi mama le encanta llamarme y escribirme todo el día, ya no hace falta que me llame al trabajo, con mi enamorado hacemos los mismo. El internet nos acerca, creo que estás más cerca con el otro independientemente de las distancias, del lugar, la hora, todo.

Wilmer: Uso internet para comunicarme con familiares y amigos que viven en el extranjero. Otra necesidad que respondo con internet, como ya lo mencione antes, es para el trabajo también lo necesito casi siempre, sin el internet no pudiera averiguar todo lo que necesito para estar comunicado. Yo creo que para mí el Facebook es de las redes sociales que más me comunica con las personas, las redes sociales son las formas más sencillas para comunicarse ahora.

María Fernanda: Un tanto por ciento te acerca y el otro por ciento te aleja; porque como estas con las redes ya no necesitas estar con esa

persona o esa necesidad, porque como ya le escribiste, entonces ya eso llena ese vacío que puede crear el que no la veas; como le puedes mandar un mensaje de voz ya no es necesario hablar en persona, entonces para mi es 50/50.

Leonardo Rivas: las redes sociales son de acercamiento, el Whatsapp y el bbmsn me une con mi mama porque si no, fuera todo por teléfono. Twitter y Facebook no las tengo como acercamiento, solo para enterarme de cosas; exactamente para actualizarme, no como acercamiento en sí, de estar en conversación constante.

Gabriela Cavagnaro: Comparto en parte lo que dijo Mafer con respecto a eso de que en lugar de salir con un amigo a tomarte un café o hacer cualquier cosa se prefiere chatear la mayoría de veces y también como que te perturba el tema de ver la luz prendida en tu celular y dejas de conversar con esa persona con quien estás en ese momento; ya que por dedicarte a ver lo del celular una aplicación te lleva a otra y en ese aspecto si te desconecta un poco de lo que estás haciendo en ese momento. Por el trabajo tengo que hacer algunos viajes y ahí es cuando uso las redes sociales como mecanismo de acercamiento; bueno creo que si te acerca porque estas lejos y puedes hacer diferentes cosas, o sea puedes llamar, hacer video llamadas, hacer face time entre otras cosas.

Moderador: Y ahora para concluir ustedes ¿Creen que existan diferencias entre hombres y mujeres en cuanto usos de internet?

Omar: Las personas utilizan internet de acuerdo a sus necesidades, entonces en este sentido puede ser que sí exista una diferencia, pero no en uso sino en frecuencia y hábitos porque como se decía con el simple hecho de que todos utilicen internet ya no hay diferencia pero si hay una diferencia en cuantas veces lo haga; yo pienso de esa manera.

Gabriela Quevedo: Pienso que sí hay diferencia en las preferencias, en las cosas que te gustan ver, independientemente si eres hombre o mujer no creo que solo las mujeres quieran ver ropa y comida y los hombres quieran ver deportes, o sea depende de cada persona lo que le gusta, no lo veo tanto por hombre y mujer sino más por las cosas a las que eres a fin.

Wilmer Naranjo: Yo creo que las mujeres usan más las redes sociales como una manera de desahogarse, cuando no tienen cerca a las amigas para constarles lo que les sucedió, me imagino que esta una vía para poder expresarse y todo; en cambio los hombres no

andamos diciendo todo de nuestros sentimientos y nos reservamos más lo que pensamos y si queremos contamos personalmente las cosas, pero depende de cada uno ya que somos mundos diferentes que les gustan cosas diferentes y buscan su manera de expresarse.

María Fernanda: Para mí el hombre y la mujer cuando les gusta algo, les gusta y punto. El hombre es novelero y con las mujeres comparten ciertos gustos acerca del internet; te voy a poner un ejemplo hay mujeres que les gusta el futbol, así como hay hombres que no les gusta; del mismo modo hay mujeres que quieren ver ropa y hombres que no quieren ver ropa, mujeres que no quieren ver ropa y hombres que sí. Entonces yo creo que hay de todo.

Leonardo Rivas: Hay personas que ya no usan redes sociales porque ya son un poco mayores por ejemplo mi mama usa Facebook y twitter porque le encanta seguir a Marcelo Tinelli y Whatsapp y Bbmsn por los hijos que dicen “yo no uso redes sociales” porque no quieren que sus padres se enteren de las cosas que hacen. Considero que hombres y mujeres usan internet y la única diferencia es lo que ven y con la frecuencia con lo ven que lo ven, o sea yo por ejemplo yo si uso el internet para enterarme de cosas relacionadas al futbol y conozco mujeres que también lo hacen, todo depende de los gustos. A veces cojo el Ipad y me pongo a ver los goles de Maradona, de Ronaldinho, Ronaldo claro yo no sirvo para jugar, pero me encanta ver esas cosas, me fascina ver esas cosas. En Youtube encuentras de todo y así como yo veo cosas de futbol también encontrarás mujeres que se pondrán a ver las novelas o sus series.

Gabriela Cavagnaro: La realidad es que todos utilizamos el internet, ya sea porque crecimos utilizándolo o porque nos tocó aprenderlo a usar. No sé si todos usan redes sociales, pero creo que los hombres solo miran las cosas mientras que las mujeres si somos un poco más observadoras por ejemplo si vemos algo que se publicó en Facebook los hombres solo ven que está ahí publicado pero no creo que lo lean, en cambio las mujeres sí creo que abrimos la publicación para ver de qué se trata y conocer más.