

Índice

Introducción	4
Capítulo I	5
1.1 Planteamiento	5
1.2 Objetivo de la investigación	6
1.2.1 Objetivo General	6
1.2.2 Objetivos secundarios	7
1.3 Justificación	7
1.4 Delimitación	10
1.5 Antecedentes	10
Capitulo II	12
2.1 ¿Qué consume la Generación Y?	12
2.2 Audiencia activa	14
2.3 Convergencia Mediática: Tradicional y Digital	19
2.3.1 Ventajas y desventajas	19
2.3.2 El declive del impreso	21
2.3.3 Definiendo medios digitales	28
2.4 Ecología de los medios	31
2.5 Nuevos modelos impresos	36
Capitulo III	41
3.1 ¿Qué es el consumo de medios?	41
3.2 Encuesta de consumo de medios en UDLAP	41
3.3 Análisis de consumo de medios	42
3.3.1 Confiabilidad de los medios	44
3.3.2 Dispositivos	47
3.3.3 Horario de consumo	48
3.3.4 Contenido consumido	50

3.3.5 Compra de medios impresos	51
Conclusiones	53
Bibliografía	54
Anexo	56