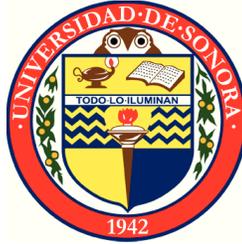


UNIVERSIDAD DE SONORA



POSGRADO INTEGRAL EN CIENCIAS SOCIALES

Maestría en Ciencias Sociales

“Capital cultural: preferencias informativas y literacidad digital en estudiantes
universitarios”

Presenta:

Lin Mendivil Alvarado

Director:

Dr. Jesús Ángel Enríquez Acosta

Codirector:

Dr. Miguel Angel Casillas Alvarado

Lectores:

Dra. Manuela Guillén Lúgigo

MC. Jesús Alberto Ibarra Félix

Hermsillo, Sonora, a 26 de junio de 2020.

Universidad de Sonora

Repositorio Institucional UNISON



**"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"**



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como openAccess

Agradecimientos

*A mi mamá, por su amor incondicional,
por enseñarme que el estudio es un viaje a otros mundos
y un fragmento de su herencia.*

A mis hermanos, por alentarme siempre.

Resistiré la tentación de nombrar a quienes me han apoyado en este ciclo de vida, la memoria me traicionaría y sería una injusticia escribir sólo algunos nombres. Desde el afecto que compartimos me ayudaron a no perder el rumbo y sobreponerme a los momentos estresantes.

Por su calidez y acompañamiento, ¡gracias!

A Conacyt, por el esfuerzo institucional.

A mi alma máter, la Universidad de Sonora, por la oportunidad.

A mis maestros que durante los últimos dos años compartieron desde el aula sus conocimientos.

Al Dr. Gustavo Adolfo León Duarte, por abrir las puertas a otro mundo.

Al Dr. Miguel Angel Casillas Alvarado, su vocación por la enseñanza no sólo impulsó esta tesis, me contagió de su entusiasmo por la investigación.

Especialmente al Dr. Jesús Ángel Enríquez Acosta. Maestro, gracias por creer en mí, su paciencia y guía me permitieron enfocarme, crecer y confiar en mi capacidad académica.

Índice

Introducción	5
Capítulo I	
1.1 Contexto	11
1.2 Antecedentes	
1.2.1 El capital cultural y los estudios de población universitaria	13
1.2.2 El uso de Internet con fines informativos	19
1.2.3 Preferencias informativas	24
1.2.4 Herramientas de búsqueda, selección de fuentes e información: literacidad digital	27
1.3 Objetivo general	30
1.4 Objetivos específicos	30
1.5 Preguntas de investigación	30
1.6 Justificación	31
Capítulo II. Marco teórico referencial	
2.1 Aportes desde la sociología. El capital cultural	34
2.1.1 Bourdieu y la Teoría de los campos en el siglo XXI	39
2.2 Aportes desde la comunicación. Una visión sociocultural	42
2.3 Aportaciones del concepto de literacidad digital	45
2.4 Propuesta de investigación interdisciplinar	48
Capítulo III. Diseño metodológico de la investigación	55
3.1 Capital cultural	56
3.2 Capital escolar	57
3.3 Capital familiar	62
3.4 Preferencias informativas	71
3.4.1 Clasificación informativa	72
3.4.2 Consumo informativo en Internet en medios masivos de comunicación	75
3.4.3 Consumo informativo según dispositivos tecnológicos	77
3.5 Literacidad digital	78
3.5.1 Uso de herramientas de búsqueda en Internet	79
3.5.2 Selección de fuentes e información confiable en Internet	80
3.5.3 Definición de la población estudiada	83
3.5.4 Trabajo de campo y cálculos realizados	84
3.5.5 Ajustes metodológicos	87
3.6 Análisis clúster	94
Capítulo IV. Capital Cultural de estudiantes de la Universidad de Sonora	96
4.1 Categorización de capital cultural	98
4.2 Consideraciones generales del capítulo IV	108
Capítulo V. Preferencias de consumo informativo de estudiantes de la Universidad de Sonora.	
5.1 Análisis descriptivo de las preferencias de consumo informativo	111
5.2 Preferencias de consumo informativo, según el capital cultural	121
5.3 Consideraciones generales del capítulo V	

Capítulo VI. Literacidad digital de estudiantes de la Universidad de Sonora.	
6.1 Uso de herramientas de búsqueda en Internet	127
6.2 Uso de herramientas de búsqueda en Internet, según su capital cultural	128
6.3 Selección de fuentes e información	128
6.4 Selección de fuentes e información, según su capital cultural	131
6.5 Consideraciones generales del Capítulo VI	132
Capítulo VII. Preferencias informativas y literacidad digital mediante el análisis clúster	134
7.1 Metodología del análisis clúster	134
7.2 Resultados del análisis clúster	
7.2.1 Preferencias informativas	137
7.2.2 Literacidad digital	142
Consideraciones generales del Capítulo VII	144
Conclusiones y análisis de datos	146
Recomendaciones	157
Bibliografía	158
Anexos	
Instrumento cuantitativo	170
Tabla conceptual de la propuesta 0	176
Tabla conceptual con propuesta de integración interdisciplinar	183
Tabla conceptual de la propuesta 6	185

Introducción

La presente tesis de maestría lleva como título “Capital cultural: preferencias informativas y literacidad digital en estudiantes universitarios”, y es producto del trabajo de dos años de formación en el Porgrado Integral de Ciencias Sociales de la Universidad de Sonora. Durante este tiempo se llevó a cabo una investigación de tipo cuantitativa con el propósito de abundar en los temas informativos que consumen los estudiantes universitarios a partir de su definición generacional de nativos digitales (Prensky, 2010). La complejización del tema brindó el enfoque científico interdisciplinar que permitió la configuración de una propuesta teórica que conjugó la visión clásica de la noción de capital cultural de Bourdieu (1998), la perspectiva sociocultural del metamodelo constitutivo de Craig (1993), además de la propuesta teórica y operacional del concepto de saberes digitales (Ramírez y Casillas, 2015). De este modo del objetivo general se enfocó en conocer el capital cultural de estudiantes universitarios de nivel licenciatura y establecer relaciones entre sus preferencias de consumo informativo, uso de herramientas de búsqueda y criterios de selección informativa en Internet. Mientras que los objetivos específicos fueron: crear una categorización que permita conocer el capital cultural de los estudiantes de primer ingreso a la Universidad de Sonora en el ciclo 2019-2, y conocer las preferencias y frecuencia de consumo informativo de los estudiantes universitarios de acuerdo con su capital cultural. Las preguntas de investigación que dirigieron este trabajo de investigación son cuatro: ¿Cuál es el capital cultural de los estudiantes de primer ingreso de la Universidad de Sonora? ¿Cuáles son sus preferencias de consumo informativo? ¿Cuáles son las herramientas de búsqueda informativa que utilizan en Internet? Y ¿Cuáles son los criterios que utilizan para seleccionar fuentes e información confiable en la red? Parte de la justificación está centrada en el hecho de que actualmente transita por las aulas universitarias una generación estudiantil poco analizada y conocida, una

generación nacida y educada en un contexto social dominado por la innovación tecnológica en el ámbito de la información y comunicación, compartiendo rasgos generacionales; pero a la vez, son jóvenes que tienen un origen social, familiar, económico y educativo distinto, mismo que influye en su paso por la universidad.

De acuerdo con Bourdieu (1998) existe una estrecha relación entre el capital heredado desde el seno familiar y el capital escolar adquirido mediante la instrucción educativa recibida a lo largo de los años, de tal manera que es imposible atribuir el capital cultural de un individuo a una sola dimensión y a su vez, este conjunto de conocimientos “tiende a aplicarse más allá de los límites de lo escolar” (p. 20).

Asimismo, la magnitud de los cambios generados por las TIC e Internet en los ámbitos social, cultural, educativo, político y económico reflejan, como lo señaló Castells (2000), un acontecimiento histórico tan importante como en su momento lo fue la revolución industrial. Una revolución que además de traer cambios sociales y de época, han provocado una nueva categorización generacional a partir de la incursión tecnológica: nativos digitales (Prensky, 2010). Los nativos digitales han sido llamados así por tratarse de la primera generación formada en un entorno social y educativo dominado por la revolución de las TIC e Internet. Tapscott (1998), Domingo (2008) y Boschma (2008) han estudiado la evolución generacional de acuerdo con el acceso y uso tecnológico, identificando así dos grupos generacionales: los millennials “nacidos entre 1980 y 2000. Han vivido con tecnología su vida, viven en mundos híbridos parte fuera de línea, en línea en parte” (García, Barrio, Durán, Gamonal y Gálvez, 2011, p. 5). Otro grupo generacional son los nativos digitales también llamados postmillennial o Generación Z por ser la primera generación del siglo XXI, ellos “viven en su mayor parte en un mundo online y mantienen una gran cantidad de relaciones y comunicaciones virtuales” (García, et al., 2011, p 5). Poner especial atención en los jóvenes universitarios no sólo se

debe al hecho de que han tenido a su alcance una amplia gama de dispositivos tecnológicos: computadoras, aparatos de video, videojuegos, telefonía móvil, reproductores digitales de música, por mencionar algunos; sino que se trata de un grupo socialmente relevante (De Garay y Casillas, 2002) del cual se sabe poco. Los esfuerzos institucionales para estudiar a los estudiantes universitarios se han enfocado a conocer sus trayectorias escolares, rasgos socioeconómicos y demográficos; en este sentido, Guzmán (2017) puntualiza que las investigaciones académicas realizadas en México durante los últimos 15 años acerca de los jóvenes universitarios principalmente están enfocadas al ámbito estudiantil; en el contexto internacional (Europa y América Latina) los alumnos universitarios son considerados nativos digitales y sujetos de estudio para determinar sus intereses académicos, de lectura, consumo mediático, preferencias publicitarias, de productos y servicios, formas de socialización, y uso de redes sociales, entre otros aspectos.

Esta tesis busca, desde la visión sociocultural, entender integralmente e identificar los rasgos que distinguen a los estudiantes universitarios. Si bien las preferencias de consumo informativo, uso de herramienta de búsqueda y criterios de selección informativa, son aspectos que pudieran abordarse de manera empírica, ya sea cualitativa o cuantitativamente, los argumentos iniciales ayudan a complejizar el tema; pues son parte de un proceso de comunicación que desde la tradición sociocultural de Craig (2009) se consideran “patrones sociales y culturales que permiten la interacción coordinada entre los miembros” (p. 42) de una sociedad. Teóricamente el tema resulta pertinente abordarlo desde la visión interdisciplinaria: 1) desde sociología de la cultura se retomarán las aportaciones de Pierre Bourdieu en relación a la teoría de los campos y se hará una propuesta de operacionalización del concepto del capital cultural (KC), a fin de establecer categorizaciones del KC de los estudiantes universitarios. 2) Mediante la tradición sociocultural del metamodelo constitutivo

de Robert Craig (1993) se tratará de explicar las representaciones sociales que los estudiantes universitarios comparten y expresan a través de sus preferencias y frecuencia de consumo informativo de las mismas, para ello se propone dos categorías informativas; y 3) mediante el concepto de saberes digitales (Ramírez y Casillas, 2015) se hará hincapié en la variable de literacidad digital, entendida ésta como las habilidades y conocimientos que se emplean al momento de buscar y seleccionar información en Internet, comportamientos que de acuerdo con Barton y Lee (2013) están asociados a profundos cambios sociales.

Metodológicamente la propuesta es de corte cuantitativa con un instrumento creado específicamente para los objetivos de esta investigación, el cual considera ocho reactivos y mide 69 elementos en escala Likert.

Autores como Aguilar (2018), Domínguez y López (2015), Rentería, Santana-Villegas y Pérez-Ayala (2016), Molina, Casillas, Colorado y Ortega (2012) han abordado temas similares y resaltan entre sus conclusiones la necesidad de ampliar el abordaje metodológico a la visión cualitativa mediante la realización de grupos focales e incluso, abundar en estudios de corte mixto y no priorizar solamente una visión metodológica; sin embargo, se decidió por una estrategia cuantitativa como acercamiento exploratorio a esta temática y posteriormente definir nuevas variables de investigación.

A continuación, se ofrece una breve descripción del contenido de cada capítulo que conforma esta tesis de maestría.

Capítulo I. Brinda una parte contextual e histórica de la Universidad de Sonora como la principal institución pública de educación superior en el estado. La parte de Antecedentes que también se incluye en este apartado, recoge las aportaciones teóricas, metodológicas y hallazgos reportados por investigaciones hechas en México, Colombia, Perú, Venezuela y España en cuanto al uso de la noción de capital cultural para realizar estudios en poblaciones

universitarias, el uso informativo de Internet, preferencias informativas, mecanismos de búsqueda y estrategias de selección de fuentes que actualmente realiza este sector de la población. También incluye los apartados donde se definen: Objetivo general, Objetivos específicos, Preguntas de investigación y Justificación.

Capítulo II. Concentra el modelo teórico propuesto para esta investigación; considerando los beneficios de la perspectiva interdisciplinar se integró el concepto de capital cultural (Bourdieu, 2002) para conocer el origen social de los estudiantes. Desde la comunicación se retomó la visión sociocultural de Robert Craig (1993) para analizar los rasgos culturales expresados por los estudiantes a través de sus preferencias informativas; mientras tanto, de la propuesta conceptual de saberes digitales desarrollada por Ramírez y Casillas (2015) se retomó la variable de literacidad digital para abundar en el uso de herramientas de búsqueda, y criterios de selección de fuentes e información confiable en Internet.

Capítulo III. Explica la parte metodológica y el proceso mediante el cual se operacionalizaron las variables de capital escolar y capital familiar, con el propósito de obtener una categorización de capital cultural; cómo se elaboraron las clasificaciones informativas de corte geográfico y temático a fin de conocer las preferencias y frecuencia de consumo informativo; además, de cómo se conformó la dimensión de literacidad digital con base a los indicadores de: uso de herramientas de búsqueda y criterios de selección de fuentes e información confiable en Internet.

Capítulo IV. Se describen los resultados que permitieron establecer una propuesta de categorización de la noción sociológica de capital cultural en niveles de alto, medio y bajo; información estadística de la distribución de esta clasificación y a su vez, se describe el comportamiento de cada indicador que conforma las variables anteriormente mencionadas.

Capítulo V. Contiene una descripción de las preferencias de consumo informativo con base a las clasificaciones informativas de corte geográfico y temático, así como frecuencia de consumo; además de analizar estas preferencias con relación a la categorización de capital cultural de los 368 estudiantes que participaron en esta investigación.

Capítulo VI. Da cuenta de las preferencias manifestadas por los estudiantes acerca del uso de herramientas de búsqueda en Internet, las estrategias y criterios que utilizan para seleccionar información y fuentes confiables; resultados que al mismo tiempo son contrastados con base a la categorización de capital cultural.

La presente tesis de maestría es producto de un intenso proceso de formación que duró dos años y en el cual contribuyeron muchas personas, por temor a que la memoria me falle, resistiré la tentación de nombrarlas. Este documento materializa una meta alcanzada, significa la conclusión de una etapa que se mantiene lejos de la nostalgia y se refuerza con mayor entusiasmo y claridad que el inicio. Se reviste de la convicción de seguir abonando al ámbito científico no sólo desde las ciencias sociales, sino a partir del diálogo de diversas áreas del conocimiento para dar respuesta a los problemas y cuestionamientos que los límites naturales de la disciplinariedad no pueden brindar.

Capítulo 1

1.1 Contexto

La parte contextual de esta investigación se sitúa en la Universidad de Sonora, institución de educación superior de carácter pública fundada en 1942 y la primera de este nivel en el estado de Sonora. Desde sus orígenes se hizo cargo de la educación secundaria, preparatoria, normal y superior, incluso hasta la década de los sesenta no existió otro plantel de educación superior en la entidad; al inicio de la década de los setenta, el Gobierno del Estado y la Universidad de Sonora acordaron desincorporar las escuelas secundaria y preparatoria, quedándose a cargo solamente de la matrícula de nivel licenciatura (Durand, 2005). La importancia de la Universidad de Sonora en materia de cobertura radica en el hecho de que por sí sola atiende al 36.38% de la matrícula estudiantil de la entidad, de acuerdo con información del Anuario Estadístico Población Escolar en la Educación Superior de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (Anuies) Ciclo Escolar 2018-2019.¹

Tabla 1. Matrícula universitaria en Sonora

Nombre de la institución	Matrícula (Anuies)
Instituto Tecnológico de Hermosillo	5,055
Instituto Tecnológico de Nogales	3,187
Instituto Tecnológico de Sonora	16,509
Instituto Superior de Cajeme	3,039
Universidad de Sonora	29,016
Universidad del Valle de México	2,602
Universidad Estatal de Sonora	16,583
Universidad Tecnológica de Hermosillo	3,856
Total	77,245

Elaboración propia con base al Anuario Estadístico Población Escolar de Anuies.

¹ Se trata de la información más actualizada al momento de redactar esta tesis.

Con el paso de los años, el desarrollo y crecimiento de la Universidad de Sonora alcanzó la diversificación de su matrícula; al respecto, el 2 Informe Anual 2018-2019 revela que la institución cuenta en total con 113 programas educativos: 52 de licenciatura, 47 de posgrado, cuatro talleres de arte y 10 cursos generales de idiomas. El mismo documento señala que la población de cada una de estas opciones académicas se divide de la siguiente manera: 29,050 alumnos de licenciatura, 1,168 de posgrado, 1,307 en los talleres de artes y los 10,406 restantes están inscritos en los cursos de idiomas. En relación con los estudiantes de licenciatura, la paridad hombre-mujer es 44.7% y 55.2% respectivamente, esto de acuerdo con información obtenida a través del Sistema de Información Estadística (SIE) de la Dirección de Planeación. Los jóvenes de licenciatura curan sus estudios en alguno de los seis campus que tiene la institución a lo largo de la geografía sonorenses en los siguientes municipios: Hermosillo, Cajeme, Navojoa, Santa Ana, Caborca y Nogales. La oferta educativa de cada campus obedece a la vocación económica de los municipios donde cada sede se encuentra ubicada, así como a las necesidades de crecimiento social de las mismas. Además, la sede académica de Hermosillo forma parte de la Unidad Regional Centro (URC) se trata del plantel con mayor número de alumnos al atender 24,813 (SIE) en todas sus opciones educativas. Para la realización de esta tesis el sujeto de estudio es la población estudiantil de licenciatura de nuevo ingreso que se incorporó a la institución en el ciclo 2019-20 al campus Hermosillo.

1.2 Antecedentes

1.2.1 El capital cultural y los estudios de población universitaria

En 1979 Pierre Bourdieu publica *La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, obra en la cual el sociólogo francés aborda los usos sociales de la cultura y mediante la aplicación de encuestas realizadas por el Centro de Sociología Europea establece relaciones entre las clases sociales y el consumo cultural que la población realiza (periódicos, prácticas deportivas, conocimiento musical, visitas a museos, posesión de obras de arte, consumo de alimentos y bebidas, cuidado del cuerpo, entre otros) y el capital escolar que poseen; y además, también define cuatro tipos de capital: económico, social, escolar y cultural.

Esta base teórica ha sido adaptada y utilizada por varios autores para estudiar y reflexionar acerca de las prácticas culturales de los individuos respecto al sector educativo, principalmente del nivel universitario. De Garay y Casillas (2002) sugieren y argumentan la necesidad de crear la sociología del estudiante universitario basada en una agenda de investigación que abunde acerca de las condiciones sociales, culturales y educativas de este grupo social considerado relevante y del cual poco se sabe, pero que además posee características cambiantes, lo que hace necesario establecer investigaciones sistemáticas y frecuentes. La relevancia otorgada a este sector de la población se debe a que la educación universitaria pública ha sido el eje del desarrollo nacional en México, “la transformación paulatina de nuestro país a la modernidad capitalista de la posguerra hizo de la educación superior impulsada por el Estado mexicano un factor imprescindible de progreso” (p. 250). También hacen hincapié en que, si bien el estudiante universitario forma parte de una élite social por el hecho de acceder a la educación universitaria; al mismo tiempo existen factores que hacen a cada joven vivir de manera diferenciada la experiencia de la instrucción

profesional, los cuales están asociados al acceso que poseen y les permite el consumo de bienes cultural y el origen social, aunado al origen social.

Tanto la familia de origen como el peso de las socializaciones del pasado son fundamentales para explicar las diferencias que caracterizan la experiencia estudiantil y distinguen a los universitarios. En el mismo orden, el capital cultural de que disponen los estudiantes y sus familias explica las acentuadas diferencias entre la población estudiantil (p. 255).

De Garay y Casillas (2002) proponen que la aproximación sociológica de los alumnos universitarios debe tomar en cuenta: 1) las relaciones que éstos establecen a través de los roles específicos que cotidianamente protagonizan en el ámbito universitario y que los identifican como estudiantes. La importancia de la institución universitaria como tal, radica en que ésta se conforma en el habitus “en torno al conocimiento, la ciencia, la tecnología y la cultura” (p.258) y se constituye como el valor dominante del saber. 2) La integración de los alumnos universitarios como parte de un grupo social tienen la aspiración de aprender y al integrarse a un campo profesional específico, organizado por facultades, adquieren una representación especializada del mundo, un campo simbólico que incluye la socialización de valores y creencias. 3) La construcción de trayectorias escolares en las cuales definen de estrategias de estudio que a la vez definen estrategias de vida, y 4) la construcción de una identidad profesional y la socialización en la universidad.

Mientras tanto Casillas, Chain y Jácome (2005) con base en los principios de Bourdieu, abundan sobre la conceptualización y operacionalización metodológica de la noción del capital cultural de los estudiantes universitarios con el propósito de abordar, lo que consideran, “un problema clásico para resolver una interrogante contemporánea: ¿quiénes

son los estudiantes universitarios? ¿de qué espacios sociales provienen? ¿cuáles son sus dotaciones culturales y cómo influyen éstas en los resultados de la experiencia escolar?” (p. 4). Esto permite la creación de una tipología de estudiantes universitarios a partir del estudio de caso de la Universidad Veracruzana, establecen que el capital cultural de los estudiantes se conforma por el capital familiar y el capital escolar del alumno. A su vez, el capital familiar, se construye a partir del nivel escolar de los padres, aunado a la ocupación laboral de los mismos y el nivel socioeconómico de la misma familia. La categorización citada, considerada por ellos mismo como inicial, se conforma de cinco tipos de estudiantes: alto riesgo, riesgo, héroes, pobres exitosos (grupo 2): originarios de clases populares, con un desempeño académico reflejado en buenas notas y los padres tienen baja escolaridad y herederos.

Posteriormente, Casillas, Chain y Jácome (2007) presentan una versión más detallada de la citada categorización, además de contextualizar en cifras el acceso a educación superior en México. Argumentan que la noción del capital cultural de Bourdieu permite “tener una unidad de medida que diferenciara a los estudiantes de acuerdo con sus disposiciones culturales y no sólo económicas” (p. 12) y que, a pesar de las diferencias económicas, la cultura y educación se expresan en recursos y disposiciones culturales adquiridos previamente por los individuos. Centrados en el estudio de caso de la Universidad Veracruzana, los autores efectúan un estudio cuantitativo en una muestra de 15,675 aspirantes de nuevo ingreso a la citada institución universitaria y de quienes se procesó su perfil de capital cultural en el año 2000; de dicha cifra, 6,771 jóvenes se inscribieron y tres años después (2003) aún permanecían en la citada universidad 4,788 estudiantes. Con base a la tipología que desarrollaron, definieron las trayectorias estudiantiles por capital cultural de estos 4,788 alumnos. Entre las principales conclusiones de este trabajo destacan que sólo una

minoría acceden a la educación superior, que las determinaciones sociales y familiares tienen un peso específico en el capital cultural de los jóvenes, la población universitaria no es homogénea, los herederos tienen mayor posibilidad de ingreso y sobrevivencia en la universidad, mientras que los héroes y pobres exitosos, logran superar sus condiciones adversas, tanto económicas, sociales y familiares; mientras que, los alumnos catalogados en riesgo y alto riesgo, tienen mayores dificultades de ingreso y permanencia.

Otro estudio que también retoma la noción del capital cultural es el de Colorado (2009) quien tratar de identificar si los estudiantes universitarios poseen, además del capital cultural, otros tipos de capitales y establecer si éstos inciden en sus trayectorias escolares. Reconoce que, si bien el capital cultural es primordial, los jóvenes universitarios también poseen otros tipos de capital como el social, económicos y político, y a lo largo del su trabajo define cada uno de estos capitales de acuerdo con la noción de Pierre Bourdieu. De esta manera, Colorado ofrece una aproximación “al estudio de los diferentes tipos de capitales que poseen los estudiantes universitarios y su posible incidencia en las trayectorias escolares de los mismos” (p. 9). En tanto, Molina, Casillas, Colorado y Ortega (2012) retoman los estudios de Casillas (et al., 2007) y la tipología de alumnos universitarios que desarrollaron con base a su capital cultural de éstos, a fin de realizar un análisis correlacional entre el capital cultural de los jóvenes universitarios con el uso del tiempo, “los estudiantes como seres activos, que deciden sus prácticas culturales con base a un habitus” (p. 18). En este sentido, la principal preocupación es conocer cuáles son las actividades, las prácticas culturales de los universitarios y cómo éstas les ayudan a construir su identidad, de ahí que los autores consideran primordial conocer qué hacen los jóvenes durante su tiempo libre; y de esta manera, acercarse con una mirada integral a un grupo etario importante que no solo se dedica a las actividades escolares.

Para este trabajo se recuperaron los avances obtenidos en un estudio previo, a partir del cual se elaboró la noción de capital cultural que permitió construir una tipología de estudiantes universitarios (Casillas, Chain y Jácome, 2007). Con los mismos recursos se actualizó la información de los distintos grupos y se preparó para la muestra una tipificación específica para este estudio (p.19).

La operacionalización metodológica se basó en la aplicación, durante 2008, de un instrumento de 67 reactivos que se hizo llegar electrónicamente al 10% del total del estudiantado de la Universidad Veracruzana, es decir, 1,085 jóvenes que ingresaron a la citada institución en 2005. El instrumento contempló temáticas asociadas a la distribución del tiempo de los sujetos de estudio en actividades de estudio, trabajo, tareas domésticas, uso de transporte y descanso; así como la asistencia y práctica de actividades artísticas, artísticas-culturales, deportivas, de capacitación, participación social, de esparcimiento, recreativas, festivas, de consumo, uso de medios de comunicación e innovaciones tecnológicas, así como el uso de la oferta cultural universitaria.

Los resultados de Molina (et. al., 2012) son de gran importancia para entender a los jóvenes universitarios contemporáneos, sin embargo, retomando el tema de interés del presente protocolo de investigación me centraré en los hallazgos relacionados con el uso tecnológico y de medios de comunicación. En este sentido, el 96% de los jóvenes usa Internet con propósitos educativos, 93% usa la red de manera regular, el 68% usa el equipo de cómputo para bajar música. Los autores señalan que el alto uso tecnológico está asociado al perfil del estudiante universitario y esta condición ha impactado en la redefinición en los patrones del uso de tiempo de ocio. Es así que dicho estudio deja la puerta abierta a la inclusión de otros

indicadores que permitan abonar al conocimiento del joven universitario y pone las bases en relación a los perfiles de estudiantes.

Asimismo, Espinar (2015) destaca la pertinencia y necesidad de realizar estudios de esta nueva generación universitaria a la que denomina Generación Y para referirse a los nativos digitales y considerar para ello aspectos como el *background* social y académico, la trayectoria escolar en la universidad y estilos de aprendizaje. En este sentido, las categorías citadas se acoplan a la noción de capital cultural.

Por otra parte, Guzmán (2017) efectúa una revisión de las investigaciones que en México se han desarrollado durante los últimos 15 años en relación a los estudiantes universitarios, proyectos que dan cuenta de aspectos específicos de dicha población como sus condiciones personales, familiares, escolares y contextos en los que se desarrollan, y a la vez los reconoce como un grupo ampliamente heterogéneo que es responsable de construir sus experiencias y brindar sentido a su formación, la cual está determinada por el campo del conocimiento que han elegido. En su artículo, la autora brinda breves referencias de estudios elaborados en diversas universidades del país ubicadas en Baja California, Sonora, Ciudad de México, Estado de México, Nuevo León, Yucatán, Veracruz y Guadalajara, y recalca que el análisis de este grupo población debe ir más allá de la definición de perfiles a partir de categorizaciones, tipologías o clasificaciones; sino que propone ampliar la mirada de investigación con base al contexto de los estudiantes y el sentido de sus estudios. De tal manera que propone el establecimiento de tres criterios de análisis: “1) Las condiciones de vulnerabilidad de los estudiantes; 2) la movilidad espacial que ha ampliado el espectro estudiantil, y 3) los cambios de perfil tradicional del estudiante” (p. 77) y al mismo tiempo propone seis figuras estudiantiles con propósito de abarcar y considerar la heterogeneidad estudiantil universitaria que se surgió en las últimas décadas: los alumnos indígenas, los de

primera generación, los foráneos, los migrantes, los de intercambio, y los jóvenes adultos padres de familia.

1.2.2 El uso de Internet con fines informativos

La sociedad red está compuesta por una estructura social conformada por redes tecnológicas de la información y comunicación (Castells, 2006), esta evolución tecnológica y de información ha generado la proliferación de los aparatos portátiles (celular, tabletas y computadoras) que permiten una capacidad de información y comunicación que ha desdibujado las fronteras, pues permite a los individuos e incluso a las organizaciones interactuar desde cualquier lugar y momento. “Gracias a las tecnologías de la información y comunicación disponibles, la sociedad red puede desplegarse plenamente, trascendiendo los límites históricos de las redes como forma de organización e interacción social” (p. 31).

Es por ello que los medios de comunicación se han visto en la necesidad de adaptarse a este desarrollo tecnológico (López, 2018) y migrado del formato tradicional a la plataforma en línea, de tal manera que hoy se tienen servicios informativos digitales que integran diversos formatos en un mismo soporte y la periodicidad ha evolucionado al tiempo real. Por su parte, Casero-Ripollés (2012) menciona que ante dicho proceso de mutación del consumo noticioso, a causa del avance tecnológico, es importante “conocer los cambios en los hábitos de consumo de la audiencia es fundamental para calibrar el alcance y los efectos de la convergencia digital” (p. 151). En este sentido, destaca el surgimiento de las redes sociales como soporte informativo entre los universitarios, atribuye a éstos el desgaste de los medios tradicionales, la influencia de la edad en el consumo informativo (a mayor edad, mayor interés a mantenerse informado) pues los jóvenes relacionan este aspecto con el desarrollo de conciencia cívica.

El consumo informativo entre los universitarios también ha sido abordado a partir el uso del tiempo, de tal manera que Molina, Casillas, Colorado y Ortega (2012) señalan, a partir del capital cultural de los estudiantes de la Universidad Veracruzana, que entre los principales usos de Internet se encuentra el consumo informativo a través de periódicos y revistas.

Guzmán (2013) abordó el uso del tiempo en alumnos de la Universidad de Sonora para analizar, entre otros indicadores, lo referente al uso de medios electrónicos. Los resultados arrojaron que el 80.2% de la muestra analizada dedica tiempo a ver o leer noticias vía Internet; sin embargo, el 30.96% sólo se dedican de una a dos horas a dicha actividad.

En tanto, Romero (2013) abunda sobre los hábitos de consumo informativo de los estudiantes de nivel licenciatura de la carrera de Comunicación o afines en Colombia, Perú y Venezuela, los resultados obtenidos destacan que tales hábitos están en función del tiempo que los jóvenes dedican a navegar por Internet. La razón de retomar esta investigación es porque explora una dimensión informativa no detectada, hasta el momento, en los trabajos académicos consultados hasta el momento: las pseudonoticias. Éstas forman parte del hábito de consumo informativo y las reciben a través de las redes sociales de Facebook y Twitter, los jóvenes las refieren principalmente como contenido poco útil para su formación profesional y toma de decisiones.

En relación con las preferencias informativas de nativos digitales universitarios los investigadores españoles de la Universidad Miguel Hernández, García-Avilés, Navarro-Maillo y Arias-Robles (2014) se enfocaron en conocer el consumo informativo realizado en línea por los jóvenes universitarios e incluso midieron parámetros de confianza y credibilidad de dichos contenidos.

Aunque López et al., (2016) no aborda el uso informativo de las redes sociales, es pertinente destacar que los resultados arrojan pistas sobre temas de interés y de mayor participación de

los jóvenes universitarios. Después de los temas educativos, de ocio y entretenimiento, están interesados en temas de medio ambiente, defensa de los derechos humanos; en porcentaje más bajo, los temas políticos y religiosos.

Mientras tanto León et al., (2015) indaga acerca de las preferencias de contenido ubicando en quinta posición el de tipo noticioso con el 37.6%, quedando por encima de éste deportes, juegos música, software e informática, resultados que se muestran equivalentes a los estudios realizados en años anteriores, lo cual “nos lleva a la reflexión, como conclusión provisional, que las nuevas generaciones son menos proclives a los hábitos de lectura” (p.105) idea que se puede aplicar tanto para el caso de consumo educativo e informativo.

El estudio de Gutiérrez-Rentería (et al., 2017) destaca la importancia que tiene para los jóvenes universitarios el consumo noticioso e informativo pues lo consideran una necesidad; Cortés (2016) abunda el consumo el noticioso a través de Facebook y Twitter y destaca la opinión estudiantil de que las redes sociales desplazan a los medios masivos de comunicación tradicionales como la televisión, radio y periódicos, por lo tanto, el uso de redes sociales no solo se circunscribe al ocio o entretenimiento.

El consumo informativo vía Internet de los nativos digitales también ha llamado la atención de publicistas, Cerezo (2016) menciona que, para entender la configuración de la Generación Z o nativos digitales es imposible no considerar los importantes cambios que ha traído Internet y cómo la digitalización ha transformado la manera en que los jóvenes hoy en día se forman e informan.

“¿Cómo se informan los jóvenes pertenecientes a la Generación Z, a qué recursos acceden, ¿cómo está cambiando su forma de aprender? Todas estas preguntas que inevitablemente están en continua revisión porque no hay información previa que nos

permita saber si las herramientas e indicadores sobre los que nos hemos basado hasta la fecha nos servirán en el nuevo ecosistema” (p. 100).

Cerezo abunda que el consumo informativo de los nativos digitales se realiza mediante dispositivos móviles y redes sociales, aspecto ante el cual los medios de comunicación tradicionales no han quedado al margen y se han adecuados a las características de dicha generación; y es que tal adecuación, también depende la supervivencia del medio como tal; sin embargo considera que “los cambios sobre los hábitos de consumo de información será concluyente cuando sean los propios miembros de la Generación Z, como en la actualidad están haciendo los millennials, los que funden sus propios medios informativos pensados por y para ellos” (p. 108).

Otro acercamiento es el que ofrece Cortés (2016) en un proyecto donde participan estudiantes de la Universidad Autónoma de Yucatán y destaca la preferencia de éstos por las aplicaciones de Facebook y Twitter para mantenerse informados de hechos noticiosos, además los sujetos de estudio consideran que las redes sociales tienen un sitio preponderante como medios de comunicación y de información.

Asimismo, Serra y Martorell (2017) de la Universidad Internacional de Cataluña, realizaron un estudio para conocer las herramientas y medios sociales que los estudiantes universitarios usan para el acceso informativo, además de otras actividades de tipo académicas.

Para el caso de México, de acuerdo con la Endutih 2017 en nuestro país hay 71.3 millones de usuarios de Internet, de los cuales el 96.9% de los usuarios recurre a la red para obtener información, ubicándose como el uso número uno; mientras que el 49.4% lo hace para leer periódicos, revistas y libros, siendo este el octavo uso. Dichas cifras a nivel local se ubican en el 95.8% y 55.5%, respectivamente para el caso de Hermosillo. Por otra parte, el mismo

estudio correspondiente a 2018, muestra cambios en la tendencia de usos de la red: el uso de entretenimiento se ubica ahora como el número uno con el 90.5%, comunicarse como la segunda preferencia con 90.3% y obtener información descendió al tercer sitio con 86.9%.

Otra aproximación, empírica y estadística, es la que ofrece el Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos, un trabajo realizado durante los últimos 10 años por Televisa, Interactive Advertising Bureau (IAB) México y Kantar Millward Brown. La edición 2017 estuvo dedicada a conocer preferencias de consumo mediático, publicitario, marcas y plataformas sociales, tiempo de navegación, accesibilidad y lugares de conexión a Internet, de la Generación Z o nativos digitales como se les ha denominado en líneas anteriores.

Se retomará el estudio hecho en 2018 por ampliar la base muestral de participantes, sino que también brinda información comparativa respecto a 2017. Entre los principales resultados, estima que en México hay 72.7 millones de usuarios de Internet, el 92% posee un teléfono inteligente y el 87% accede a la red desde este dispositivo, lo que representa un incremento de seis puntos porcentuales respecto al año pasado. Pasan en promedio como más de siete horas conectados, y escuchar música y socializar son las principales actividades que realizan, 49% y 48%, respectivamente. Seguido de un 20% que lee periódicos, 17% ve televisión, 17% lee libros y 16% lee revistas. También establece que mantenerse conectado a Internet forma parte de la vida cotidiana, pues representa un complemento mientras realizan otras actividades como labores del hogar, estudiar y hacer tarea, escuchar música por medios tradicionales, mientras esperan o consumen alimentos. En cuanto a la búsqueda de contenido informativo, el 88% prefieren en texto contenidos reflexivos de salud (56%), noticias (52%), viajes (49%), finanzas (49%) e información de marcas (42%).

1.2.3 Preferencias informativas

Derivado del auge tecnológico y su impacto social, no se han hecho esperar los trabajos académicos que abundan sobre diversas temáticas asociadas a este fenómeno. Estudios de comunicación, sociológicos, pedagógicos, antropológicos y publicitarios, sólo por citar algunos, se han ocupado en conocer más de acerca de los diversos usos que los jóvenes en edad universitaria brindan a Internet, específicamente a las redes sociales. Al respecto, Domínguez y López (2015) hicieron un recuento de los estudios realizados en México de 2004 a 2014 sobre el uso de las redes sociales en este sector de la población, los autores tratan de conocer “cómo se han desarrollado los estudios sobre el tema, son el propósito de identificar resultados alcanzados, hasta el momento, así como mostrar diversas perspectivas metodológicas, aportes relevantes y principales temáticas que se han abordado en los últimos años” (p. 48). La pertinencia de un recuento de este tipo se debe a que “las redes sociales digitales se han convertido en recursos fundamentales de expresión e interacción social entre los jóvenes; ya que a través de ellas pueden realizar actividades lúdicas y de entretenimiento, así como llevar a cabo prácticas de socialización” (p.50) y, por otra parte, “en materia de información, se han convertido en la primera fuente de contenidos” (p. 50). Esta última apreciación coincide con los datos revelados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi 2015, 2016, 2017 y 2018) a través de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (Endutih), donde se destaca el uso con fines informativos de Internet por parte de los jóvenes universitarios, en su calidad de principales usuarios; sin embargo, dicho instrumento no abunda sobre el uso de redes sociales ni de los temas que se consultan, y tampoco es el objetivo principal del mismo. Domínguez y López (2015) reconocen como tema emergente de investigación en México el uso de redes sociales entre los estudiantes universitarios; aun así, los proyectos desarrollados

con esta temática son escasos y la variable del consumo informativo no es una de las variables preponderantes, por lo que señalan la pertinencia de abundar en este último aspecto.

Otros trabajos observados como parte de la revisión bibliográfica realizada fue el de Fernández, Lazkano-Arriaga y Eguskiza-Sesumaga (2018), aunque se trata de una investigación aplicada en adolescentes de 12 a 16 años, destaca entre sus aportaciones que la población estudiada usa Wikipedia como un recurso de consulta informativa complementaria a temas académicos.

En tanto, Romero-Rodríguez (2016) efectuó un estudio en alumnos universitarios del área de comunicación en Venezuela, Colombia y Perú. Sus hallazgos revelan que “en cuanto a la preferencia de contenidos los jóvenes analizados muestran predilección por temáticas no asociadas con su cara o futuro profesional, siendo sus factores son mayor interés temas de farándula o informaciones triviales” (p. 48).

Por otra parte, Catalina-García, García y Montes (2015) destacan que las redes sociales se han convertido en un importante medio de acceso noticioso para los estudiantes universitarios, al grado de que dichas plataformas compiten con los formatos tradicionales de los medios de comunicación. Para conocer qué tipo de información es la que más consultan alumnos de la Universidad Rey Juan Carlos, los investigadores consideraron las secciones temáticas habituales que los periódicos usan para organizar su información: política, economía deportes, sociedad (que incluía cultura y comunicación), noticias del corazón, ciencia y tecnología, medio ambiente y otros no especificados. En este análisis de tipo exploratorio, se encontró que los varones prefieren la información deportiva, mientras que las mujeres se inclinan por un consumo acerca de sociedad, cultura y comunicación; mientras que la información de temas políticos es principalmente consultada por hombres.

Para conocer y ubicar las preferencias de consumo informativo, diversos artículos consultados proponen, según sus objetivos de investigación, clasificaciones noticiosas. Un ejemplo es el trabajo elaborado por Mitchelstein, Boczkowski, Wagner y Leiva (2016) quienes luego de analizar durante poco más de un mes el contenido noticioso de los principales medios de comunicación argentinos, determinaron la siguiente clasificación de contenido informativo:

Asuntos públicos: una noticia fue categorizada como de asuntos públicos si involucraba temas de economía, de gobierno, de política, de negocios, relaciones internacionales, o si involucraba a figuras públicas o tenía una implicancia política explícita. Asuntos no públicos: noticias sobre deportes, entretenimiento, crimen, tecnología, cultura, educación, el clima o toda noticia que no tuviera ningún tipo de vinculación con los asuntos públicos (p. 1036)

Aunque la anterior se utilizó para abordar la disparidad de preferencias informativas entre consumidores y periodistas, lo que se desea rescatar es la propuesta de clasificación elaborada por Mitchelstein et al. (2016). En tanto, García-Catalina, García y Montes (2015) trabajaron con jóvenes universitarios de 18 a 30 años a quienes preguntaron por el contenido informativo que consumen, de acuerdo a las secciones que los mismos medios de comunicación ofrecen, en este sentido, las preferencias recaen en: política (nacional e internacional), deportes, sociedad (cultura y comunicación), noticias del corazón, ciencia y tecnología, medio ambiente y otros. Por su parte, Van der Wurff (2011) abordó el efecto de Internet en los medios informativos tradicionales, a fin de conocer si la red desplaza o los obliga a entrar en nichos de mercado; para este propósito, relacionaron con el uso que la audiencia estudiantil universitaria hace de los medios de comunicación, hábitos de consumo

y accesibilidad a los mismos. A fin de conocer la preferencia en cuanto a temas informativos, realizó la siguiente categorización:

- (a) política; (b) deportes; (c) ciencia y tecnología; (d) cine, teatro, libros y música; (e) accidentes, desastres y delitos; (f) cuestiones sociales; (g) noticias financieras y de negocios; (h) celebridades y estrellas; y (i) previsiones meteorológicas. ?
- Cuatro orientaciones geográficas: (a) noticias locales y regionales, (b) noticias nacionales, (c) europea y noticias internacionales, y (d) noticias sobre países en desarrollo (p. 144)

1.2.4 Herramientas de búsqueda, selección de fuentes e información: literacidad digital

Prensky (2010) hace hincapié en los rasgos de la generación a la que denomina nativos digitales y destaca la habilidad de este grupo etario para desenvolverse en el mundo virtual y tecnológico. Si bien es cierto que el sector universitario recibe en sus espacios una generación formada en un contexto tecnológico y de alta conectividad a Internet, ¿cuáles son las estrategias y habilidades de los nativos digitales para enfrentar el territorio sin frontera informativa que ofrece Internet, así como el uso de las TIC? Autores como Torres, Vivas, Gualteros y Flechas (2011); Casillas, Ramírez y Ortega (2016) coinciden al señalar que se sobrevalora y da por hecho la habilidad tecnológica, de búsqueda y selección informativa en la red en este grupo etario. “No tenemos pruebas empíricas sobre los factores o condiciones que determinan qué tan afines son los estudiantes a la tecnología digital” (Casillas, Ramírez y Ortega, 2016. pp. 156). Y consideran importante abundar en investigaciones que permitan conocer las habilidad y deficiencias tecnológicas de una población que anhela insertarse exitosamente en el ámbito laboral. Por otra parte, Torres, Vivas, Gualteros y Flechas (2011) destacan que, ante la exposición de información ilimitada en Internet, de fácil manipulación

y publicación, es necesario contar con habilidades para “evaluar la credibilidad de dicha información para tomar decisiones, las cuales, a su vez, determinarán la calidad de las conclusiones, posiciones, opiniones o modelos construidos a partir de la información” (p.1) y por lo tanto consideran insuficientes las habilidades de los jóvenes universitarios para afrontar el reto de la navegación en la red y sin capacidades críticas para acceder a ésta.

Romero-Rodríguez (2016) hace hincapié en los comportamientos de los jóvenes universitarios frente al ilimitado contenido informativo de Internet, y considera que el proceso de selección informativa se dificulta debido a la sobresaturación de datos en la red - infoxicación o infobesidad- “dando como resultado frecuente una sobresaturación cognitiva y la reducción de la capacidad de comprensión, análisis y apreciación de dicha información en el proceso de toma de decisiones” (p. 38). Catalina-García, García y Montes (2015) destacan la importancia de analizar la búsqueda informativa que los jóvenes hacen Internet, actividad que consideran está determinada “tanto por rasgos de personalidad como por las disciplinas estudiadas, el género o el tipo de acción digital de que se trate” (p. 604), los autores exploraron la variable de verificación de información de actualidad y los hallazgos apuntan a una diferencia por sexo en este sentido: los hombres corroboran la información consultada en Internet siempre y cuando ésta sea polémica, mientras que las mujeres lo hacen para complementar los datos encontrados.

En el Centro de Investigación e Innovación en Educación Superior (CIIES) de la Universidad Veracruzana con sede en Xalapa, Veracruz, los investigadores Ramírez-Martinell y Casillas (2015) proponen un esquema operacional del concepto de saberes digitales, entendidos éstos como los conocimientos, habilidades y competencias que permitirían a estudiantes y docentes universitarios asegurar un impacto positivo de las TIC en el ámbito académico (Ramírez-Martinell, Morales y Olguín (2015). Los saberes digitales rescatan y aglutinan la coincidencia

en estándares, indicadores y recomendaciones hechas por organizaciones internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, por sus siglas en inglés), la Sociedad Internacional para la Tecnología y la Educación (ISTE, por sus siglas en inglés) y la European Computer Driving Foundation (ECDL). Uno de los diez saberes digitales es la literacidad digital y específicamente se refiere a los:

conocimientos, habilidades y actitudes dirigidas a la búsqueda efectiva de contenido digital y a su manejo, mediante la consideración de palabras clave y metadatos; adopción de una postura crítica (consulta en bases de datos especializadas, realización de búsquedas avanzadas); aplicación de estrategias determinadas (uso de operadores booleanos, definición de filtros); y consideraciones para un manejo adecuado de la información (referencias, difusión, comunicación) (p.10)

Incluso este enfoque es retomado por Quiroz y Norzagaray (2017) en la Universidad de Sonora, con el fin de analizar las prácticas educativas que estudiantes universitarios del último de una universidad privada efectúan mediante dispositivos tecnológicos. Mientras tanto, Vera, Rodríguez y Martínez (2017) analizan las competencias digitales de jóvenes universitarios en el uso de las TIC en el quehacer académico y relacionan los resultados obtenidos con el capital cultural de los sujetos de estudio.

1.3 Objetivo general

Conocer el capital cultural de estudiantes universitarios de nivel licenciatura y establecer relaciones entre sus preferencias de consumo informativo, uso de herramientas de búsqueda y criterios de selección informativa en Internet.

1.4 Objetivos específicos

- Crear una categorización que permita conocer el capital cultural de los estudiantes de primer ingreso a la Universidad de Sonora en el ciclo 2019-2.
- Conocer las preferencias y frecuencia de consumo informativo de los estudiantes universitarios de acuerdo con su capital cultural.

1.5 Preguntas de investigación

- 1.- ¿Cuál es el capital cultural de los estudiantes de primer ingreso de la Universidad de Sonora?
- 2.- ¿Cuáles son sus preferencias de consumo informativo?
- 3.- ¿Cuáles son las herramientas de búsqueda informativa que utilizan en Internet?
- 4.- ¿Cuáles son los criterios que utilizan para seleccionar fuentes e información confiable en la red?

1.6 Justificación

En las últimas décadas la evolución de la sociedad ha estado marcada por una serie de acontecimientos históricos basados en la innovación tecnológica, que aunado al informacionalismo y la constitución de una nueva estructura social, dieron como resultado la sociedad red (Castells, 2006). Es así como “las tecnologías que utilizamos hoy para la comunicación y la información han adquirido un papel central en el funcionamiento social y en la vida cotidiana de las personas, como no había sucedido antes” (Moreno-Sardá, 2018, p. 11). En este contexto, ha surgido una amplia variedad de estudios, empíricos y teóricos, enfocados a entender este nuevo fenómeno de la comunicación digital, y ante el cual, ninguna tradición teórica de la investigación en comunicación está preparada, por si sola, para abordar dicha condición Bryant y Miron (como se citó en Follari, 2008).

Una de las razones de considerar a este grupo poblacional como sujetos de investigación son varios: 1) de acuerdo con Prensky (2010)

Los universitarios de hoy constituyen la primera generación formada en los nuevos avances tecnológicos, a los que se han acostumbrado por inmersión al encontrarse, desde siempre, rodeados de ordenadores, vídeos y videojuegos, música digital, telefonía móvil y otros entretenimientos y herramientas afines (p. 5).

Siguiendo esta premisa, 2) de acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (Endutih) 2019 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), en México hay 80.6 millones de usuarios de Internet, el 90.7% de los usuarios usa la red para informarse, siendo la población de 18 a 24 años los principales usuarios (91.2%); ubicándose en este trago de edad los jóvenes en edad universitaria. Asimismo, entre los principales usos de Internet destaca en primer lugar el

entretenimiento (91.5%), para obtener información (90.7%), comunicarse (90.6%), para acceder a redes sociales (87.8%) y como apoyo a la educación o capacitación (83.8%).

Por otra parte 3) la población universitaria ha sido estudiada tradicionalmente desde categorías demográficas, escolares, socioeconómicas, salud, empleo o participación política, lo que ha convertido a este sector en “una de las temáticas de investigación menos desarrolladas en nuestro país” (De Garay y Casillas, 2002, p. 245) y cuando se efectúan este tipo de trabajos es en las mismas instituciones públicas de educación en categorías relacionadas a rasgos sociodemográficos y trayectorias escolares, resultados que principalmente sólo se usan para consumo institucional. Los autores señalan la necesidad de incorporar diversas áreas del conocimiento al entendimiento y caracterización de los estudiantes universitarios y avanzar en temas relaciones con identidades juveniles y la construcción de la cultura juvenil, a fin de contar con una perspectiva más amplia de comprensión y análisis de este grupo social tan importante, pues de lo contrario “estaremos dejando de lado una dimensión analítica fundamental para comprender los distintos procesos en los que se ve inmerso este grupo social” (p. 246).

En el propósito de comprender los procesos culturales en los que están inmersos los estudiantes universitarios, no se debe dejar de lado el contexto de comunicación global y digital en el que están inmersos y del cual son protagonistas, principalmente lo relacionado con el uso y consumo que efectúan a través de Internet, ya que a través de la red realizan gran parte de sus actividades cotidianas.

4) De acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Usos de Tecnologías de la Información (Edutih) 2019, los principales usuarios de la red tienen de 18 a 24 años y representan el 91.2%. Mientras tanto en la edición 2018, la mayor cantidad de usuarios de

Internet se concentra de los 18 a 34 años con el 37.6% a nivel nacional, con el 31.7% para el caso de Sonora y del 35.1% para Hermosillo.

Tabla 2 Principales usos de Internet²

Número de usuarios de Internet	73,325,379	658,438
Uso	% Nacional	% Hermosillo
Comunicarse	90.3 %	93.1 %
Entretenimiento	90.5 %	92%
Obtener información	86.9 %	88.9 %
Apoyar a la educación y capacitación	83.6 %	70.8 %
Acceso a contenido audiovisual	78.1 %	84.5 %
Acceder a redes sociales	77.8 %	83.4 %
Descargar software	49.2 %	51.3 %
Leer periódicos, revistas o libros	48.7 %	52 %
Para interactuar con el gobierno	31 %	40 %
Para ordenar o comprar productos	19.7 %	37 %
Para usar servicios en la nube	17 %	25.2 %
Para operaciones bancarias en línea	15.4 %	24 %
Para ventas por Internet	9.4 %	21.4 %

Elaboración propia a partir de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Usos de Tecnologías de la Información (Edutih) 2018.

Además, la formación profesional no es el único tema de interés de los jóvenes universitarios (Espinár, 2015) pues se trata de una generación diversa social y culturalmente, pragmáticos para sus estudios y gran capacidad para obtener información; y son precisamente este tipo de variables las que han sido poco abordadas desde la academia. Por otra parte, la importancia de abordar el uso de las tecnologías para la comunicación e información no solo se debe al rol relevante en la dinámica y funcionamiento de la sociedad que han adquirido, también se derivan de éstos aspectos culturales y es necesario comprender “el papel que las tecnologías de la información y la comunicación pueden desempeñar en el funcionamiento de las democracias” (Moreno-Sardá, 2018, p. 15).

² La edición 2019 de la Edutih no contiene información desglosada por entidad federativa tal como lo había proporcionado en años atrás, motivo por el cual decidí elaborar la Tabla 2 con información de la edición 2018 que es la última donde se proporcionan datos por entidad federativa.

Capítulo II. Marco teórico referencial

2.1 Aportaciones desde la sociología. El capital cultural

En *La Distinción* (1998) Pierre Bourdieu trata de explicar el funcionamiento de la sociedad y cómo ésta se caracteriza de acuerdo con sus gustos, cultura, criterios y consumo; propone para ello un enfoque en términos de espacio y campos sociales a fin de armar conceptos que permitan “no sólo analizar la disposición de los grupos y sus relaciones, sino también comprender la tendencia a la reproducción del orden social” (Bonnewitz, 2003, p. 45). Para el sociólogo francés la estructuración del espacio social no sólo se limita al aspecto económico e identifica cuatro tipos de capital: económico, cultural, social y simbólico, a través de los cuales es posible entender la manera en que se estructura y funciona la sociedad; además, los conceptos de habitus, campos e instituciones, son fundamentales para entender la propuesta de Bourdieu. Sin embargo, para atender los objetivos y abordar las preguntas de investigación planteadas anteriormente nos centraremos en el concepto de capital cultural.

La competencia cultural se aprende a través de bienes consumidos y la forma de consumirlos, sentido en el cual entran en juego campos legítimos como la música, las obras de arte y la instrucción escolar; hasta los campos considerados más libres como el gusto de vestir, comer y beber; de tal manera que para Bourdieu (1998) el capital cultural tiene un poder tan importante, como el capital económico, para diferenciar a las sociedades. En este sentido dividió el capital cultural en: estado incorporado, estado objetivado y estado institucionalizado. El estado incorporado se refiere al conocimiento o capital cultural que requiere ser cultivado, está íntimamente ligado al cuerpo y para ello es necesario que el sujeto trabaje personalmente en la asimilación y adquisición de este, hasta que forme parte integral de la persona y se forme un hábito e incluso puede transmitirse de manera heredada. Por otra parte, el estado objetivado se relaciona con la propiedad del capital cultural objetivado, es

decir, aquel bien material que representa y a través del cual se manifiesta el estado incorporado: pinturas, esculturas o libros, y su apropiación se da mediante propiedad jurídica o capital económico, se trata de una apropiación simbólica del capital cultural. Finalmente, el estado institucionalizado, representa el capital cultural que es garantizado mediante la obtención de títulos académicos o escolares, asimismo, en la instrucción escolar se transforma el capital heredado (la educación recibida en el seno familiar). El título académico es un documento también es una representación el capital económico, pues éste posee un valor monetario que puede intercambiarse en el mercado laboral, ya que garantiza la adquisición formal de una competencia específica y por lo tanto avala la posesión de una determinada cultural general y específica. “Las estrategias de reconversión del capital económico en capital cultural, como factores coyunturales de la explosión escolar y de la inflación de los títulos escolares, son determinadas por las transformaciones de las estructuras de oportunidades del beneficio, aseguradas por los diferentes tipos de capital” (Bourdieu, 1987, p. 5).

La noción de capital cultural se impone en primer lugar como una hipótesis indispensable para dar cuenta de las diferencias en los resultados escolares que presentan niños de diferentes clases sociales respecto del “éxito escolar”, es decir, los beneficios específicos que los niños de distintas clases y fracciones de clase pueden obtener del mercado escolar, en relación a la distribución del capital cultural entre clases y fracciones de clase. (Bourdieu, 1987, p.1).

Para ampliar la visión del capital cultural, Bourdieu (1998) relaciona estrechamente el capital heredado y el capital escolar, entendido este último como el

“producto garantizado de los resultados acumulados de la transmisión de la cultura asegurada por la familia y de la transmisión cultural asegurada por la escuela...la institución escolar contribuye también...a la constitución de la disposición general y trasladable con respecto a la cultura legítima que, adquirida conjuntamente con los conocimientos y las prácticas escolarmente reconocidas, tiende a aplicarse más allá de los límites de lo ‘escolar’, tomando la forma de una propensión ‘desinteresada’ a acumular unas experiencias y unos conocimientos que pueden no ser directamente rentables en el mercado escolar” (p.20).

Lo anterior es abordado mediante investigaciones empíricas; un ejemplo, es la relación que Bourdieu (1998) busca establecer entre el capital escolar y la disposición estética, es decir, la noción de lo que pudieran considerar bello o no y en ese sentido, digno de representarse en una imagen fotográfica; o bien, la disposición estética en relación a la clase social y la titulación académica, también buscó relacionar el conocimiento de compositores y obras musicales -campo legítimo- de acuerdo a la titulación académica, otro ejercicio similar fue el de las prácticas culturales (lectura de diarios, visitas a museo, galerías o al teatro, posesión de radio o televisión) de acuerdo a las diversas fracciones de la clase dominante (docentes, profesionistas, patrones del sector comercial o industrial) e incluso el consumo alimenticio de esta misma clase así como de la obrera y de ésta, sus prácticas deportivas, el valor otorgado al cuerpo, el cuidado del mismo y la belleza, lectura de periódicos, y el nivel escolar de los jóvenes de 16 a 18 años, solo por citar algunos ejemplos. De esta manera, le fue posible

establecer y comprobar la evolución del sistema de enseñanza, así como la morfología de las diferentes clases sociales y cambios en la estructura patrimonial de la sociedad de 1957 a 1975. A 40 años de su trabajo, Pierre Bourdieu aún es reconocido como uno de los sociólogos más prolíficos y destacados de la época contemporánea por su obra dedicada al estudio, teórico y empírico, sobre las estrategias y estructuras que diferencian y brindan estructura a la sociedad, es decir, al *habitus*.

El *habitus* es en tanto el elemento generador de las prácticas, como el factor primordial de la reproducción cultural y simbólica... El *habitus* se define como un sistema de disposiciones durables y transferibles -estructuras estructuradas predisuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cada a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir (Bourdieu, 2002, p. 54).

Mediante este concepto el sociólogo francés desea responder ¿qué es y cómo es posible lo social? Y explicar cómo el individuo y la sociedad se interrelacionan. Bonnewitz (2003) sostiene que “el *habitus* es igualmente sensible al cambio social” (p, 73) al momento de presentarse algún cambio en las condiciones generadoras del *habitus*.

El *habitus* se construye con base a una situación social determinada y “mientras las condiciones objetivas de su formación persisten, el *habitus* está adaptado a ellas y permite al agente adoptar prácticas correctamente ajustadas a las diferentes situaciones que puede encontrar en los campos que suele actuar. Pero si las

condiciones objetivas se modifican, el movimiento inercial del *habitus* le impide modificarse en el mismo sentido (p,73-74).

La principal explicación al trabajo y visión de Pierre Bourdieu la da él mismo en *Capital Cultural, Escuela y Espacio Social* (1997):

Yo veía dos errores opuestos contra los cuales la sociología debía definirse: el primero, que se puede llamar teorista, estaba simbolizado por la Escuela de Frankfurt, es decir, por gentes que, sin hacer investigación empírica, denuncian por todas partes el peligro positivista (Goldmann era el representante en Francia de esta corriente). La segunda, que podemos llamar positivista, era simbolizada por Lazarsfeld/Adorno, a propósito de lo cual yo escribí una nota en el apéndice de *La distinción [La distinción]*. Contra estas dos orientaciones se trataba de hacer una sociología empírica fundada teóricamente, una sociología que puede tener intenciones críticas (como toda ciencia), pero que se debe realizar empíricamente (p. 19).

En este sentido, Bourdieu (1998) enfatiza que la obtención de datos estadísticos con una fuerte correlación carecen de sentido si no es posible establecer diferencias, relaciones y usos sociales de las variables analizadas “el cálculo puramente estadístico de las variaciones de la intensidad de la relación entre tal indicador y tal o cual práctica no autoriza a economizar el cálculo propiamente sociológico de los *efectos* que se expresan en la relación estadística y que el análisis estadístico, puede contribuir a descubrir” (p, 19)

Al igual que se reconocen las aportaciones de Bourdieu a la sociología contemporánea, actores del ámbito académico han cuestionado su idea de *habitus*. Sin embargo, hay que

recordar que cada teoría sociológica trata de explicar la estructura y concepción de una sociedad acorde a las circunstancias específicas de una época, una sociedad que no permanece inamovible. No es propósito de esta investigación abordar los límites y vacíos de la teoría de Pierre Bourdieu ni los aportes de otros académicos por completar esta visión sociológica; la intención es retomar de la Teoría de los campos el concepto de capital cultural y analizar determinados usos informativos que los universitarios realizan a través de Internet.

2.1.1 Bourdieu y la Teoría de los campos en el siglo XXI

Las aportaciones de Pierre Bourdieu no están enfocadas al ideal de una sociedad mejor a la que se conoce, desafía cualquier previsión teórica-política “su potencial radica, quizás, en su ubicuidad: “se trata de un conjunto de herramientas que habilitan el análisis de ámbitos variados de la vida social, en la actualidad o lo largo de la historia" (Molina, 2016, p. 244) y considera que su obra ha sido poco profundizada. En tanto, Cerón (2016) señala que el 80% de los trabajos académicos presentados en el XI Congreso Nacional de Investigación Educativa retoman teórica y conceptualmente la obra de Pierre Bourdieu, principalmente en lo que se refiere a la noción del campo, habitus y capital.

Con base a la consulta bibliográfica realizada es posible determinar que en los últimos 15 años la noción de capital cultural se ha retomado con mayor frecuencia para realizar ...investigaciones en el espacio educativo de bachillerato, licenciatura e incluso de posgrado, a fin de explicar: diferentes prácticas de consumo cultural, uso del tiempo, origen social, desarrollo académico, comportamiento lector, trayectorias escolares, e incluso se han conformado diversas tipologías estudiantiles. Lo anterior no significa que previo al año 2005 no exista material científico que retome dicha noción sociológica para realizar estudios en

poblaciones estudiantiles³, se trata de una apreciación ante algunas propuestas operacionales que han surgido en el ámbito académico sobre las nociones teóricas de Pierre Bourdieu.

A continuación, se ofrece una breve descripción de diversos trabajos científicos que retoman dicha línea sociológica. Sánchez (2009) abunda sobre la influencia del capital cultural y el habitus de los estudiantes de la Maestría en Pedagogía de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) en su integración académica a este posgrado, así como en sus posibilidades de éxito y dificultad de dicho proceso, para ello elabora una tipología de tres grupos de capital cultural.

Mientras tanto, Casillas, Chain y Jácome (2007) ofrecen una propuesta operacional de capital cultural de Bourdieu a fin de explicar quiénes son los estudiantes universitarios, de qué estratos sociales provienen, sus dotaciones culturales y cómo éstas impactan en su experiencia académica, y así, observar las disposiciones culturales y sociales de dicho grupo de la sociedad. Consideran al estudiante universitario un grupo poblacional heterogéneo con diversos cúmulos de capital cultural y formas de adquirirlo, un sector activo que decide y basa sus prácticas culturales de acuerdo con un habitus. Al mismo tiempo construyeron una tipología de estudiantes universitarios según su capital cultural: herederos, héroes, pobres exitosos, riesgo y alto riesgo. Por su parte, Colorado (2011) asocia el capital cultural a la trayectoria escolar y a la continuidad de los estudios, e identifica también la influencia de los capitales social, político y económico en estas dos etapas del proceso de formación profesional, además de proponer una tipología de capital cultural en tres grupos. En esta

³ Bracho (1990) usó el concepto de capital cultural para explicar el comportamiento del rezago educativo en estudiantes de bachillerato de cinco escuelas públicas del estado de Morelos. Como parte de sus conclusiones establece que el rezago educativo está asociado a “la interacción entre educación del hermano mayor y los bienes culturales familiares; por el otro, el efecto de la interacción entre educación de los padres y el *status* socioeconómico familiar” (p, 41)

misma línea, Molina, Casillas y Colorado (2011) analizaron la relación entre el consumo cultural y el capital cultural de estudiantes de la Universidad Veracruzana, para ello indagaron acerca de siete prácticas de consumo cultural y uso del tiempo libre; además de construir la noción de capital cultural universitario, sostienen que este concepto se encuentra asociado al consumo cultural.

Este mismo grupo de investigadores de la Universidad Veracruzana, (Molina, Casillas, Colorado y Ortega, 2012) retoma la categorización de capital cultural de Casillas, Chain y Jácome (2007) para abundar sobre el uso del tiempo y consumo cultural de los estudiantes de dicha institución de educación superior con sede en la ciudad de Xalapa.

Un esfuerzo similar es el de Flores, Reyes y Stadthagen (2012) quienes relacionan el capital cultural con el consumo cultural, entendido éste como la frecuencia de asistencia a eventos y consumo de oferta cultural que ofrece la Universidad Autónoma del Estado de México, además de proponer una tipología de capital cultural.

Mújica, Guido y García (2012) también retoman la idea de capital cultural y comparan el comportamiento lector en estudiantes de dos planteles de bachillerato de la Ciudad de México relacionado con variables motivacionales y el capital cultural, motivo por el cual construyeron una escala lectora. Asimismo, Santiago (2018) analizó el capital cultural de los alumnos de la Universidad Autónoma de Chiapas y estableció relaciones entre las competencias académicas y la licenciatura cursada.

Mientras que en España, Marqués y Gil-Hernández (2015) sostienen que además del capital cultural, los capitales social y económico, así como el origen social de los alumnos universitarios impactan en su experiencia laboral y en el grado de sobreeducación.

Siguiendo la línea de habitus de Bourdieu; Casillas y Ramírez (2018) construyeron, teórica y conceptualmente, la noción de habitus digital “esta iniciativa propone aproximarnos a las

nuevas identidades estudiantiles que surgen a partir de la incorporación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) a la vida cotidiana de los estudiantes y a los modos en que se han incorporado las TIC a su cultura y prácticas sociales (p, 317)

En los párrafos anteriores es posible apreciar que el ámbito académico-científico ha trabajado en adaptar e incluso completar las nociones teóricas de Bourdieu, se evidencia también un esfuerzo por avanzar hacia una comprensión integral de la población universitaria; al respecto, De Garay y Casillas (2002) resaltan la importancia de los estudiantes universitario como un grupo social relevante y la necesidad de estudiarlos más allá de aspectos biológicos, estadísticos, socioeconómicos o demográficos, “nuestro interés consiste en plantear la urgente necesidad de establecer ‘puentes’ entre el campo de la investigación educativa y el campo de los estudios sobre jóvenes, desarrollando una sociología de los estudiantes universitarios” (p, 247).

2.2 Aportaciones desde la comunicación. Una visión sociocultural

A fin de ir más allá de una descripción meramente empírica en el tema de investigación que nos ocupa, un enfoque sociocultural permitirá explicar y comprender qué hay más allá de las preferencias informativas, uso de ciertas herramientas de búsqueda y criterios de selección informativa de los estudiantes universitarios; lo anterior podría ayudar no sólo a establecer algunas de las características de un sector poblacional poco estudiado, sino avanzar en una aproximación sociológica de los mismos, pues como estudiantes de educación superior establecen roles específicos que cotidianamente protagonizan en el ámbito universitario y los identifican como estudiantes. ¿Por qué elegir la tradición sociocultural como perspectiva de enfoque de este proyecto? En un intento de evitar el sesgo epistemológico, retomamos la argumentación de Carey (2009) quien señala que la dinámica comunicativa desarrollada por

la sociedad desarrolla es establecido por la cultura; y que “la comunicación es un proceso simbólico mediante el cual se produce la realidad” (p. 19) ¿No son acaso estos tres procesos, motivo de nuestro análisis, parte de una realidad social mediada por la accesibilidad a las tecnologías de la comunicación? Al considerar la población universitaria como sujeto de estudio, una hipótesis lógica es que la diferenciación del uso informativo que efectúan en la red podría estar determinada por el área de estudios en la que están inscritos; y aunque dicha visión es válida, el supuesto central de este proyecto es que las características culturales de la población a estudiar pueden brindar una mirada más especializada e integral de este sector considerando sus diferencias sociales.

Para implementar estudios de comunicación, Carey (2009) también apunta que se requiere “examinar el proceso social mediante el cual se crean las formas simbólicas, significativas, aprehendidas y utilizadas” (p. 24) pues la comunicación no es sólo transmisión de información o un proceso tecnológico, sino que refleja el orden social y “la representación de creencias compartidas” (p. 15). Para Carey, esas formas simbólicas están relacionadas con las conversaciones colectivas: dar instrucciones, transmitir conocimiento, intercambiar ideas, buscar información o entretenimiento; pues estas formas de comunicación forman parte de la existencia humana.

En este sentido ¿acaso es posible negar el impacto de la conectividad a Internet y de las TIC en los procesos de comunicación de la humanidad? ¿Acaso Internet no ha cambiado la forma en que se accede, se busca y se elige la información?

Por otra parte, desde el ámbito teórico de la comunicación, Craig (2009) definió el metamodelo constitutivo basado en siete tradiciones: semiótica, retórica, fenomenológica,

cibernética, sociopsicológica, crítica y sociocultural; cada una de éstas “proporciona recursos tanto para describir como para producir la realidad de la comunicación en un discurso práctico” (p.42) con dicha propuesta heurística el autor busca contribuir a la concepción del campo de la comunicación como un todo (2015) partiendo de la hipótesis de que todas las teorías de la comunicación, sin importar su orígenes o creencias, tienen implicaciones prácticas relevantes; y que además, brindan el vocabulario conceptual necesario para reflexionar acerca del proceso de comunicación que se aborde (2001). En este sentido, el propósito de las tradiciones del metamodelo constitutivo es brindar una perspectiva de abordaje que permita explicar los problemas o procesos de comunicación de hoy en día. De esta manera, la tradición sociocultural de Craig (2009) busca entender “los patrones sociales y culturales que permiten la interacción coordinada entre los miembros” (p.42). Por lo tanto, del metamodelo constitutivo de la comunicación (Craig, 1993), se retomará la visión de la tradición sociocultural para explicar cuáles son esas representaciones culturales que los estudiantes universitarios comparten y expresan a través de sus preferencias y frecuencia de consumo informativo; de tal modo que para esta medición se proponen dos clasificaciones informativas, una de tipo a) temática: Gobierno y política, Economía y negocios, Ciencia y tecnología, Deportes, Seguridad pública, Cultura y entretenimiento; y Académica. La otra de tipo b) geográfica: Local, Estatal, Nacional, e Internacional.

2.3 Aportaciones del concepto de saberes digitales

¿Cómo adquieren los estudiantes universitarios los conocimientos que les permiten hacer frente a las tecnologías de la comunicación e información? ¿Cómo medir estas habilidades y competencias? Ramírez y Casillas (2015) destacan que, si bien en los últimos 10 años se han desarrollado programas comerciales de capacitación en el manejo genérico y especializado de los sistemas digitales, dichos esquemas no se han replicado en el ámbito universitario. Aunque en las universidades se imparten asignaturas relacionadas con el uso de las TIC, se tratan de conocimientos generales alejados de lo que requieren los nuevos profesionistas “los estudiantes y egresados requieren del dominio de ciertas herramientas tecnológicas y del conocimiento de fuentes de información especializadas para poder desempeñarse de manera adecuada y poder competir eficientemente en el mercado laboral” (p.79). Sin embargo, los autores reconocen que ante la diversidad de disciplinas que agrupan las instituciones de educación superior se dificulta medir este tipo de habilidades; y, por otra parte, los programas de capacitación y certificación de conocimientos digitales no representan necesariamente “el método adecuado para observar el grado de uso de TIC en los actores universitarios de una disciplina” (p.80). Con esta argumentación, Martínez y Casillas propone el esquema de saberes digitales, una propuesta operacional basada en las tendencias globales en el uso de las TIC, la cual también puede aplicarse en el ámbito universitario según los requerimientos disciplinares de cada profesión de estudio. La base de los saberes digitales son los estándares y normas internacionales que en el uso de las TIC han delimitado la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), la Fundación Europea para el manejo de licencia informáticas (ECDL, por sus siglas en inglés) y los Estándares Nacionales de Tecnología Educativa (ISTE, por sus siglas en inglés). Derivado de ese análisis se

encontraron cuatro coincidencias: a) administración de sistemas digitales, b) creación y manipulación de contenido digital, c) comunicación, socialización y colaboración y d) manejo de la información. De estas cuatro dimensiones se desprenden 10 saberes digitales en la propuesta de Ramírez y Casillas (2014).

Tabla 3 Dimensiones e indicadores del concepto de Saberes digitales

Dimensión	Saberes digitales
Manejo de sistemas digitales	1.- Saber usar dispositivos
	2.- Saber administrar archivos
	3.- Saber usar programas y sistemas de información especializados
Manipulación de contenido digital	4.- Saber crear y manipular contenido de texto y texto enriquecido
	5.- Saber crear y manipular conjuntos de datos
	6.- Saber crear y manipular medios y multimedia
Comunicación y socialización en entornos digitales	7.- Saber comunicarse en entornos digitales
	8.- Saber socializar y colaborar en entornos digitales
Manejo de Información	9.- Saber ejercer y respetar una ciudadanía digital
	10.- Literacidad digital

Elaboración propia a partir de Ramírez y Casillas (2015).

Para los objetivos de esta tesis retomaremos el concepto de literacidad digital de Ramírez y Casillas (2014), uno de los saberes digitales que los autores definen de la siguiente manera:

conocimientos, habilidades y actitudes dirigidas a la búsqueda efectiva de contenido digital y a su manejo, mediante la consideración de palabras clave y metadatos; adopción de una postura crítica (consulta en bases de datos especializadas, realización de búsqueda avanzadas); aplicación de estrategias determinadas (uso de operadores

booleanos, definición de filtros); y consideraciones para un manejo adecuado de la información (referencias, difusión, comunicación) (p.3).

Asimismo, la parte cognitiva de la literacidad digital está asociada a los siguientes aspectos informativos: criterios y estrategias de búsqueda, criterios de selección, capacidad de valorar y discriminar las fuentes informativas, es decir, la fiabilidad de la misma; capacidad de análisis y de crítica, de síntesis, y de citación de fuentes.

Esta propuesta conceptual de saberes digitales, y específicamente la noción de literacidad digital, nos permitirá dar respuesta a las preguntas de investigación: ¿Cuáles son las herramientas de búsqueda informativa que utilizan en Internet? Y ¿Cuáles son los criterios que utilizan para seleccionar fuentes e información confiable en la red?

2.4 Propuesta de investigación interdisciplinar

Autores como Hansson (1999), Payne (1999), Newell (2001), Repko (2008) y Szostak (2012) han argumentado ampliamente la pertinencia de aplicar el enfoque interdisciplinar en la investigación en ciencias sociales al tratarse de una visión que ofrece la posibilidad de entender un fragmento de la realidad social construida y conformada a su vez por sistemas complejos, derivado de que el tratamiento disciplinar no alcanza ni ofrece una comprensión amplia del problema o de la situación multidimensional abordada. A continuación, daremos un breve recorrido argumentativo de la visión conceptual de cada uno de estos autores acerca de la interdisciplinariedad.

El argumento de Hansson (1999) para favorecer la investigación interdisciplinaria se basa en la naturaleza de los problemas y las aportaciones científicas principalmente en los llamados problemas de la vida real y, por ende, requieren el involucramiento de diversas disciplinas. Mientras tanto, Payne (1999) deja en claro que no existe receta para la interdisciplina y que ésta se efectúa según la realidad, echando mano de la experiencia vivida, las bases disciplinares de cada investigador y la capacidad de trabajo en equipo, y es que la interdisciplinariedad ofrece la posibilidad de conectar a varias áreas del conocimiento mediante la investigación crítica y reflexiva.

Sobre en el enfoque interdisciplinar Newell (2001) abunda en el objeto de estudio y del propósito de dicho enfoque:

“los sistemas y fenómenos complejos son una condición necesaria para estudios interdisciplinarios...el énfasis apropiado del estudio interdisciplinario está en sistemas complejos específicos y su comportamiento. El objetivo final de una

investigación interdisciplinaria es entender la porción del mundo modelado por ese complejo sistema particular” (p. 1-2).

Para el autor también es necesario ubicar si la complejidad del problema a tratar se encuentra en la estructura o en el comportamiento del sistema, pues mientras más componentes y combinaciones haya se eleva la complejidad. Para Newell (2001) el estudio interdisciplinario es un proceso que debe brindar respuestas, solucionar algún problema o bien, tratar un tema lo suficientemente complejo y amplio para una sola disciplina. Mientras que Szostak (2012) hace hincapié en la importancia de que la interdisciplinariedad mantenga “la libertad de explorar cualquier teoría o método o fenómeno que el (los) investigador (es) considere apropiado a la pregunta que hace. Esto podría proclamarse como el principio básico no negociable de la investigación interdisciplinaria”. (p.2) y de esta manera, de acuerdo al autor, procurar una metodología compartida que mejore la comunicación dentro de las disciplinas elegidas en el tratamiento de cierto problema. Es así que el economista canadiense hace referencia y retoma los 10 pasos que Allen Repko propone (p.7) como directrices para apoyar el desarrollo de la investigación interdisciplinaria de manera ordenada: 1) Indicar el problema, 2) Justificar el uso de determinado enfoque interdisciplinario, 3) Identificar las disciplinas pertinentes, 4) Realizar búsqueda bibliográfica, 5) Desarrollar la adecuación en cada disciplina relevante, 6) Analizar el problema, 7) Identificar conflictos entre ideas y sus fuentes, 8) Crear o descubrir un terreno común, 9) Integrar las ideas, y 10) Producir un entendimiento interdisciplinario y probarlo.

Este breve recorrido teórico es con el propósito de entender y dimensionar la importancia del enfoque interdisciplinario en el presente trabajo de investigación.

Indagar acerca del consumo informativo que los jóvenes universitarios efectúan en Internet, así como de las herramientas de búsqueda y criterios de selección informativa que emplean; son temas que pudieran abordarse suficientemente desde un enfoque disciplinar con el apoyo de instrumentos cuantitativos o cualitativos, e incluso, ambos. Pero al considerar que: a) el consumo informativo se mantiene entre los tres principales usos que los jóvenes hacen en Internet y son además los principales usuarios de la red (Endutih 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019), b) que se trata de una generación formada en una realidad social mediada por la tecnología, conectividad y accesibilidad de la misma (Prensky, 2001) c) que nacieron y se educaron en un contexto donde la proliferación tecnológica desdibujó las fronteras del flujo informativo y comunicacional (Castells, 2006); generando con ello, no sólo un nuevo paradigma informacional y cultural, sino la definición de una nueva cultura global y culturas identitarias particulares (Castells, 2009) y de la cual forman parte los estudiantes universitarios; sin embargo, d) que si bien, se trata de un grupo social relevante considerado de élite, por acceder a la instrucción universitaria y representar la siguiente generación tomadora de decisiones en el ámbito público y privado, poco se sabe de ellos (De Garay y Casillas, 2002); entonces, el abordaje disciplinar y/o empírico del tema de esta investigación resulta insuficiente y por lo tanto, adquiere tintes de complejidad y amerita ser tratado desde una visión interdisciplinar. El objetivo de utilizar este enfoque científico es para definir y explicar el carácter cultural de tres procesos comunicativos que los jóvenes en edad universitaria efectúan en Internet: el consumo informativo, uso de herramientas de búsqueda informativa, y criterios de selección informativa. De esta manera se generará conocimiento que abone al entendimiento social y cultural de una población relevante y diversa: los estudiantes universitarios. “Las instituciones universitarias se están volviendo indiferentes a los cambios que ocurren entre los estudiantes, porque simplemente no los conocen” (Casillas,

Chain y Jácome, 2007. P. 12). Para lograr lo anterior, la propuesta de este documento es la construcción de un marco teórico que tenga como terreno común la visión cultural de autores clásicos y contemporáneos, desde Pierre Bourdieu, Manuel Castells, Robert Craig y James Carey. Una pieza clave de este engranaje teórico interdisciplinar es la noción sociológica de capital cultural, que a su vez se desprende de la Teoría de los campos de Bourdieu (2000) y aunque una fracción de sus aportes se basa en la diferenciación del consumo de acuerdo a las clases sociales, por si sola la sociología de Pierre Bourdieu no permite abordar el conjunto de fenómenos enlistado anteriormente; sin embargo, brinda elementos para comprender e incluso operacionalizar el concepto de capital cultural en un contexto tecnológico, tal como lo han trabajado Casillas, Chain y Jácome (2007).

La noción de capital cultural se impone en primer lugar como una hipótesis indispensable para dar cuenta de las diferencias en los resultados escolares que presentan niños de diferentes clases sociales respecto del “éxito escolar”, es decir, los beneficios específicos que los niños de distintas clases y fracciones de clase pueden obtener del mercado escolar, en relación a la distribución del capital cultural entre clases y fracciones de clase (Bourdieu, 1987: 11)

En tanto, del metamodelo constitutivo de la comunicación (Craig, 1993), como ya se mencionó previamente, se retomará la visión de la tradición sociocultural para explicar las preferencias de consumo informativo manifestadas por los estudiantes universitarios, acorde a la clasificación propuesta y de elaboración propia: a) temática: Gobierno y política, Economía y negocios, Ciencia y tecnología, Deportes, Seguridad pública, Cultura y entretenimiento; y Académica. Y b) geográfica: Local, Estatal, Nacional, e Internacional.

Por otro lado, se recurrirá al esquema de saberes digitales (Ramírez y Casillas, 2015) específicamente se retomará la variable de literacidad digital propuesta por los autores, entendida como aquellos

“conocimientos, habilidades y actitudes dirigidas a la búsqueda efectiva de contenido digital y a su manejo, mediante la consideración de palabras clave y metadatos; adopción de una postura crítica (consulta en bases de datos especializadas, realización de búsquedas avanzadas); aplicación de estrategias determinadas (uso de operadores booleanos, definición de filtros); y consideraciones para un manejo adecuado de la información (referencias, difusión, comunicación)” (p. 102).

Los autores sostienen que además de las habilidades, conocimiento y uso tecnológico que cada estudiante debe saber acorde a su área de estudios, también “requieren del dominio de ciertas herramientas tecnológicas y del conocimiento de fuentes de información especializadas para poder desempeñarse de manera adecuada y poder competir eficientemente en el mercado laboral” (p. 79).

En este sentido, los resultados del instrumento cuantitativo en relación con las preferencias informativas, así como el uso de herramientas de búsqueda y estrategias de selección informativa, se podrán ubicar en lo que Castells (2009) propone como identificación cultural:

La existencia de un conjunto de valores y creencias específicos en los que se reconocen determinados grupos humanos. La identificación cultural es, en gran medida, resultado de la geografía y de la historia de la organización humana, pero también puede formarse a partir de proyectos concretos de construcción de identidad (p. 166).

Castells (2009) enfatiza que en el contexto del nuevo paradigma social que han generado las tecnologías e Internet, es necesario voltear a ver a la audiencia a partir de sus códigos culturales, lo cual resume como identificación cultural. La propuesta de esta tesis es abordar y definir esos códigos culturales a partir de la noción que capital cultural de Bourdieu. Si bien las comunidades estudiantiles universitarias son heterogéneas, la visión del presente trabajo no es centrarse en esas desigualdades, pero sí las toma en cuenta y propone usar el concepto de capital cultural como un lente que permita analizar, comprender y explicar qué información consumen los jóvenes vía Internet, qué herramientas usan para dicha búsqueda y qué criterios emplean para seleccionarla.

¿Por qué insistir en el enfoque cultural? El concepto bourdesiano de capital cultural se vislumbra entre líneas de la obra de Castells (2001) al señalar que el aprendizaje sobre Internet no sólo se basa en la pericia tecnológica sino en la educación necesaria para ello, entendiendo como educación la instrucción formal escolarizada. El surgimiento de Internet también ha hecho necesaria la adquisición de nuevas habilidades que permitan definir a) qué información buscar, b) cómo buscarla, c) cómo procesarla y d) cómo usarla (Castells, 2001) o en palabras de Bourdieu (2002) de una competencia cultural que no necesariamente forma parte de la instrucción escolar; entonces, las familias han asumido la responsabilidad de educar y orientar a los hijos a navegar en el mundo tecnológico, pues tampoco es posible garantizar que la planta docente cuenta con los conocimientos necesarios para dicha tarea, pues no se debe olvidar que frente al aula se encuentra -hasta el momento- otra generación tecnológica, inmigrantes digitales (Prensky, 2001); por lo tanto la capacidad cultural y nivel educativo de los padres juega un papel en esta tarea, es decir, de su capital escolar. Podemos establecer en términos bourdesianos, que la adquisición de estos conocimientos y habilidades

acerca de Internet para el caso de los universitarios, al ser un conocimiento ajeno a la enseñanza escolar previa, estará estrechamente relacionada por el capital escolar adquirido de forma institucionalizada a lo largo de la vida y por heredado por la familia, es decir, por los padres. Un supuesto que también Castells (2001) enfatiza: “la presencia del acceso a Internet desde casa y de unos padres con cierto nivel educativo que tengan la capacidad cultural para orientar a sus hijos (aprendiendo a menudo los usos de Internet junto a ellos) marca una clara diferencia” (p. 288). Situación ante la cual, Castells advierte que, si ésta no se corrige, el diferenciado uso de Internet podría “contribuir a que crecieran las diferencias sociales basadas en la clase social, la educación, el género y el origen social étnico. Esta podría constituir la dimensión más importante de la divisoria digital que está emergiendo” (p. 288). Es decir, poseer o no las habilidades y conocimientos necesarios para hacer frente a Internet, así como al cambio de paradigma comunicacional y tecnológico, podría convertirse en un factor enclasante.

Capítulo III. Diseño metodológico

Los trabajos científicos consultados (Aguilar, 2017; Casero-Ripollés, 2012; Cortés, 2016; Costa-Rodríguez, 2016; García-Catalina, García y Montes, 2015; Hernández, 2013; Montes, 2015; Serra y Martorell, 2017) ofrecen mayor entendimiento acerca del uso y acceso informativo que a través de Internet realizan los estudiantes universitarios en contextos de España, principalmente; además de Argentina, Colombia, Ecuador. Dichas investigaciones abordan tales aspectos desde la mirada del enfoque cuantitativo a partir de la aplicación representativa de encuestas; y para el caso de esta investigación también se retomará la perspectiva cuantitativa no sólo en concordancia a la tendencia de investigación citada, sino porque se trata de un primer acercamiento al tema que nos ocupa; seguramente, los resultados darán pauta al abordaje cualitativo en otra propuesta científica complementaria a mediano plazo.

Para responder a las preguntas de investigación planteadas anteriormente y cumplir con los objetivos general y específicos ya citados, se construirá una tipología del capital cultural (Casillas et al., 2005) de los estudiantes de la Universidad de Sonora a fin de conocer si el origen social de los jóvenes determina sus preferencias de consumo informativo en la red. Para acercarnos a este último aspecto se crearon dos clasificaciones informativas, se medirá con escala Likert la frecuencia de consulta informativa a través del formato tradicionales de los medios de comunicación y de los diversos formatos de medios de comunicación que actualmente ofrece la red. Mientras tanto, el indicador de literacidad digital de Ramírez y Casillas (2015) ayudará a determinar cuáles son las herramientas que los estudiantes usan con mayor frecuencia para buscar información en Internet, qué estrategias y elementos toman en cuenta al momento de seleccionar determinada información y considerar fuentes confiable.

En las siguientes líneas se detallará la propuesta metodológica mencionada de manera introductoria, sus bases conceptuales, alcances y limitaciones,

3.1. Capital cultural

No está de más recordar que para Pierre Bourdieu (1998) la sociedad se distingue según sus gustos, cultura, criterios y consumo; en este sentido, sus trabajos empíricos estuvieron dedicados a entender cómo se estructura y funciona la sociedad. Por este motivo retoma el concepto marxista del capital, pero no desde lo económico, sino como un criterio de clasificación: capital económico, capital social, capital cultural y capital simbólico. El capital cultural se determina por el consumo de ciertos bienes y la forma de consumirlos, sentido en el cual entran en juego campos legítimos como la música, las obras de arte y la instrucción escolar; incluso hasta los campos considerados más libres como el gusto de vestir, comer y beber, de tal manera que el capital cultural tiene un poder tan importante, como el capital económico, para diferenciar a las sociedades.

A cuatro décadas de distancia los principios sociológicos de Bourdieu han sido retomados por diversos autores a nivel mundial. Un ejemplo contemporáneo es el trabajo desarrollado por Casillas et al., (2005) quienes ofrecieron una propuesta operacional de la noción de capital cultural enfocada a los estudiantes de la Universidad Veracruzana, a fin de conocer quiénes son, de qué estratos sociales provienen, sus dotaciones culturales y cómo éstas impactan en su experiencia académica.

Siguiendo este ejemplo y con las adecuaciones debidas, se presenta la siguiente propuesta de operacionalización del capital cultural para estudiantes de primer ingreso de la Universidad de Sonora a fin de conjugar diversos indicadores que permitan saber quiénes son los alumnos de esta institución universitaria, cuál es su nivel socioeconómico, su trayectoria escolar

previa y cómo, todo lo anterior, define el consumo informativo que hacen a través de Internet, que herramientas y criterios utilizan para buscar y seleccionar información.

La medición del capital cultural se hará con las escalas: alto, medio y bajo.

Se usará la abreviación KC para referirnos al nivel del capital cultural.

De tal manera que se proponen los siguientes niveles de capital cultural:

KC/A = capital cultural alto.

KC/M = capital cultural medio.

KC/B = capital cultural bajo.

Para hacer tangible el KC se construyeron los indicadores de las variables: capital escolar y capital familiar, de tal manera que se retoma la fórmula propuesta por Casillas, Chain y Jácome (2005) donde:

$$\text{Capital cultural} = \text{capital escolar} + \text{capital familiar}$$

Sin embargo, para el contexto de la Universidad de Sonora los indicadores de cada una de estas dos variables serán distintos a los utilizados por los autores referidos y para la construcción de éstos se utilizó la información institucional recabada a través de la Encuesta de primer ingreso.

3.2 Capital escolar

Existe una estrecha relación entre las prácticas culturales del individuo y su capital escolar y origen social (Bourdieu, 2002). El capital escolar se entiende como el conocimiento adquirido a través de instituciones educativas, el cual es garantizado mediante la obtención

del título correspondiente. Nuestra propuesta observable del KE se compone de la siguiente manera:

$$\mathbf{KE} = \text{Examen de competencias básicas (Excoba)} + \text{Promedio general de bachillerato} + \text{Examen diagnóstico de inglés}$$

- Examen de competencias básicas (Excoba):

Mediante esta evaluación la Universidad de Sonora determina quiénes serán los aspirantes que cursarán una de las 53 opciones de licenciatura en uno de los seis campus de la institución. El resultado del Excoba se pondera con base a la calificación de 100, el 60% de esta cifra corresponde a los aciertos logrados en la evaluación y el 40% restante al promedio general del bachillerato. Dicho instrumento evalúa en 180 reactivos competencias básicas en español y matemáticas a nivel primaria (40 preguntas), competencias básicas de español, matemáticas, ciencias naturales y ciencias sociales de nivel secundaria (80 preguntas) y las asignaturas que se califican para nivel bachillerato dependen de la carrera seleccionada (60 preguntas).

Para los propósitos de esta tesis uno de los indicadores a considerar es la calificación que los 368 sujetos de estudio obtuvieron en la evaluación Excoba al momento de ingresar a la Universidad de Sonora. Se estableció como rango de la mayor y a la menor calificación obtenida por lo jóvenes, cifras que oscilan de 83.75 como valor máximo, y de 29.29 como calificación mínima. Este parámetro se dividió en tres percentiles a fin de establecer tres niveles de este indicador : bajo, medio y alto. A cada uno de éstos se le proporcionó un valor numérico.

Tabla 4 Propuesta medición del indicador Resultados de Excoba

Resultado Excoba	Nivel de calificaciones	Escala de valor	Rango de calificaciones
Percentil 1	Bajo	0 - 5	28.29 - 52.60
Percentil 2	Medio	6 - 10	52.61 - 60.02
Percentil 3	Alto	11 - 15	⁴ 60.06 – 83.75

Elaboración propia

- Promedio general de bachillerato.

Este es otro de los indicadores que conforman la variable de capital escolar (KE), se trata del referente académico anterior más inmediato que se conoce de los aspirantes de primer ingreso al ciclo 2019-2 y que institucionaliza haber cursado el nivel de bachillerato, al mismo tiempo, que también refleja la institucionalización de grados académicos anteriores correspondientes a la educación básica. En la siguiente tabla se explica la propuesta operacional.

Tabla 5 Propuesta de medición del indicador Promedio general de bachillerato

Promedio general de bachillerato	Nivel de calificaciones	Escala de valor	Rango de calificaciones
Percentil 1	Bajo	0 - 5	67.80 – 83.82 ⁵
Percentil 2	Medio	6 - 10	90.20 – 84.00
Percentil 3	Alto	11 - 15	100 – 90.40

Elaboración propia

⁴ Debido a que el rango de calificaciones del Excoba se construyó con calificaciones reales, no hay continuidad en este parámetro.

⁵ Debido a que el rango de calificaciones del Excoba se construyó con calificaciones reales, no hay continuidad en este parámetro.

- Examen diagnóstico de inglés.

La Universidad de Sonora establece entre sus requisitos de egreso la acreditación de cinco niveles de conocimiento del idioma inglés, correspondiente a un nivel intermedio. El Departamento de Lenguas Extranjeras clasifica de la siguiente manera los niveles de conocimiento y dominio del idioma inglés:

Nivel avanzado: estudio de alguna habilidad específica: conversación, gramática avanzada, preparación examen TOEFL y redacción.

Nivel intermedio avanzado: niveles 6 y 7.

Nivel intermedio: 3,4 y 5.

Nivel básico: niveles 1A, 1B y 2.

Por tal motivo, la universidad aplica un examen diagnóstico de conocimientos del idioma inglés que los aspirantes poseen al llegar a la institución. Hasta la convocatoria de primer ingreso 2018-2 dicha evaluación era obligatoria; sin embargo, para el ciclo 2019-2 esta evaluación adquirió un carácter opcional, los 368 estudiantes participantes como sujetos de estudio sí efectuaron este examen.

Se trata de un examen únicamente de tipo diagnóstico para ubicar el grado de conocimiento del idioma inglés del aspirante de nuevo ingreso, a fin de que conozca a a partir de qué nivel deberá estudiar esta segunda lengua.

De acuerdo con los resultados que obtengan los estudiantes en este examen, se considerará con un capital escolar alto a quienes obtengan en esta prueba resultados en un nivel avanzado o de intermedio avanzado y les dará el valor numérico de 15, con un capital escolar medio a quienes estén en un nivel intermedio y se les asignará el valor numérico de 10, mientras que los alumnos con un resultado de nivel de inglés básico tendrán valor numérico de 5.

Tabla 6 Propuesta de medición del indicador Examen diagnóstico de inglés

Resultado Examen diagnóstico de inglés	Nivel de resultados	Escala de valor
Nivel básico (Nivel 1A, 1B y 2)	Bajo	0 – 5
Nivel intermedio (niveles 3, 4 y 5)	Medio	6 – 10
Nivel avanzado (conversación, gramática, redacción, preparación TOEFL) Nivel intermedio avanzado (niveles 6 y 7)	Alto	11 – 15

Elaboración propia

De esta manera, la sumatoria de los indicadores correspondientes a la calificación del Excoba, el promedio general del bachillerato y en resultado del Examen diagnóstico de inglés, arrojan un valor máximo de 45. Los estudiantes que al contabilizar estos tres factores alcancen un valor que oscile de 1 a 15 puntos se le considerará con un capital escolar bajo, para quienes tengan un puntaje de 16 a 30 se les considerará con un capital escolar medio y para los jóvenes que alcancen un puntaje total de 31 a 45 se les considerará con un capital escolar alto.

Tabla 7 Propuesta operacional para medir KE

Indicadores del KE (capital escolar)	Escala de medición	Escala de valor	Puntaje máximo	Propuesta operacional del capital escolar (KE)
Resultado Excoba	Percentil 1	Bajo (5)		
	Percentil 2	Medio (10)		
	Percentil 3	Alto (15)		1 – 15 Bajo
Promedio final de bachillerato	Percentil 1	Bajo (5)		
	Percentil 2	Medio (10)	45	
	Percentil 3	Alto (15)		16 – 30 Medio
Resultado Examen diagnóstico de inglés	Bajo (Nivel básico)	Bajo (5)		
	Medio (Nivel intermedio)	Medio (10)		
	Alto (Nivel avanzado e intermedio avanzado)	Alto (15)		31 – 45 Alto

Elaboración propia

3.3 Capital familiar

El capital familiar (Bourdieu, 2002) se puede entender como el conjunto de competencias culturales heredadas por la familia al individuo, pero no se refiere necesariamente a la herencia de bienes materiales, sino a la trasmisión de valores, tradiciones, creencias y gustos. Para acercarnos y conocer el capital familiar de nuestros sujetos de estudios, se retomará también la propuesta de Casillas, Chain y Jácome (2007) donde:

$$\text{Capital familiar} = \text{escolaridad de los padres} + \text{ocupación de los padres} + \text{nivel socioeconómico de la familia}$$

Para los objetivos del presente proyecto, se construyeron indicadores propios con base a la información que la Universidad de Sonora obtiene de los aspirantes de primer ingreso al aplicar la Encuesta de primer ingreso, de tal manera que la variable de capital familiar se compondrá de la siguiente manera:

Capital familiar= escolaridad de padre, madre o tutor + ocupación de padre, madre o tutor + situación socioeconómica

La Encuesta de primer ingreso es un instrumento de 50 reactivos que la Universidad de Sonora aplica a sus aspirantes a fin de analizar la situación de los jóvenes al momento de ingresar a dicha institución, de qué contexto proviene, en qué situación realizarán sus estudios.

- Escolaridad de padre, madre o tutor.

Esta información se obtendrá de la respuesta que el aspirante brinde al reactivo número 13 de la Encuesta de primer ingreso de la Sección II de Situación socioeconómica familiar: ¿Cuál es el último grado de madre, padre o tutor? Las respuestas incluyen las opciones de: sin estudios, a la cual le hemos asignado el valor numérico de 0, las alternativas de primaria y secundaria tendrán valor numérico de 1, el bachillerato tendrá valor de 2 y el grado de licenciatura y posgrado tendrán valor de 3.

Tabla 8 Propuesta de medición del indicador Escolaridad de padre y madre

Escolaridad de padre, madre o tutor	Escala de valor	Puntaje máximo	Nivel
Primaria	Bajo (1)		1 – 2 = Bajo
Secundaria	Bajo (1)		
Bachillerato	Medio (2)	6	3 – 4 = Medio
Licenciatura	Alto (3)		
Posgrado	Alto (3)		5 – 6 = Alto

Elaboración propia

- Ocupación de padre, madre o tutor.

El reactivo número 14 ¿Cuál es la ocupación actual de padre, madre o tutor? De la Encuesta de primer ingreso brinda la información necesaria para conocer la situación laboral de la familia. Se contabilizará la ocupación laboral de padre y madre, de tal manera que cada alumno podrá alcanzar un puntaje máximo de 6.

Tabla 9 Propuesta de medición del indicador Ocupación laboral de padre y madre

Ocupación laboral	Escala de valor	Puntaje máximo	Nivel
Trabaja en labores del hogar y no recibe pago	Bajo (1)		1 – 2 = Bajo
Trabajador no calificado	Bajo (1)		
Trabaja por cuenta propia y no contrata personal	Medio (2)	6	3 – 4 = Medio
Empleado privado	Medio (2)		
Trabajador calificado	Medio (2)		
Funcionario o ejecutivo	Alto (3)		
Dueño de negocio y contrata personal	Alto (3)		5 – 6 = Alto

Elaboración propia

- Situación socioeconómica

Este indicador ha sido construido por cuatro aspectos observables contemplados la Encuesta de primer ingreso: a) propiedad de la casa familiar, b) número de cuartos de la casa familiar, c) servicios básicos de la casa familiar y d) bienes de la casa familiar. Cada una de estas categorías observables tienen a su vez diversas alternativas que el alumno respondió y a las cuales se le otorgó valor numérico a fin de construir una escala de medición en alto, medio y bajo. Si bien algunos de estos cuatro indicadores pudieran resultar subjetivos para medir el capital familiar, es la información institucional con la que se cuenta. En las siguientes tablas se muestran los valores numéricos de cada categoría observable, rangos de medición y niveles construidos para operacional la noción del capital familiar y obtener más información acerca del contexto social y económico del que provienen nuestros sujetos de estudio.

- a) La situación de la casa familiar se aborda en la Encuesta de primero ingreso en el reactivo número 4 de la siguiente manera:

Tabla 10 Propuesta de medición del indicador Propiedad de la casa familiar

Propiedad de la casa familiar	Escala de valor	Nivel
Propia	3	Alto
Propia, pero la pagan	2	Medio
Prestada	1	Bajo
Otra situación	1	Bajo
Rentada	1	Bajo

Elaboración propia

- b) En el reactivo 5 del instrumento institucional indaga sobre el número de habitaciones con las que cuenta la vivienda familiar mediante la siguiente pregunta: La casa donde vive tu familia ¿Cuántos cuartos, incluyendo la cocina, comedor, sala y estancia, tiene? El mismo ítem brinda opciones de respuesta que numéricamente van de 0 a 20 y con base a este parámetro se elaboraron los niveles mediante los cuales

Tabla 11 Propuesta de medición de Números de cuartos de la casa familiar

Número de cuartos de la casa familiar	Escala de valor	Nivel
De 4 a 0	1	Bajo
De 5 a 10	2	Medio
De 11 a 15	3	Medio
De 16 a 20	4	Alto

Elaboración propia

- c) Para conocer las condiciones de la vivienda y el acceso a servicios básicos, el reactivo número 7 pregunta: ¿Con cuáles de los siguientes servicios cuenta la casa donde vive tu familia?

Tabla 12 Propuesta de medición de Servicios de casa familiar

Servicios de la casa familiar	Escala de valor	Puntaje máximo	Nivel
Drenaje	1		
Agua entubada	1		1 – 2 = Bajo
Luz eléctrica	1		
Alumbrado público	1	6	3 – 4 = Medio
Calles pavimentadas	1		
Recolección periódica de basura	1		5 – 6 = Alto

Elaboración propia

- d) Para conocer los bienes materiales de los que dispone el aspirante de nuevo ingreso en su vivienda familiar, los reactivos 8, 9 y 10 de la Encuesta de primer ingreso preguntan:

La casa donde vive tu familia cuenta con: refrigerador, estufa de gas o eléctrica, lavadora, secadora, aire acondicionado, línea telefónica fija, teléfono celular, televisión de paga, Internet, televisión, computadora, impresora, reproductor de audio, reproductor de discos de video (DVD, Blu-ray), consola de videojuegos.

La pregunta 9 está relacionada con la tenencia de vehículo en el hogar, y en caso de que la respuesta sea afirmativa, se habilita el reactivo 10 para conocer el número de unidades. En total son 16 bienes materiales, considerando la posesión de un automóvil y a cada objeto se le ha otorgado valor numérico de 1. El valor de 16, como puntaje máximo que puede alcanzar un estudiante mismo que se dividió en tres percentiles

para establecer tres niveles: bajo, medio y alto. Lo anterior se explica en la siguiente tabla.

Tabla 13 Propuesta de medición de Bienes de la casa familiar

Bienes de la casa familiar	Valor	Puntaje total	Escala de valor	Nivel
Refrigerador	1			
Estufa de gas o eléctrica	1		Percentil 1	Bajo = 1 punto
			5 – 11	
Lavadora	1			
Secadora	1			
Aire acondicionado	1			
Línea telefónica fija	1			
Teléfono celular	1			
Televisión de paga	1		Percentil 2	Medio = 2 puntos
			12 – 13	
Internet	1	16		
Televisión	1			
Computadora	1			
Impresora	1			
Reproductor de audio	1			
Reproductor de discos de video (DVD, Blu-ray)	1		Percentil 3	Alto = 3 puntos
			14 – 16	
Consola de videojuegos.	1			
Automóvil	1			

Elaboración propia

Tomando en cuenta los valores desglosados en las tablas anteriores y de acuerdo con la sumatoria de éstos se obtiene un valor de total de 28 puntos para el capital familiar, cifra que se dividirá en tres percentiles y marcará la pauta para determinar si un estudiante posee un nivel alto medio o bajo de capital familiar, tal como se explica en la siguiente tabla donde se retomaron esos valores máximos.

Tabla 14 Propuesta operacional del KF

Indicadores del capital	familiar	Puntaje máximo	Puntaje total	Nivel
Escolaridad (padre, madre o tutor)	Padre	3	28	Percentil 1 Bajo 11 – 15
	Madre	3		
Ocupación laboral (padre, madre o tutor)	Padre	3	28	Percentil 2 Medio 16 – 21
	Madre	3		
Situación socioeconómica	Propiedad de la casa	3	28	Percentil 3 Alto 22 – 26 ⁶
	Bienes de la casa familiar	3		
	Servicios de la casa familiar	6		
	Cuartos de la casa familiar	4		

Elaboración propia

De esta manera se conformará el capital familiar y sus rangos de medición que ayudará a establecer una escala en alto, medio y bajo de acuerdo con el puntaje obtenido por los sujetos encuestados. La fórmula que se retomará a fin de operacionalizar nuestra propuesta de categorización de capital cultural es de la Casillas, Chain y Jácome (2007) donde:

$$\mathbf{KC = capital\ escolar\ (KE) + capital\ familiar\ (KF)}$$

⁶ Aunque el puntaje total de cada uno de los indicadores que conforman el capital familiar es igual a 28; ningún estudiante alcanzó este valor. Al procesar los datos correspondientes el programa SPSS arrojó este rango percentil tomando en cuenta los valores menor y mayor obtenidos por los sujetos de estudio.

Tabla 15 Propuesta operacional de la categorización de KC

Capital cultural (indicadores)	Puntaje	Total	Propuesta de categorización operacional del capital cultural (KC)
			Capital cultural bajo KC/ B
Capital escolar	45		Percentil 1 27 – 43
			Capital cultural medio KC/M
Capital familiar	28	73	Percentil 2 44 – 52
			Capital cultural bajo KC/A
			Percentil 3 53 – 71

Elaboración propia

3.4 Preferencias informativas

En México la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información (Endutih) 2016, 2017, 2018 y 2019, así como el Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas Mexicanos 2017, 2018 y 2019, son de los principales estudios que brindan información sobre las actividades y preferencias consumo de los usuarios de Internet. La Endutih es un instrumento del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) enfocado a generar información, nacional y estatal, acerca de la experiencia de los encuestados en relación las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Los resultados de dicha encuesta destacan que entre los principales cinco usos de Internet es con fines informativos, aunque no se abunda sobre temáticas pues no es éste el propósito del citado estudio. Por otra parte, un esfuerzo empírico que anualmente realizan las empresas Televisa, Interactive Advertising Bureau (IAB) México y Kantar Millward Brown, a través del Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas Mexicanos, está enfocado a conocer los hábitos y consumo de los internautas mexicanos desde publicidad, dispositivos electrónicos, sin embargo, tampoco abundan acerca de la temática de contenidos. Uno de los objetivos de este proyecto de investigación es conocer precisamente sobre qué temas o acontecimientos se informan los usuarios universitarios a través de Internet. Un esfuerzo similar lo realizaron Costa y Túnnez (2010) en la Universidad de Sevilla, con sede en Galicia, para conocer los hábitos y preferencias informativas de estudiantes universitarios de 18 a 25 años en la prensa digital y tradicional; dicha investigación de corte empírico encontró diferentes preferencias de consumo informativo de acuerdo con el sexo y al formato comunicativo consultado. Las preferencias generales de los alumnos universitarios están en los contenidos: deportivos, local, sociedad, internacional y sucesos.

Asimismo, García-Catalina, García y Montes (2015) también preguntaron a jóvenes universitarios de 18 a 30 años por sus preferencias de consumo informativo de acuerdo con las secciones que los mismos medios de comunicación ofrecen para organizar y presentar la información generada, las preferencias recaen en: política (nacional e internacional), deportes, sociedad (cultura y comunicación), noticias del corazón, ciencia y tecnología, medio ambiente y otros.

3.4.1 Clasificación informativa

Para conocer las preferencias de consumo informativo de los estudiantes de primer ingreso de la Universidad de Sonora, se elaboró la siguiente clasificación informativa temática:

Gobierno y política.- asociado a información relacionada a gobernantes de los tres niveles de gobierno, dependencias de gobierno, congreso al poder legislativo, partidos y actores políticos.

Economía y negocios.- relacionada con información de los diversos sectores económicos de la región de Sonora (minería, pesca, agricultura ganadería), tipo de cambio, empleo-desempleo, nivel inflacionario.

Ciencia y tecnología.- información acerca de cualquier nivel educativo, innovaciones científicas o tecnológicas.

Deportes.- actividades deportivas en general.

Seguridad pública.- en este apartado se considera la también llamada nota roja o policiaca.

Cultura y entretenimiento.- como su nombre lo indica, información relacionada con actividades culturales y que representen algún tipo de entretenimiento. También se efectuó una clasificación informativa geográfica, pues en los habitualmente los medios de comunicación tanto en su versión digital como tradicional organizan también de esta manera

el contenido informativo. Para los propósitos de nuestro trabajo de investigación se propone mantener esta categorización como internacional, nacional, estatal y local, por considerarla de mayor comprensión y familiaridad.

Académica: se relaciona con la información que los estudiantes consultan relacionada con temas propios de sus profesiones de estudio o bien con fines educativos.

Internacional: Se refiere a información que da cuenta de sucesos acontecidos en países diferentes al de México.

Nacional: Se refiere a información que da cuenta de sucesos acontecidos en otros estados de la república mexicana, excepto Sonora.

Estatal: Se refiere a información que da cuenta de sucesos acontecidos en el resto de los 71 municipios de la entidad, excepto Hermosillo.

Local: Se refiere a información que da cuenta de sucesos acontecidos únicamente en la ciudad de Hermosillo.

Para analizar las preferencias informativas de tipo temáticas y de consumo, se utilizará como herramienta de medición la escala Likert de frecuencia a la cual se le ha otorgado valor numérico.

Muy frecuentemente= 4, Frecuentemente= 3, Algunas veces= 2, Casi nunca= 1, y Nunca= 0

Según las respuestas de los estudiantes se hará una sumatoria y la cifra obtenida se ubicará en niveles alto, medio o bajo, lo que permitirá conocer al mismo tiempo frecuencia de consumo y preferencias informativas tal como se muestra en las siguientes tablas.

Tabla 16 Propuesta de medición de la clasificación informativa de corte geográfica

Tipo de Información	Muy frecuente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Internacional	4	3	2	1	0
Nacional	4	3	2	1	0
Estatal	4	3	2	1	0
Local	4	3	2	1	0
Total	16	12	8	4	0

Elaboración propia

En esta tabla anterior el alumno seleccionará la frecuencia con que se informa de acontecimientos internacionales, nacionales, estatales o locales; de tal manera que un alumno podrá alcanzar un puntaje máximo de 12, cifra que se distribuirá de la siguiente manera:

Alto	Medio	Bajo
16 a 12	11 a 6	5 a 0

Al momento de la interpretación se podrá establecer si un estudiante tiene un consumo alto, medio o bajo de información de tipo geográfica. Este mismo esquema de análisis se utilizará para la clasificación informativa temática como se muestra a continuación.

Tabla 17 Propuesta de medición de la clasificación informativa de corte temática

Tipo de Información	Muy frecuente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Gobierno y política	4	3	2	1	0
Economía y negocios	4	3	2	1	0
Ciencia y tecnología	4	3	2	1	0
Deportes	4	3	2	1	0
Seguridad pública	4	3	2	1	0
Cultura y entretenimiento	4	3	2	1	0
Académica	4	3	2	1	0
Total	28	21	14	7	0

Elaboración propia

El valor máximo será de 28 que se categorizará de la siguiente manera:

Alto	Medio	Bajo
28 a 20	19 a 10	9 a 0

3.4.2 Consumo informativo en Internet y medios de comunicación.

Con la llegada de Internet los medios de comunicación masivos no han desaparecido, sino que se han complementado y además de conservar el formato tradicional han migrado también a la plataforma tecnológica, si bien este proyecto desea conocer las preferencias de consumo informativo en red no se puede dejar de lado el análisis de los medios tradicionales. Para dicho análisis, se elaborará una tabla por cada dispositivo de comunicación: radio, televisión, periódico y revista, y para cada uno de estos cuatro medios, se considerará los formatos tradicionales, en línea (Internet), Facebook, Twitter y mediante aplicaciones, tal y como se muestra en las siguientes cuatro tablas.

Tabla 18 Propuesta de medición consumo informativo en radio

Radio	Muy frecuente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Tradicional	4	3	2	1	0
Sitio web	4	3	2	1	0
Facebook	4	3	2	1	0
Twitter	4	3	2	1	0
Aplicación del medio	4	3	2	1	0
Total	20	15	10	5	0

Elaboración propia

Tabla 19 Propuesta de medición consumo informativo en periódico

Periódico	Muy frecuente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Impreso	4	3	2	1	0
Sitio web	4	3	2	1	0
Facebook	4	3	2	1	0
Twitter	4	3	2	1	0
Aplicación del medio	4	3	2	1	0
Total	20	15	10	5	0

Elaboración propia

Tabla 20 Propuesta de medición consumo informativo en revistas

Revistas	Muy frecuente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Impresas	4	3	2	1	0
Sitio web	4	3	2	1	0
Facebook	4	3	2	1	0
Twitter	4	3	2	1	0
Aplicación del medio	4	3	2	1	0
Total	20	15	10	5	0

Elaboración propia

Tabla 21 Propuesta de medición consumo informativo en televisión

Televisión	Muy frecuente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Pantalla tv	4	3	2	1	0
You Tube	4	3	2	1	0
Facebook	4	3	2	1	0
Twitter	4	3	2	1	0
Aplicación del medio	4	3	2	1	0
Aplicación (Netflix)	4	3	2	1	0
Total	24	18	12	6	0

Elaboración propia

Para conocer los niveles de preferencia informativa se sumarán los valores totales de consumo mediante radio, televisión, periódico y revistas, lo cual hace un total de 84, cifra que se categorizará de la siguiente manera:

Alto	Medio	Bajo
84 a 57	56 a 29	28 a 0

3.4.3 Consumo informativo según dispositivos tecnológicos

Resultados de la Endutih (2016, 2017 y 2018) y el Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas Mexicanos (2018 y 2019) dan cuenta del incremento en el uso del teléfono inteligente; incluso, León, Caudillo, Contreras y Moreno (2016) revelan que este dispositivo es un elemento indispensable en la vida de jóvenes de nivel secundaria. Aunque esta última investigación no está orientada al nivel universitario, da pistas de lo pudiera suceder también en ese nivel de formación profesional. Cerezo (2016) reflexiona sobre el consumo informativo de los llamados nativos digitales se asevera que éste se realiza mediante dispositivos móviles y redes sociales, aspecto ante el cual los medios de comunicación tradicionales. Podría intuirse e incluso resultar lógico que el consumo informativo de los jóvenes en edad universitaria se realiza a través del teléfono inteligente, sin embargo, es importante realizar un acercamiento esta parte y generar información al respecto. Es por ello que en el instrumento se ha incluido la siguiente tabla a fin de conocer la frecuencia de uso de dispositivos tecnológicos en el consumo informativo.

Tabla 22 Propuesta de medición consumo informativo según tipo de dispositivo

Tipo de dispositivo	Muy frecuente	Frecuentemente	Casi nunca	Algunas veces	Nunca
Teléfono inteligente	4	3	2	1	0
Tablet	4	3	2	1	0
Lap top	4	3	2	1	0
Computadora escritorio	4	3	2	1	0
Total	16	12	8	4	0

Elaboración propia

De acuerdo con las elecciones que haga el encuestado, podría alcanzar un puntaje máximo de 16, cifra que se categorizará de la siguiente manera:

Alto	Medio	Bajo
16 a 12	11 a 6	5 a 0

3.5 Literacidad digital

Desde la perspectiva de Ramírez y Casillas (2014) el concepto de literacidad digital forma parte de lo que llaman saberes digitales, se trata de un esquema que propone un orden para estudiar la manera en que los usuarios acceden y el uso que hacen de las TIC. La literacidad digital forma parte de esta categorización de 10 saberes digitales y los cuales definen como los conocimientos, habilidades y actitudes que permiten la búsqueda efectiva de contenido digital. Es este caso y acuerdo con los objetivos del presente proyecto de investigación, por contenido digital me referiré a la información que los estudiantes universitarios, en su calidad de usuarios de las TIC, consumen en Internet. Pero ¿bajo qué criterios este sector poblacional busca dicha información y la seleccionan? Diversos autores (Hernández y Fuentes, 2011; Maglione y Vartlotta, 2011; Cabra, Marciales, Gualteros y Mancipe, 2011; Hernández, 2013) señalan que la búsqueda y selección informativa en Internet y de sus fuentes, está ligada al contexto social, cultural y escolar del individuo. Para acercarnos a este aspecto proponemos

crear una categorización de literacidad digital asociado a la búsqueda y selección informativa, la cual se clasificará en alto, medio o bajo, dependiendo del puntaje que obtenga cada alumno. Para ello se han incluido en el instrumento cuantitativo tres tablas de análisis que nos permitirán obtener la información necesaria para dicho propósito. A continuación, se presentan y explican dichas tablas.

3.5.1 Uso de herramientas de búsqueda en Internet

En esta parte se desea obtener información acerca de cómo es que los jóvenes universitarios realizan sus búsquedas informativas. Por el momento, Google se mantiene como el principal buscador en la red, sin embargo, también existen herramientas de búsqueda especializada y se desconoce con qué frecuencia los jóvenes hacen uso de éstas, dicha información se recabará a través de la siguiente tabla.

Tabla 23 Propuesta de medición del uso de herramientas de búsqueda

Herramientas de búsqueda	Muy frecuente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Buscador (Google)	4	3	2	1	0
Otros buscadores (Yahoo, Bing, Ask, Ecosia, Altavista, otros)	4	3	2	1	0
Buscadores especializados (Google Scholar)	4	3	2	1	0
Operadores booleanos	4	3	2	1	0
Bibliotecas virtuales	4	3	2	1	0
Total	20	15	10	5	0

Elaboración propia

Para esta opción se podrá obtener un puntaje máximo de 20, cifra que se categorizará de la siguiente manera:

Alto	Medio	Bajo
20 a 14	13 a 7	6 a 0

3.5.2 Selección de fuentes e información confiable en Internet.

Los estudiantes en edad universitaria son los principales usuarios de Internet (Endutih, 2016, 2017 y 2018) y son llamados por Prensky (2010) nativos digitales por haber nacido en una época completamente tecnologizada, mientras que Cerezo (2016) considera que la también llamada Generación Z no solo es el grupo poblacional más estudiado y observado, sino que al mismo tiempo aún está en construcción. Aunque se considera a los nativos digitales expertos en el uso de las TIC e Internet, Cabra et al., (2011) se han sobrevalorado sus capacidades críticas para enfrentarse a la exposición masiva de información y sin límites que actualmente ofrece Internet. Debido a este contexto, se han agregado las siguientes dos tablas a fin de conocer cuáles son los aspectos que los universitarios valoran al momento de buscar información y seleccionar fuentes informativas confiables.

Al buscar información en Internet me preocupo por:

Tabla 24 Propuesta de medición criterios de selección de información

	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Diferenciar la información falsa de la verdadera	4	3	2	1	0
Reconocer la información confiable	4	3	2	1	0
Diferenciar la información original de la plagiada	4	3	2	1	0
Diferenciar la información de primera o de segunda mano	4	3	2	1	0
Buscar notas periodísticas de investigación	4	3	2	1	0
Total	20	15	10	5	0

Elaboración propia

Tabla 25 Propuesta de medición criterios de selección de fuentes confiables

	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Casi nunca	Algunas veces	Nunca
Prestigio de la editorial o medio de comunicación	4	3	2	1	0
Prestigio del autor	4	3	2	1	0
Evidencia y complementos del texto (fotografía, infografía, audio, video, tablas estadísticas)	4	3	2	1	0
Objetividad de la información	4	3	2	1	0
Información actual	4	3	2	1	0
Fuente informativa	4	3	2	1	0
Total	28	21	14	7	0

Elaboración propia

La sumatoria de ambas tablas da un total de 48 , número que permite categorizar el nivel de selección de fuentes e información confiable en Internet, la cual queda de la siguiente manera:

Alto	Medio	Bajo
48 a 33	32 a 17	16 a 0

Para construir la categorización de literacidad citada al inicio, se sumarán los números totales de las estas tres últimas tablas, donde:

Literacidad digital (LD)= herramientas de búsqueda + selección de fuentes e información confiable en Internet

Tabla 26 Propuesta de categorización de literacidad digital

Literacidad digital (indicadores)	Puntaje	Total	Categorización de literacidad digital (LD)
Herramientas de búsqueda	20		Literacidad digital alta LD/A 68 a 47
		68	
Selección de fuentes e información confiable	48		Literacidad digital media LD/M 46 a 24
			Literacidad digital baja LD/B 23 a 0

Elaboración propia

3.5.3 Definición de la población estudiada.

En páginas anteriores se ha desglosado la importancia de realizar estudios en poblaciones universitarias y la necesidad de alcanzar una comprensión integral de lo que significa ser joven en una época dominada por las TIC. Para los objetivos de esta tesis se eligió la población estudiantil de la Universidad de Sonora debido a que la institución atiende al 36.38% de la matrícula universitaria de la entidad y es la universidad pública que ofrece la mayor diversidad de opciones de estudio con 52 licenciaturas diferentes. En sus 77 años de existencia ha consolidado una tradición académica y sentido de pertenencia, pues de acuerdo con los resultados del Estudio de opinión de la sociedad sobre los resultados de la Universidad de Sonora 2018, el 92.9% de la población tiene una opinión favorable de la institución; la Encuesta de Apreciación Estudiantil revela que el 93% de la población estudiantil expresan altos niveles de satisfacción con la formación recibida.

Se decidió realizar la encuesta en fase piloto y el levantamiento completo de datos entre la población estudiantil de primer ingreso que participó en la convocatoria 2019-2, debido a que en este periodo la Universidad de Sonora actualizó los ítems de la Encuesta de Primer Ingreso. Por otra parte, esta generación elegida para el estudio se encuentra en el rango de edad que establecido para considerarlos nativos digitales. Aunque no hay consenso establecido en la edad de los nativos digitales, los autores revisados (Di Lucca, 2013; Cerezo, 2016; Aguilar, 2017) establecen que este grupo etario nació entre 1994 y el año 2000.

3.5.4 Trabajo de campo y cálculos realizados.

La aplicación del instrumento cuantitativo consistió en dos fases:

- 1) Validación mediante una prueba piloto, para ello se contó con la participación de 40 estudiantes de primer ingreso de la Universidad de Sonora de la Unidad Regional Centro con sede en el municipio de Hermosillo. Se realizó un muestreo aleatorio los días 26 y 27 de septiembre de 2019. Los datos se procesaron en el programa IBM SPSS versión 24 y al momento de validar el instrumento se obtuvo un Alfa de Cronbach de .885⁷ para los 69 elementos contemplados en éste.
- 2) La aplicación completa del instrumento se efectuó del 4 al 25 de octubre de 2019. De acuerdo con datos de la Dirección de Planeación de la Universidad de Sonora, en el semestre 2019-2 la institución recibió en total de 6,918 jóvenes egresados de bachillerato en las instalaciones educativas de Hermosillo en alguna de las 53 opciones de licenciatura que la casa de estudios ofrece. Considerando la cifra de 6,918, un nivel de confiabilidad del 95% y un margen de error del 5% se obtuvo una muestra representativa de 364 sujetos.
- 3) A la muestra representativa se le aumentó un 10% previendo la obtención de datos perdidos a fin de contar con un margen estadístico que permitiera superar esta posibilidad; de tal manera que se contempló la aplicación de 402 instrumentos. Sin embargo, durante el levantamiento de datos, se aplicaron 351 instrumentos. Por cuestión de optimización de tiempo y debido a la dificultad de encontrar los grupos estudiantiles inscritos bajo el esquema condicionado de Tronco Común, se decidió incluir los 40 instrumentos de la prueba piloto, sumando una base total de 391.

⁷ Este valor es representativo y refleja la consistencia interna del instrumento.

- 4) Una vez capturados los datos y elaborada la base, se procedió a corroborar la misma y se eliminaron aquellos casos en los que las primeras cuatro cifras del Número de Expediente -que se conforma de nueve números- no coincidía con la numeración correspondiente al semestre 2019-2, es decir 2192; en algunos instrumentos la información del número de expediente no se contestó, lo que permitió validar 388 instrumentos y conformar de esta manera una primera base de datos.
- 5) Los cálculos correspondientes, aplicados a los 388 instrumentos, arrojó un Alfa de Cronbach de .912, con lo cual podemos decir que existe correlación fuerte entre los ítems expresados en el instrumento y por lo tanto mide lo que deseamos conocer: preferencias y frecuencia de consumo informativo en Internet, uso de herramientas de búsqueda y criterios de selección informativa de los estudiantes de primer ingreso de la Universidad de Sonora. El procesamiento de datos se realizó en el programa IBM SPSS versión 24.
- 6) Para elaborar la categorización de Capital Cultural (KC) se obtuvo una base de datos con información institucional correspondiente a los 388 instrumentos validados de los siguientes indicadores: resultado del Examen de Competencias Básicas (Excoba), resultado del Examen diagnóstico de inglés, y promedio final de preparatoria; a fin de calcular el nivel de capital escolar (KE). También se obtuvieron datos referentes a la escolaridad y ocupación laboral de padres, madre o tutor, y situación económica familiar. Sin embargo, al comparar la base de datos de elaboración propia y la base de datos proporcionada por la parte oficial, fue necesario eliminar los datos de 20 estudiantes por inconsistencias en la información, específicamente en la carrera cursada y en el género. De tal manera que la base de datos final quedó constituida por 368 sujetos y con ésta se procedió a calcular el nivel de capital cultural (KC) de los

jóvenes. Por lo tanto, se volvió a calcular el Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de .914 para los 69 elementos contemplados en el instrumento. La distribución de la muestra quedó de la siguiente manera:

Tabla 28 Distribución por sexo de la muestra representativa

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	159	43.2%
Mujer	209	56.8%

Elaboración propia

3.5.5 Ajustes metodológicos

Una vez obtenida la información institucional de los indicadores necesarios para operacionalizar la categorización de Capital cultural (KC) éstos fueron procesados de acuerdo con la Propuesta 0⁸ elaborada inicialmente, los resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 29 Propuesta metodológica 0 de operacionalización del KC

Propuesta	Indicadores ajustados			Distribución del KC			
	EXCOBA	PREPA	BIENES	KC	BAJO	MEDIO	ALTO
0					0	257	111

Elaboración propia

Los cálculos iniciales no arrojaron distribución de estudiantes con KC Bajo, motivo por el cual dichas cifras se desecharon y se decidió probar con una serie de ajustes metodológicos en la forma de contabilizar los siguientes indicadores: calificación obtenida en el Examen de Competencias Básicas (Excoba) y promedio general de preparatoria, ambos pertenecientes al capital escolar (KE); y en los bienes de la casa familiar, indicador perteneciente al capital familiar (KF). Luego de esta reconsideración metodológica se obtuvieron seis propuestas más para operacionalizar el KC. A continuación, se explica el proceso de ajuste efectuado y cómo se obtuvieron cada una de las seis propuestas metodológicas de operacionalización del concepto teórico de capital cultural.

⁸ Se puede consultar en la parte de Anexos.

Propuesta 1

En la tabla conceptual de la Propuesta 0 se contempla que el resultado del Excoba arroja una calificación con base a 100 producto de una evaluación criterial⁹. Por ello, la propuesta para calcular el capital escolar (KE) es que los jóvenes con una calificación de 100 a 90 se considerarán con un KE alto y se les brindará 15 puntos; en el rango de 89 a 70 de calificación, se consideran con KE medio y se les brinda 10 puntos; mientras que una calificación igual o menor a 69, se ubican con KE bajo y por lo tanto se les asignaría un valor de cinco puntos.

Sin embargo, de acuerdo con información de Métrica Educativa¹⁰, empresa responsable de elaborar la evaluación Excoba, instrumento mediante la cual, la Universidad de Sonora selecciona a los aspirantes de nuevo ingreso, se utiliza una evaluación de tipo normativa. Para el cálculo de la Propuesta 1 se efectuó un ajuste en tres percentiles iguales tomando como rangos la calificación mayor y menor; de tal manera que, la calificación mayor obtenida en el Excoba por los 368 sujetos estudiados fue de 83.75, y 28.29 la menor. Metodológicamente éste fue el único ajuste aplicado¹¹, el resto de los indicadores se mantuvo sin cambios.

Los resultados se observan en la siguiente tabla.

⁹ El principal objetivo de este tipo de evaluación es medir los logros académicos de los alumnos sin compararlo con el de sus compañeros. (Heredia, 2009).

¹⁰ <https://metrica.edu.mx/examenes/excoba/>

¹¹ A partir de la Propuesta 1 y hasta la Propuesta 6, se aplicó el mismo ajuste de tres percentiles iguales.

Tabla 30 Propuesta metodológica 1 de operacionalización del KC

Propuesta	Indicadores ajustados				Distribución del KC		
	EXCOBA	PREPA	BIENES	KC	BAJO	MEDIO	ALTO
2	3				0	182	186

Elaboración propia

La Propuesta 1 tampoco arrojó distribución de estudiantes con KC Bajo. El número 3 que aparece en el indicador del Excoba, representa el ajuste de tres percentiles iguales con base a los rangos mayor y menor de calificaciones.

Propuesta 2

En los cálculos de esta opción se consideró, además del ajuste en tres percentiles en los rangos de los resultados del Excoba, el mismo criterio para la calificación final obtenida por los aspirantes de nuevo ingreso como promedio general de preparatoria. En este caso no se tiene la certeza si el promedio final de bachillerato es producto de evaluaciones criteriosales o normativas, aun así, se aplicó dicho ajuste para observar el comportamiento de los datos. Los resultados tampoco arrojaron distribución de estudiantes con KC Bajo. En esta alternativa únicamente se realizaron ajustes en el indicador del EXCOBA y en el promedio general de bachillerato, el resto de los indicadores permanecieron sin cambios.

Tabla 31 Propuesta metodológica 2 de operacionalización del KC

Propuesta	Indicadores ajustados				Distribución del KC		
	EXCOBA	PREPA	BIENES	KC	BAJO	MEDIO	ALTO
2	3	3			0	196	172

Elaboración propia

Propuesta 3

A partir de la Propuesta 3 y hasta la Propuesta 6 se contemplan los dos ajustes explicados anteriormente: en los resultados del Excoba. En la Propuesta 3 se aplicó el ajuste en tres percentiles iguales a los valores para obtener la categorización del KC. En la tabla siguiente, se puede observar que el cálculo de los datos da como resultado determinado número de casos de estudiantes en la categorización de KC Bajo.

Tabla 32 Propuesta metodológica 3 de operacionalización del KC

Propuesta	Indicadores ajustados				Distribución de KC		
	EXCOBA	PREPA	BIENES	KC	BAJO	MEDIO	ALTO
3	3			3	114	132	122

Elaboración propia

Propuesta 4

En esta opción se incluyó, además del ajuste al Excoba y a la categorización de KC, el mismo cálculo en términos de tres percentiles iguales al promedio final de preparatoria. Los resultados de la distribución se observan en la siguiente tabla.

Tabla 33 Propuesta metodológica 4 de operacionalización del KC

Propuesta	Indicadores ajustados			Distribución del KC			
	EXCOBA	PREPA	BIENES	KC	BAJO	MEDIO	ALTO
4	3	3		3	117	133	118

Elaboración propia

Al compararlo con la Propuesta 3, es posible observar que no hay una diferencia significativa en la distribución en el número de casos.

Propuesta 5

En esta opción se ajustó el indicador correspondiente a los Bienes de la casa familiar. Cuando el aspirante de nuevo ingreso a la Universidad de Sonora contesta la encuesta que la propia institución aplica, debe indicar cuáles de los siguientes bienes materiales disponibles en su hogar: *refrigerador, estufa de gas o eléctrica, lavadora, secadora, aire acondicionado, línea telefónica fija, teléfono celular, televisión de paga, Internet, televisor, computadora, impresora, reproductor de audio, reproductor de discos de video (DVD, Blu-ray), consola de videojuegos (Wii, Playstation, Xbox u otros), automóvil.*

En total son 16 bienes materiales, opción que se consideró como indicador del KF, en la Propuesta 0 se contempló brindar un punto por cada posesión que el estudiante manifestara tener en su vivienda. Así, los jóvenes con 16 a 11 puntos, tendrían un nivel alto como parte

de su situación económica; de 10 a 6 puntos un nivel medio y de 5 a 1, se ubicarían en el nivel bajo. Sin embargo, se identificaron tres casos donde había en casa cinco automóviles y cuatro casos más donde manifestaron la existencia de cuatro unidades vehiculares. Esto, de acuerdo con la propuesta inicial brindaría un punto por cada automóvil, superando el parámetro inicial y brindando más valor a la pertenencia de los bienes familiares por encima de los indicadores que conforman el KE e incluso la escolaridad de los padres.

En el ajuste de los Bienes de la casa familiar también se usaron tres percentiles iguales, de tal forma que el programa SPSS brindó los siguientes valores: de 5 a 11, bajo; de 12 a 13, medio; y de 14 a 16, alto. Al nivel bajo se le otorgó un punto, dos puntos al medio y tres puntos al alto. En el caso del número de automóviles sólo se está brindando un punto a la existencia de éste sin importar el número de unidades que haya en la vivienda familiar. Aunque desde la Propuesta 3 el procesamiento de los datos arrojó determinada cantidad de estudiantes con KC Bajo, sin necesidad de hacer un ajuste al indicador de Bienes familiares, éste se consideró necesario pues al incluir 16 opciones de respuesta y brindar un punto a cada uno, se sobrevalora y califica la posesión de bienes materiales incluso por encima de los indicadores que brindan información sobre la instrucción escolar de los sujetos estudiados y de los propios padres de familia. Al procesar los datos que con los ajustes descritos se obtuvo la siguiente distribución:

Tabla 34 Propuesta metodológica 5 de operacionalización del KC

Propuesta	Indicadores ajustados			Distribución de KC		
	EXCOBA	PREPA	BIENES KC	BAJO	MEDIO	ALTO
5	3		3	127	123	118

Elaboración propia

Propuesta 6

Esta propuesta incluye los ajustes descritos anteriormente en los indicadores de: resultados del Excoba, promedio general de bachillerato, posesión de Bienes materiales en la vivienda familiar y categorización del KC. La distribución de la población estudiantil participante en esta investigación, de acuerdo con su capital cultural es la siguiente:

Tabla 35 Propuesta metodológica 6 de operacionalización del KC

Propuesta	Indicadores ajustados				Distribución del KC		
	EXCOBA	PREPA	BIENES	KC	BAJO	MEDIO	ALTO
6	3	3	3	3	121	113	134

Elaboración propia

Las propuestas 0, 1 y 2 no arrojan en el procesamiento de datos distribución de alumnos con KC Bajo, motivo por el cual fueron desechadas. La teoría establece (Bourdieu, 1997, 1998) la importancia del sistema escolarizado y del capital heredado por parte de la familia en la adquisición del capital cultural de cada individuo. Por lo tanto, es posible establecer, hipotéticamente, que el aspirante con 28.29 de calificación en el Excoba y el que alcanzó 83.75 poseen un KC diferenciado. Por otra parte, al comparar la distribución de la población estudiantil en las propuestas metodológicas 3, 4, 5 y 6, con sus correspondientes ajustes, cada una arrojan cifras distintas del número de estudiantes con KC Bajo; las cuales, no son diferencias significativas en términos estadísticos. Para los propósitos de investigación de esta tesis se decidió utilizar la Propuesta 6, esto no significa falta de pertinencia de las opciones 3, 4 y 5; sin embargo, la alternativa elegida integra ajustes a los cuatro indicadores considerados durante el proceso anteriormente detallado.

3.6 Análisis clúster

Una vez que se procese la información derivada del instrumento cuantitativo y se obtengan resultados de los indicadores asociados a los conceptos de Preferencias y frecuencias de consumo informativo, y literacidad digital, se utilizará también la herramienta estadística de Análisis de clúster con propósitos exploratorios y la construcción de una tipología. Es pertinente aclarar que la definición de una tipología de los conceptos citados no forma parte de los objetivos ni preguntas de investigación planteados en esta tesis; sin embargo, se consideró oportuno este análisis a fin de tener una visión sobre el comportamiento de los datos en cuanto a las variables de: preferencias y frecuencia de consumo según las clasificaciones informativas de corte temático y geográfico, y selección de fuentes e información; y de esta manera conocer la tendencia expresada por los estudiantes en sus respuestas y potencializar el aprovechamiento de la base de datos. De esta manera el Análisis clúster permitirá definir grupos homogéneos, pero al mismo tiempo heterogéneos entre ellos. Sobre dicho procedimiento estadístico Hair, Anderson, Tatham y Black (1999) explican que se trata de una técnica multivariante donde el valor teórico de la misma lo proporcionan las variables utilizadas en la investigación “el análisis clúster es la única técnica multivariante que no estima el valor teórico empíricamente sino que utiliza el valor teórico especificado por el investigador” (p. 492) de tal manera que el valor primordial del análisis clúster es la clasificación, hasta cierto punto, natural de los datos; ya que de esta forma “el investigador tiene una descripción más concisa y comprensible de las observaciones, con una pérdida mínima de información” (p. 492)

El análisis clúster define la estructura de los datos y para ello agrupa las tendencias más parecida en grupos o conglomerados, es así como se determina la similitud de éstos; pues el

propósito central es evaluar la similitud promedio dentro de cada conglomerado. Para los propósitos de esta fase metodológica, el objetivo del análisis clúster será la descripción de una taxonomía y cada conglomerado se le dará un nombre con base a las variables que las integran.

El análisis clúster equipa a los investigadores con un método objetivo y empírico para desarrollar una de las tareas más inherentemente humanas -la clasificación-. Se a efectos de simplificación, exploración o conformación, el análisis clúster es una potente herramienta analítica que tiene un amplio rango de aplicaciones... cuando se utiliza apropiadamente, tiene el potencial de revelar estructuras dentro de los datos que no podían descubrirse de otra forma (p. 518)

Capítulo IV. Capital Cultural de estudiantes de la Universidad de Sonora

La guía principal de este trabajo de investigación es retomar el concepto de capital de cultural (Bourdieu, 1998) como una visión que permita superar las diferencias sociales, culturales y académicas propias de la población universitaria, para explicar las diferencias y/o similitudes en prácticas asociadas al consumo informativo que los jóvenes efectúan a través de Internet, las herramientas de búsqueda informativa utilizadas para dicho propósito, y en los criterios de selección informativa que establecen para decidir consumir o no determinado contenido. De acuerdo con Bourdieu, el capital cultural está determinado y varía de acuerdo con los bienes consumidos, la manera de consumirlos, las competencias adquiridas en el sistema escolar institucionalizado e incluso las de tipo extraescolar, así como en el origen social y en los bienes de tipo material y simbólicos, ya sean adquiridos o heredados. La idea de capital cultural para esta investigación está centrada en los recursos que los jóvenes universitarios han adquirido a lo largo de su vida e instrucción escolar y que determinan sus intereses de consumo informativo, así como sus habilidades y criterios en el proceso de búsqueda y selección informativa. Por este motivo se trabajó en una propuesta operacional del concepto sociológico de capital cultural, explicada detalladamente en el apartado metodológico, y de la cual a continuación se presentan los resultados obtenidos.

Esta tesis retoma la fórmula de cálculo de capital cultural propuesta por Casillas, Chain y Jácome (2007)

$$\begin{array}{ccc} \text{Capital escolar (KE)} + \text{capital familiar (KF)} = \text{capital cultural (KC)} \\ \text{(alto, medio y bajo)} & \text{(alto, medio y bajo)} & \text{(alto, medio y bajo)} \end{array}$$

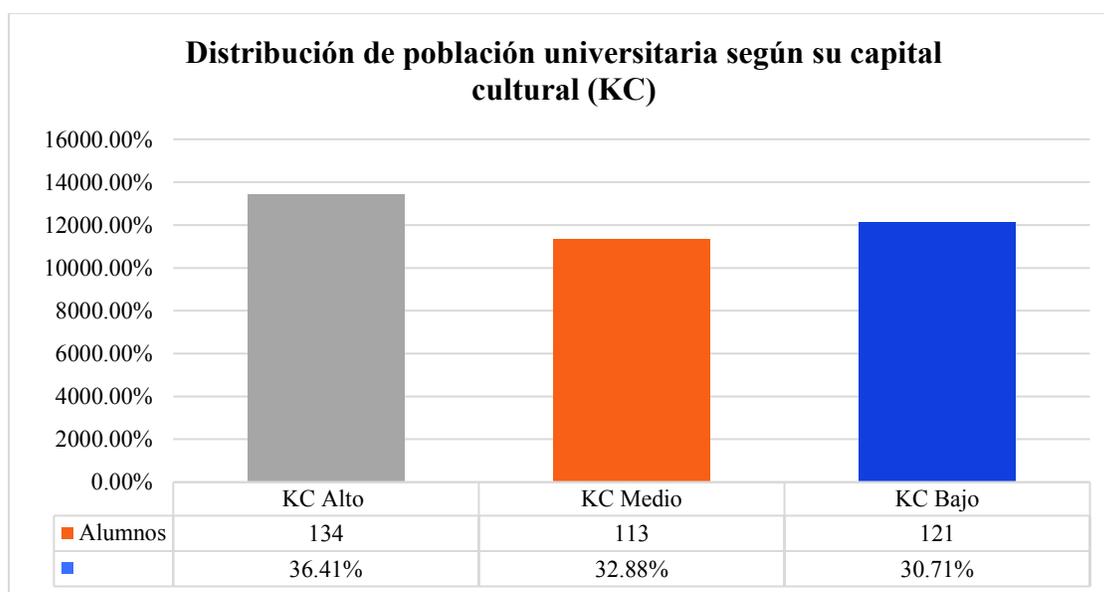
Si bien con esta fórmula de cálculo es posible construir hasta nueve categorías de capital cultural, la presente investigación propone tres categorías: alto, medio y bajo; mismas que se describen a continuación.

Tabla 36 Distribución de estudiantes de acuerdo con su KC

Capital	N	Alto	%	Medio	%	Bajo	%
Cultural (KC)	368	134	36.41	113	30.71	121	32.88

Elaboración propia

El 36.41% de los estudiantes encuestados poseen un KC Alto, es decir 134 jóvenes; el 30.71% tienen un KC Medio, equivalente a 113 estudiantes; y 32.88% se ubican en un KC Bajo, porcentaje que representa a 121 alumnos.



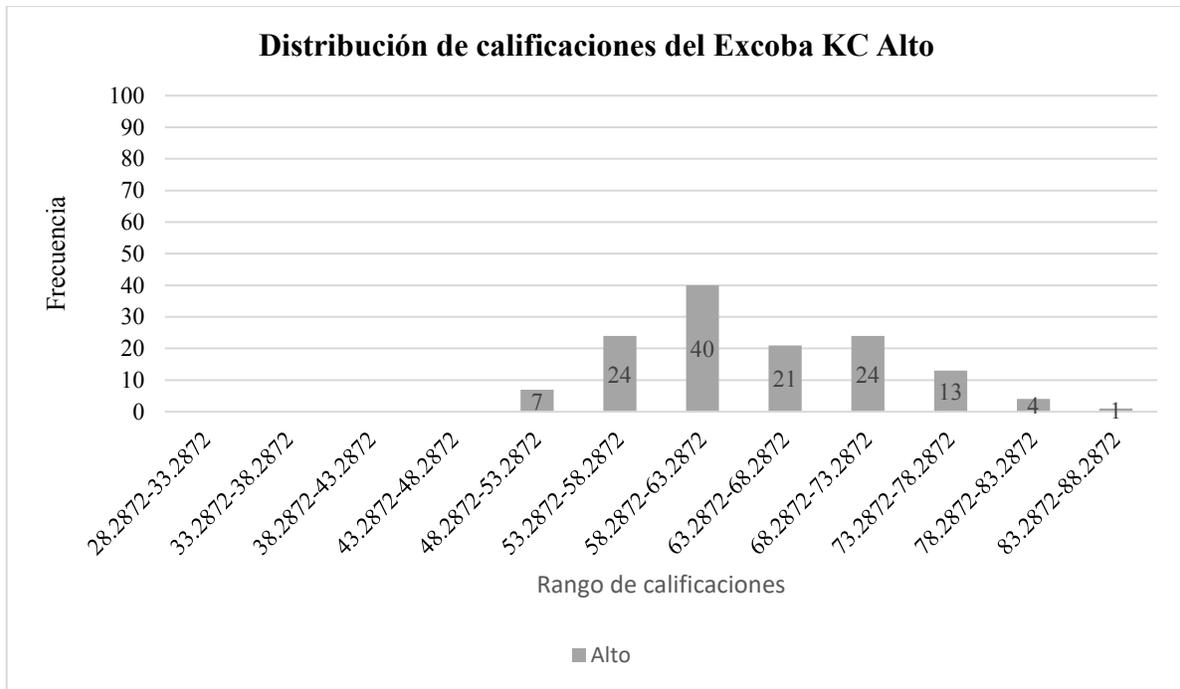
4.1 Categorización de capital cultural

Capital cultural alto (KC Alto)

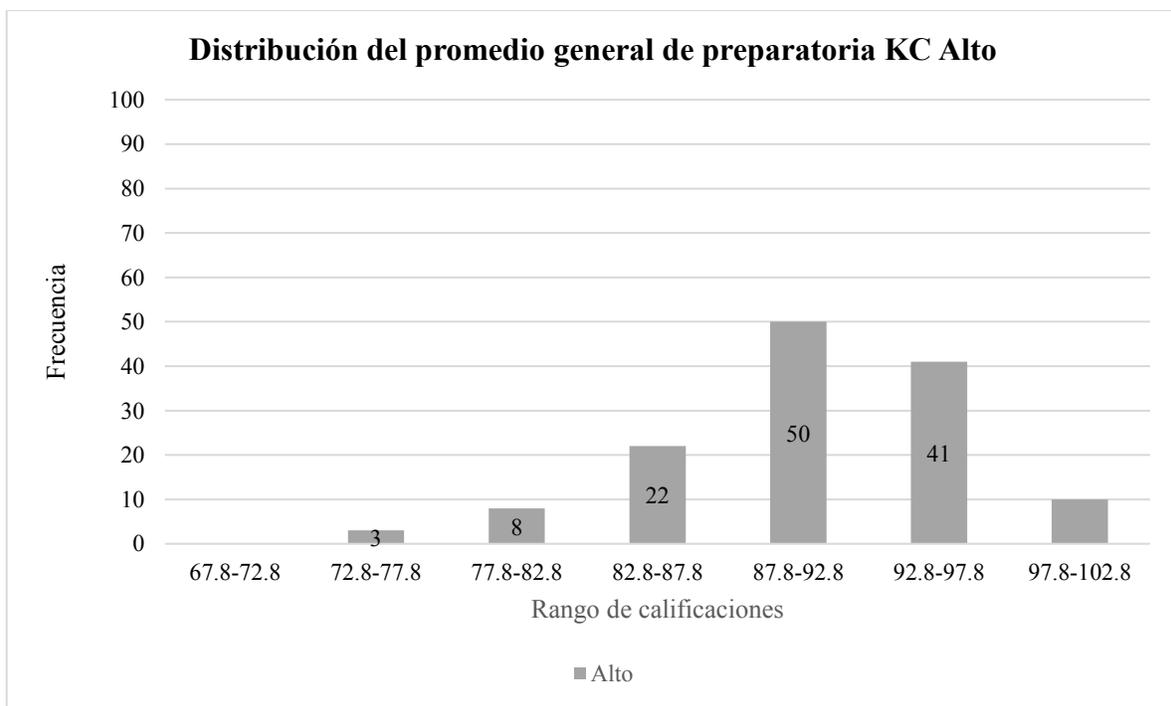
Con base a los resultados obtenidos es posible definir que los 134 estudiantes (36.41%) ubicados en esta categorización son quienes obtuvieron mayor promedio de calificación en el Excoba y también registraron mayor calificación en el promedio general de bachillerato. A su vez, poseen un nivel intermedio-alto en cuanto a conocimientos y dominio del idioma inglés. Proviene de familias donde los padres -tanto padre y madre- adquirieron mayor nivel de escolaridad, prevaleciendo los estudios de licenciatura, seguido de carreras técnicas y finalmente de posgrado. En el nivel laboral, principalmente se desempeñan como trabajadores calificados, y es en esta categorización donde hay mayor número de padres que se desempeñan como funcionarios, ejecutivos o propietarios de negocios. En cuanto a las características de la vivienda familiar, principalmente ésta es propia, tienen acceso a todos los servicios básicos públicos y altos niveles de posesión de bienes materiales.

A continuación, se desglosarán y describirán los valores estadísticos obtenidos que permitieron establecer el resumen anterior.

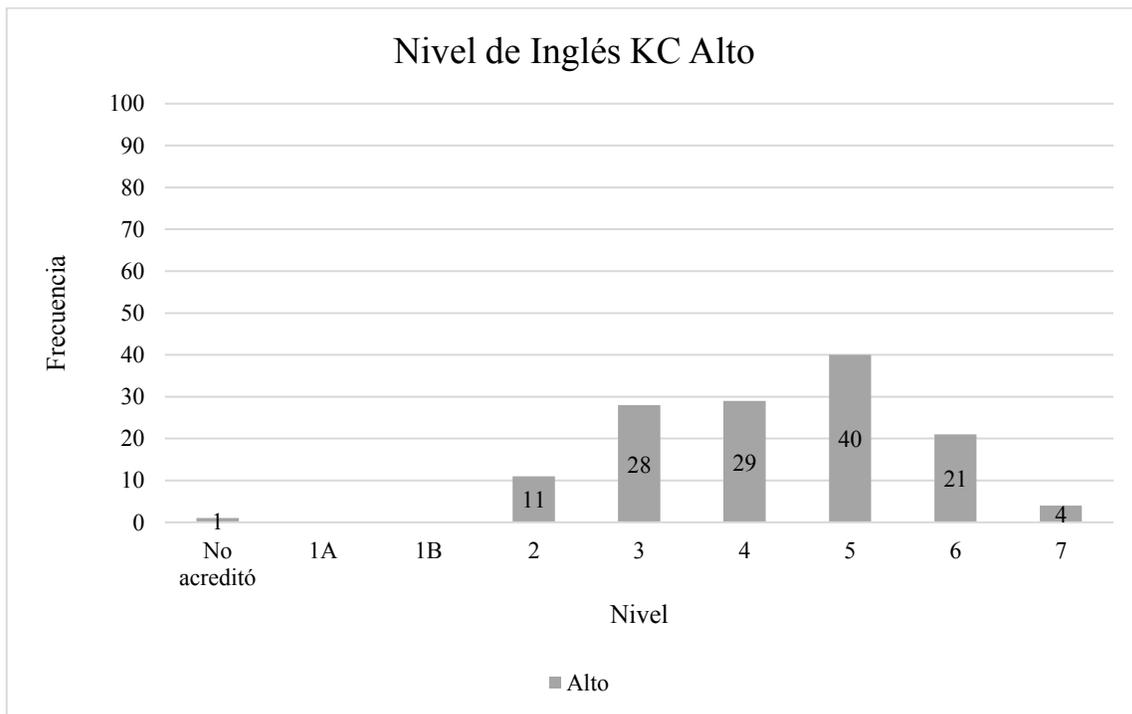
El promedio de calificación obtenido en el Excoba se ubicó en un rango de 83.75 a 60.06, el promedio fue de 64.16 con una D.E = 7.58. En la siguiente tabla se aprecia la distribución de



Mientras tanto el promedio de calificación de bachillerato se ubicó en 90.58 con una D.E= 5.36 y las calificaciones se ubicaron en un rango de 99.60 a 75.0.



Son también quienes poseen mayor conocimiento del idioma inglés, los resultados del examen diagnóstico de inglés revelan un nivel de dominio intermedio-alto, pues el 29.85% de los alumnos se encuentra en el nivel 5 (intermedio), el 21.64% en nivel 4 (intermedio), el 20.9% en nivel 3 (intermedio), el 15.67% en nivel 6 (avanzado), 2.99% en nivel 7 (avanzado), y solamente el 8.21% en nivel 2 (básico). Tal como se puede apreciar en la siguiente tabla



Por otra parte, el nivel de estudio de los padres es alto, el 70.9% cuenta con estudios de carrera técnica (14.18%), licenciatura (49.63%) y de posgrado (7.09%). Asimismo, en la ocupación laboral de los padres, prevalece un nivel medio-bajo; una vez que el 53.36% se dedica a actividades como trabajar por cuenta propia sin contratar personal (10.45%), empleado privado (19.78%) o trabajador calificado (23.13%). El 23.88% se desempeña en

actividades de nivel bajo: labores domésticas sin recibir pago (19.4%), trabajador no calificado (3.36%) o bien no tienen empleo (1.12%). Mientras que en labores de nivel alto se encuentra el 22.76% de los padres, quienes se desempeñan como funcionarios o ejecutivos (13.06%) o son dueños de negocios y además contratan personal (9.70%).

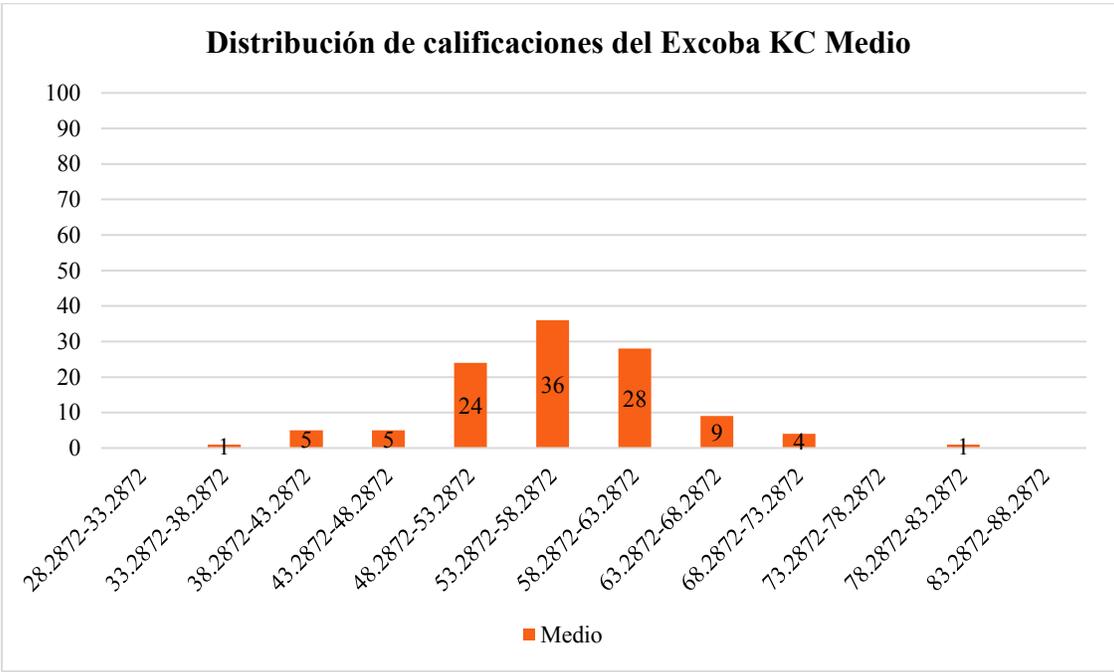
En cuanto a las características de la vivienda familiar, el 61.9% manifestó que es propia; la media de número de habitaciones es de 6 (D.E= 1.83) y la mayoría cuenta con servicios básicos: drenaje, agua entubada, luz eléctrica, alumbrado público, calles pavimentadas, recolección periódica de basura. En el caso de los bienes materiales de la vivienda familiar prevalece la posesión, con porcentajes superiores al 90%, de artículos como: refrigerador, estufa de gas o eléctrica, lavadora, teléfono celular, servicio de Internet, televisión, computadora y automóvil.

Capital Cultural medio (KC Medio)

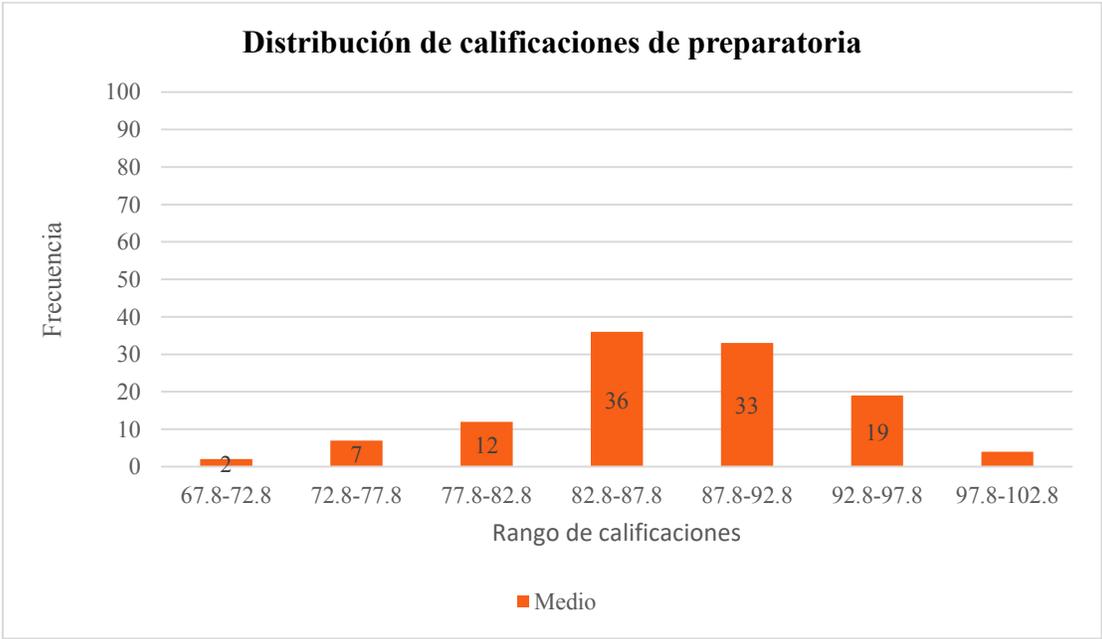
En este grupo se ubicaron 113 estudiantes, equivalente al 30.71% de la muestra total; en este caso, el promedio de calificaciones obtenidas en el Excoba es menor en comparación a los de KC Alto y se observa el mismo comportamiento en la calificación promedio del bachillerato. El nivel de inglés es intermedio, incluso hay algunos casos que no acreditaron el examen diagnóstico sobre conocimientos y dominio de este idioma. La escolaridad de los padres se ubica principalmente entre secundaria y preparatoria, mientras que en la ocupación laboral prevalece el empleo privado y trabajador calificado. La mayoría cuenta con acceso a los servicios básicos públicos y altos niveles de posesión de bienes materiales.

A continuación, se desglosarán y describirán los valores estadísticos obtenidos que permitieron establecer el resumen anterior.

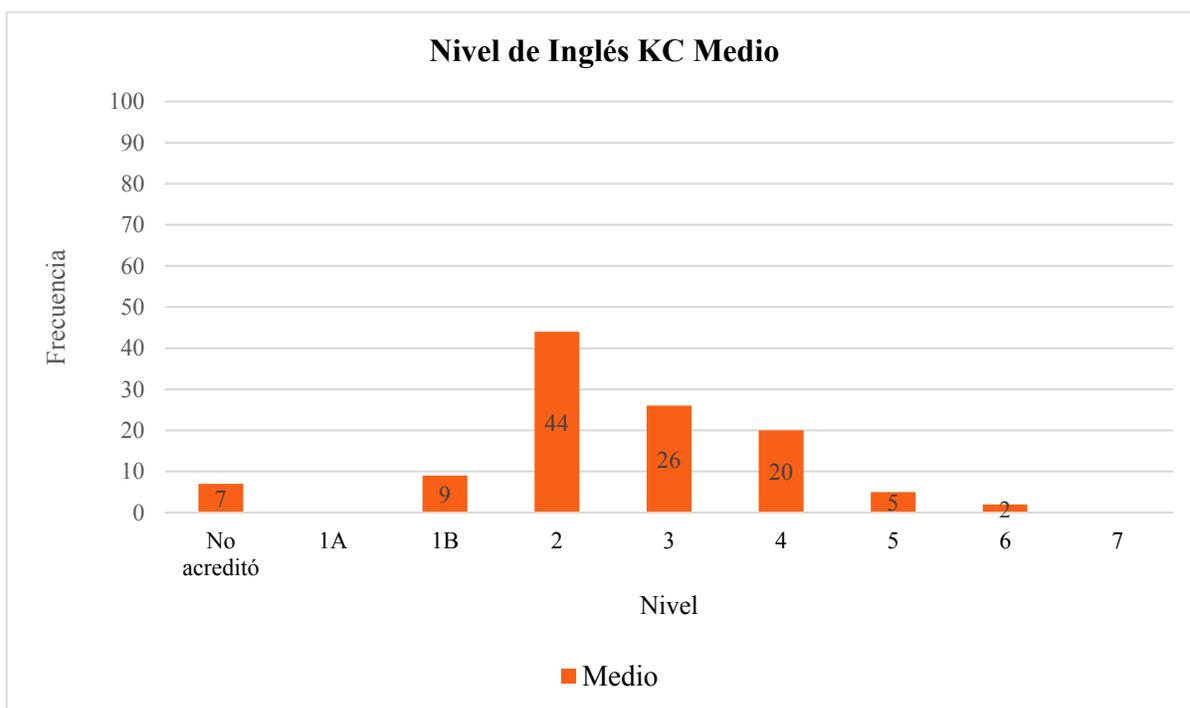
El rango de calificaciones obtenidas en el Excoba se ubicó de 78.3 a 35.69, con una media de 56.31 (D.E= 6.98).



Asimismo, el rango de promedio de bachillerato fue de 100 a 70, con una media de 87.26 y una D.E= 6.26.



En el examen diagnóstico de inglés, el nivel de conocimiento es intermedio-básico una vez que el 45.13% de los estudiantes de esta categorización posee un dominio intermedio de este idioma: 23.01% en el nivel 3 (intermedio), el 17.7% en nivel 4 (intermedio), y el 4.42% en el nivel 5 (intermedio); mientras tanto, en el nivel 2 (básico) se ubicó el 38.94% e incluso 6.19% no acreditó ningún nivel, y solamente 1.77% alcanzó el nivel 6 (alto).



El nivel de estudio de padres es medio-bajo luego de que el 53.99% cuenta con estudio de preparatoria (24.34%), secundaria (29.65%) y primaria (3.54%); mientras que en el nivel estudios alto, el 14.16% realizó carrera técnica, el 23.89% licenciatura y sólo el 4.42% cuenta con posgrado. Por otra parte, la ocupación laboral de los padres es media-baja una vez que el 56.19% se desempeña como trabajador calificado (19.91%), empleado privado (21.68%) o trabaja por cuenta propia sin contratar empleados (14.60%); mientras que el 32.47% se

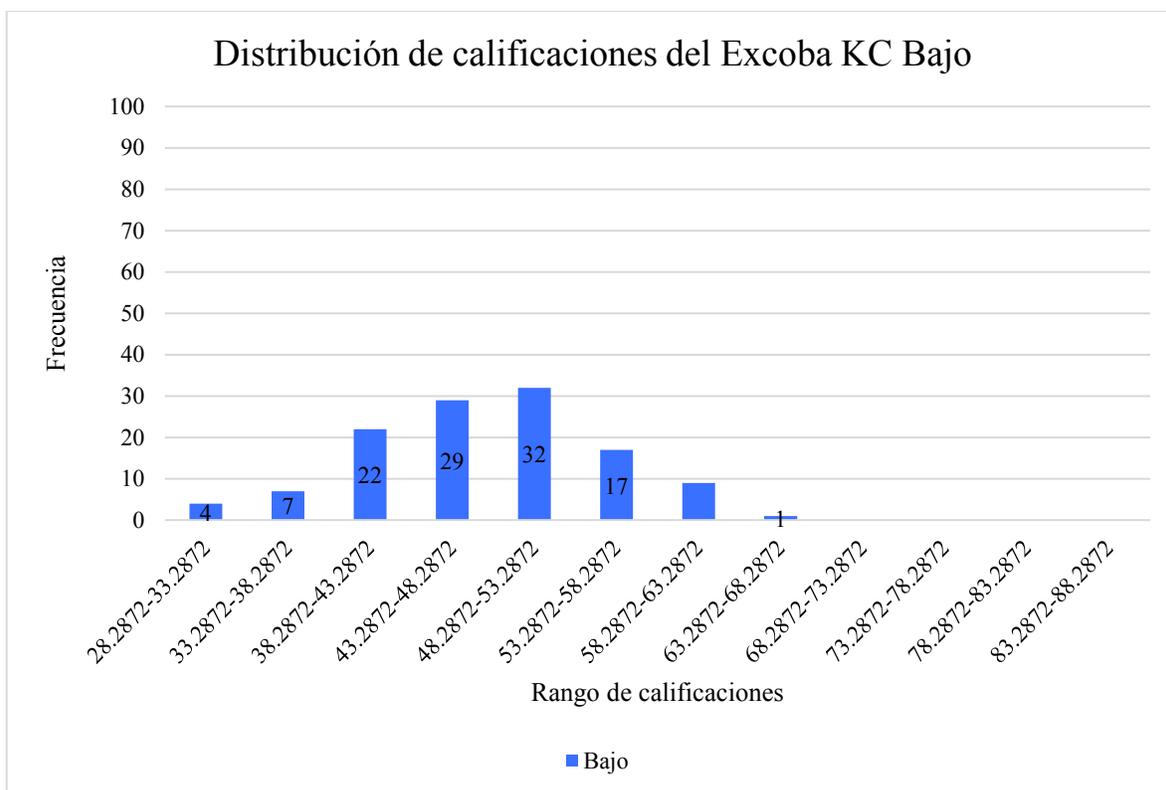
desarrolla en labores domésticas y no recibe pago (21.24%), trabajador no calificado (10.62%) e incluso hay quienes no cuentan con empleo (.88%); sólo se desempeñan como funcionario o ejecutivo el 5.31% y el 5.75% restante son propietarios de algún negocio y contratan personal. En las características de la vivienda familiar, el 51.33% manifestó que es propia; la media en el número de habitaciones es de 5.12 (D.E= 1.54) y la mayoría cuenta con servicios básicos: drenaje, agua entubada, luz eléctrica, alumbrado público, calles pavimentadas, recolección periódica de basura. En la posesión de bienes materiales, con porcentajes superiores al 90%, las viviendas familiares cuentan con refrigerador, estufa de gas o eléctrica, teléfono celular y servicio de Internet.

Capital cultural bajo (KC Bajo)

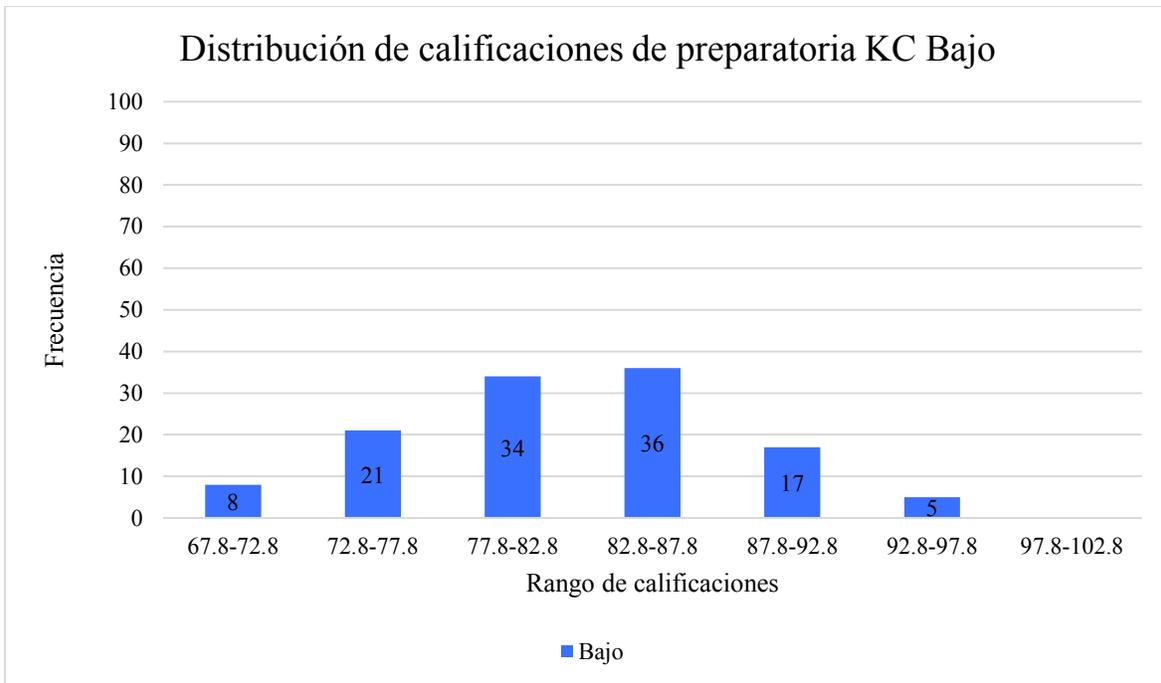
Del total de la muestra analizada se ubicaron en este rango de categorización 121 alumnos (32.88%), son jóvenes con los niveles más bajos en la calificación obtenida en el Excoeba y en el promedio general de bachillerato. Sus conocimientos y dominio de idioma inglés es básico; pero además, hay mayor número de casos que no se acreditaron el Examen diagnóstico de inglés aplicado por la institución. La escolaridad de los padres es baja, ya que principalmente cuentan con grado de secundaria e incluso hay quienes no cuentan con estudio. En las actividades laborales se dedican principalmente a empleos no calificados y a las tareas domésticas sin recibir sueldo, además de que es mucho menor el número de padres que se desempeñan como funcionarios o ejecutivos. La propiedad de la casa es principalmente propia, la mayoría cuenta con acceso a los servicios básicos públicos y tienen un alto nivel de posesión de bienes materiales, aunque no en la misma proporción al compararlos con el grupo de KC Alto y KC Medio.

A continuación, se desglosarán y describirán los valores estadísticos obtenidos que permitieron establecer el resumen anterior.

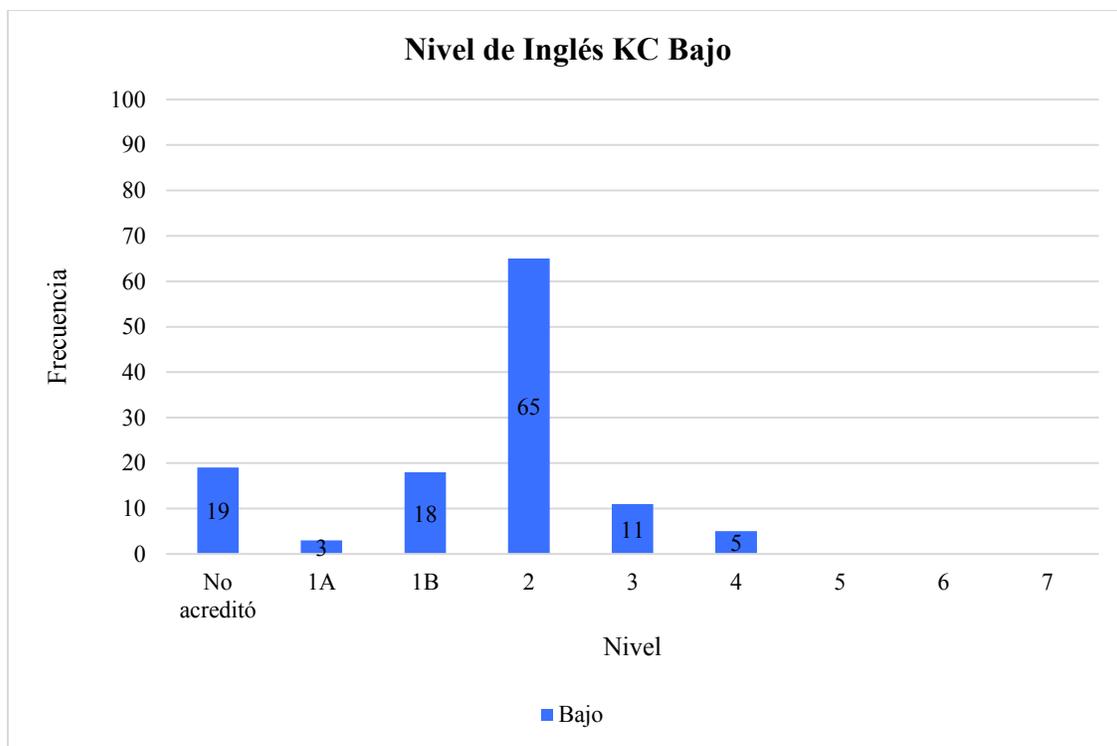
Los jóvenes pertenecientes a esta categorización obtuvieron en el Excoba una media de calificación de 47.71 (D.E= 7.22) y el rango de ésta va de 66.21 a 28.29.



En lo que respecta al promedio general de preparatoria, la media es de 82.06, con una D.E= 5.96 y el rango de calificaciones se ubicó de 96 a 67.80.



En la evaluación diagnóstica de inglés, los estudiantes tienen un nivel básico de dicho idioma: 53.72% nivel 2 (básico), el 14.88 se ubicó en el nivel 1B (básico), el 2.48% en el nivel 1A (básico), el 15.70% no acreditó algún nivel, el 13.22% tiene un dominio intermedio (nivel 3 y 4).



Elaboración propia

Por otra parte, el nivel de estudios de los padres es bajo, el 44.81% cuenta con estudios de secundaria (36.51%), primaria (6.64%) y hay quienes no poseen estudios (1.66%), además, cuentan con preparatoria el 27.73% y con estudios superiores el 29.45% (carrera técnica 12.03%, licenciatura 16.18% y posgrado 1.24%). En relación con el nivel de ocupación laboral de los padres, éste es medio-bajo, luego de que el 51.66% se dedican a actividades calificadas (21.90%), empleos privados (16.12%) o trabajan por cuenta propia y no contratan personal (13.64%). El 39.67% tiene un empleo de nivel bajo al laborar como trabajador no calificado (16.94%), en labores domésticas sin recibir sueldo (20.66%) e incluso hay quienes no tienen empleo (2.07%), mientras que como propietarios de negocios y en posibilidad de contratar personal se encuentra el 3.72% y como funcionario o ejecutivo el 4.96%.

Acerca de las características de la vivienda familiar, el 56.20% contestó que es propia, el 33.06% es propia pero se está pagando, con una media en el número de habitaciones de 4.67 (D.E= 1.58), la mayoría cuenta con servicios básicos de: drenaje, agua entubada, luz eléctrica, alumbrado público, calles pavimentadas y recolección periódica de basura; mientras que en la posesión, con porcentajes superior al 90%, cuentan con refrigerador, estufa de gas o eléctrica, teléfono celular y televisión.

4.2 Consideraciones generales del capítulo IV.

A lo largo de este capítulo se muestran los resultados que permitieron establecer una propuesta de categorización del capital cultural de los estudiantes de primer ingreso a la Universidad de Sonora en el ciclo 2019-2 mediante la operacionalización de ese concepto sociológico, un proceso que se efectuó con indicadores del contexto universitario abordado y de la población analizada. Al definir el capital cultural de los estudiantes de primer ingreso fue posible responder la primera pregunta de investigación planteada al inicio de este documento: ¿Cuál es el capital cultural de los estudiantes de primer ingreso de la Universidad de Sonora? En este sentido se pudo establecer que los estudiantes recibidos por la institución en agosto de 2019 en el campus Hermosillo poseen un capital cultural diferenciado, predominan los estudiantes con KC Alto (36%), seguido del grupo de KC Medio (30.71%), y posteriormente los de KC Bajo (32.88%). El grupo de alumnos con KC Alto son quienes obtuvieron resultados más altos en la evaluación Excoba (64 en promedio), y mayor calificación general de bachillerato en términos de calificaciones (87 en promedio) así como un dominio y conocimientos intermedio-alto del idioma inglés. Proviene de familias donde ambos padres cuentan con mayor nivel de escolaridad, el 49% tiene estudios de licenciatura y el 7% de posgrado; laboralmente se desempeñan principalmente como trabajador calificado

y empleado privado, cuentan con todos los servicios públicos y en cifras superiores al 90% prevalece la posesión de bienes materiales¹² como teléfono celular, servicio de Internet, televisión, computadora y automóvil.

En el caso de quienes conforman el grupo de KC Medio, la calificación promedio de la prueba Excoba fue de 56 y para el promedio de bachillerato 87, poseen un nivel intermedio-básico de conocimiento del idioma inglés; sus padres principalmente tienen estudios de secundaria (29%) y bachillerato (24%), y laboran como empleados privados, trabajadores calificados o por cuenta propia. Aunque también cuentan con artículos como teléfono celular, servicio de Internet, televisión, computadora y automóvil, la posesión de algunos de estos bienes materiales es menor al 90%.

En tanto, los de KC Bajo, los resultados del Excoba en promedio se ubican en 47 y el promedio general del bachillerato en 82, el nivel de conocimientos del idioma inglés es básico; la escolaridad de padres principalmente es de secundaria (36%), preparatoria (27%) y (29%) carrera técnica, incluso hay un 1% que no cuenta con estudios. Laboralmente se dedican (21%) a actividades calificadas, (20%) a las labores del hogar sin recibir remuneración, (16%) como empleados privados, incluso hay un 2% que no tiene empleo. Mientras que, en la existencia de bienes materiales, sólo el teléfono celular se mantiene con un porcentaje de posesión del 97% y del 91% para el caso del televisor, el resto se mantiene por abajo del 80%.

Ubicar a los estudiantes de primer ingreso (2019-2) del campus Hermosillo de acuerdo con su KC, permite al mismo tiempo conocer los distintos recursos, habilidades y conocimientos

¹² Los jóvenes de los tres grupos de KC poseen, en diferentes proporciones, otro tipo de bienes materiales: refrigerador, estufa, lavadora, secadora, reproductor de audio, de discos, consola de video juegos y aire acondicionado. Para los propósitos de esta tesis se puso atención en la posesión de teléfono, televisión, servicio de Internet, televisión de paga y computadora.

que han adquirido mediante el sistema escolarizado a lo largo de su vida; disposiciones que para los propósitos de esta tesis permitirán reflexionar acerca de las prácticas diferenciadas que realizan en cuanto al consumo, búsqueda y selección de información y fuentes informativas confiables; prácticas con las cuales se integran al campo universitario, un espacio social complejo.

Capítulo V. Preferencias de consumo informativo de estudiantes de la Universidad de Sonora.

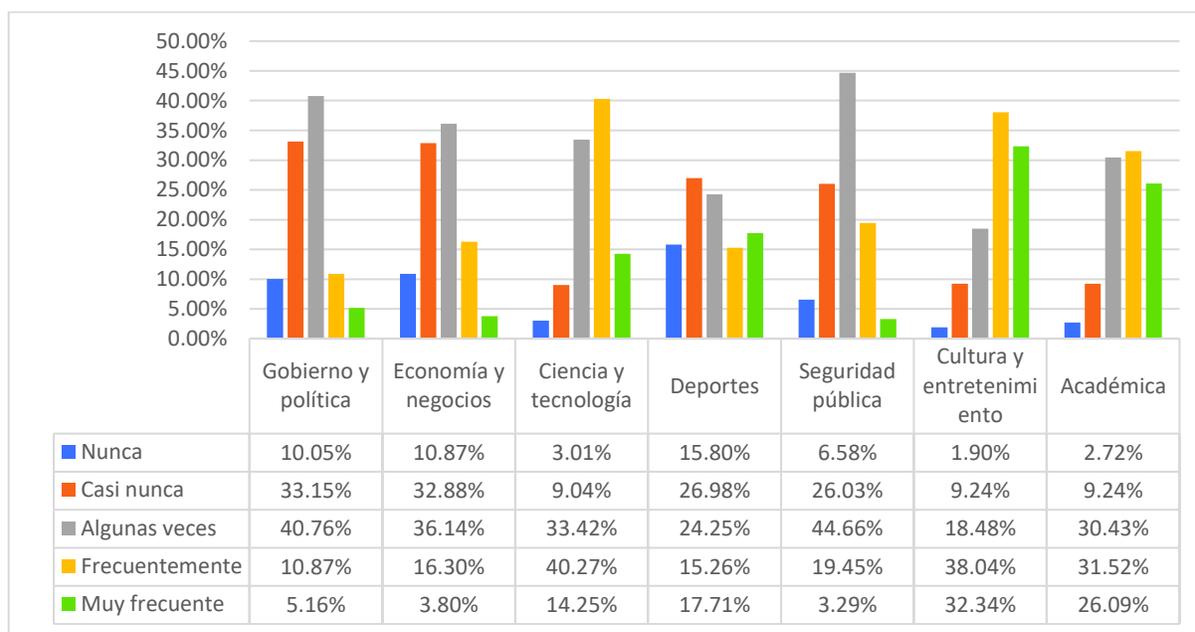
5.1 Análisis descriptivo de las preferencias de consumo informativo.

En las siguientes líneas se encuentra la información desglosada de los resultados obtenidos a través del instrumento cuantitativo; en este caso, el apartado II de dicha herramienta está orientado a conocer las preferencias y frecuencia de consumo informativo comprendido del reactivo 1 al 5. Los datos obtenidos permiten determinar que el 68.59% de los estudiantes universitarios consumen con mayor frecuencia información asociada a eventos de Cultura y entretenimiento, opción que alcanzó un valor de media de 2.90, la cifra más cercana al valor máximo de 4. Este porcentaje se compone del 32.34% de jóvenes encuestados que muy frecuentemente consultan este tipo de información, lo cual equivale a 119 alumnos; y también se asoció el 38.04% que frecuentemente consume este tipo de información, porcentaje que representa a 140 estudiantes.

En segundo lugar, se ubicó la preferencia de consumo informativo por información Académica con un valor de media de 2.69, opción en la cual el 31.52% de los estudiantes contestó que frecuentemente consulta este tipo de datos. En tercer orden de preferencia está la información de Ciencia y Tecnología con un valor de media de 2.54, de tal manera que el 40.27% de los estudiantes manifestó consultar frecuentemente estos sucesos. Le sigue la información sobre Deportes con un valor de media de 1.92 y el 24.25% manifestó que casi nunca prefiere consumir eventos de este tipo; posteriormente, con un 1.87 de media la información asociada a eventos de Seguridad pública ocupa el quinto lugar de preferencia, categoría informativa en la cual el 44.66% de los alumnos encuestados expresaron que algunas veces consultan eventos relacionados a la seguridad pública; en sexto lugar, se ubicó la información de Economía y negocios con un valor de media de 1.69, y donde el 36.14%

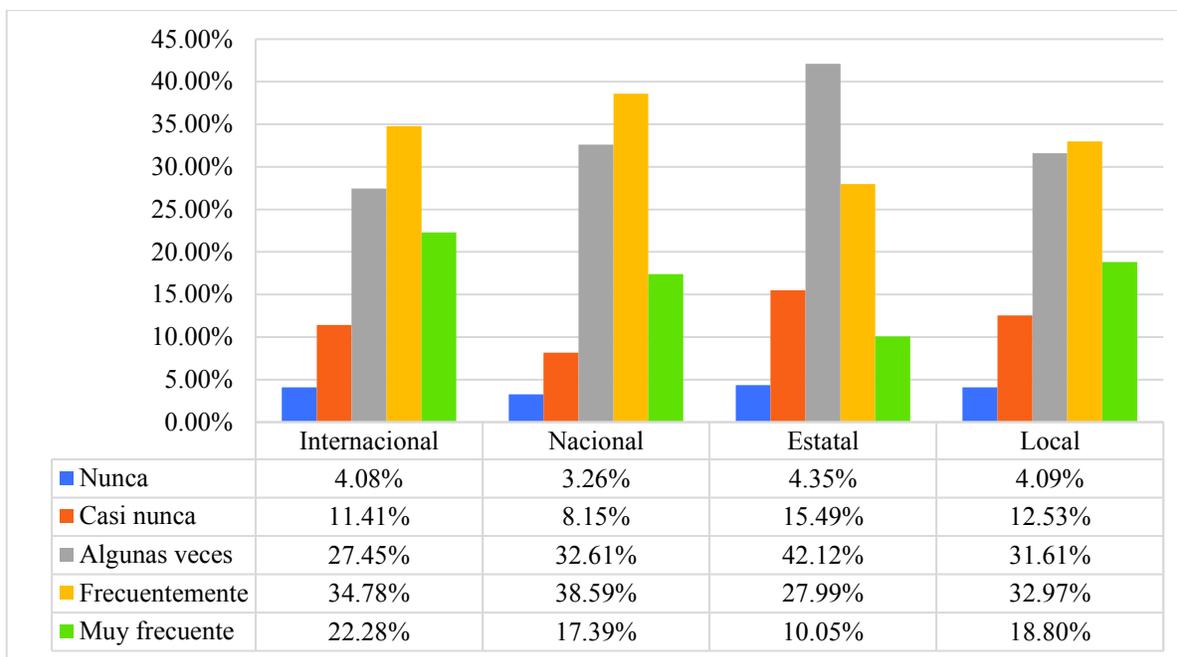
de los estudiantes manifestó algunas veces consumir este tipo de información; mientras tanto, con una media de 1.69, y un porcentaje el 40.76% en la escala de algunas veces se ubicó la frecuencia de consumo de información asociada a eventos de Gobierno y política.

La siguiente gráfica contiene la totalidad de los porcentajes de frecuencia de consumo correspondiente a cada clasificación informativa de corte temática.



Elaboración propia

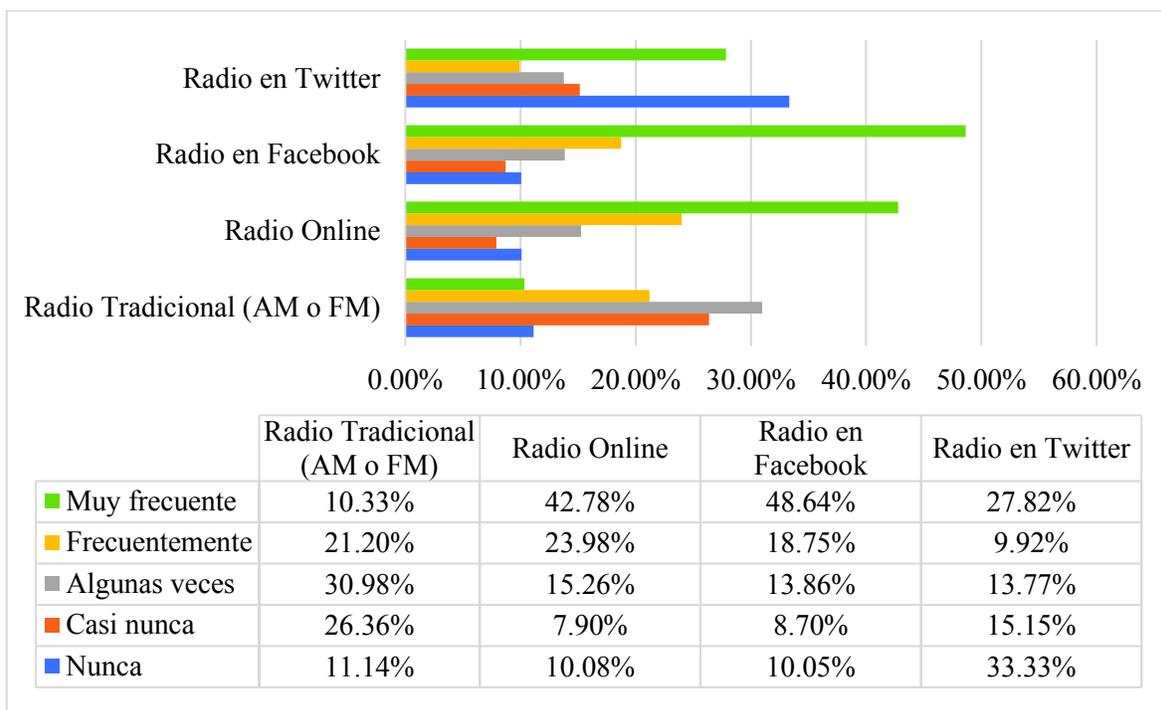
El reactivo número dos del instrumento tiene como propósito conocer la frecuencia con que los jóvenes encuestados consultan información asociada a la categorización propuesta de información de corte geográfica. Los resultados con base a porcentajes se muestran en la siguiente gráfica.



Elaboración propia

Los resultados arrojan que el 34.78% de los jóvenes consultan frecuentemente información de tipo Internacional, y el 22.28% lo hace muy frecuentemente; siendo este ítem el que arrojó el mayor valor de media de 2.60 situándose como el más cercano al valor máximo de 4 y se trata de sucesos relacionados con eventos que suceden en otros países distintos a México. Le sigue en segundo plano la preferencia de información Nacional con un valor de media de 2.59, y un 38.59% de los estudiantes que manifestaron consultar frecuentemente este segmento informativo, y un 32.61% lo hace algunas veces. En tercer lugar, de preferencia está la categoría de información Local con un valor de media de 2.50 y una tendencia de consumo de 32.97% en la escala de frecuentemente y 31.61% en algunas veces. Finalmente, la información Estatal con un valor de media de 2.24 y con un 42.12% de los alumnos que manifestaron algunas veces consultar esta clasificación informativa.

Asimismo, la tercera pregunta del instrumento se enfocó en conocer la frecuencia de consumo informativo según el medio de comunicación (radio, periódico, revista y televisión) y el formato de éste (tradicional, online, redes sociales o aplicación). Los resultados se observan en la siguiente gráfica y posteriormente son detallados.

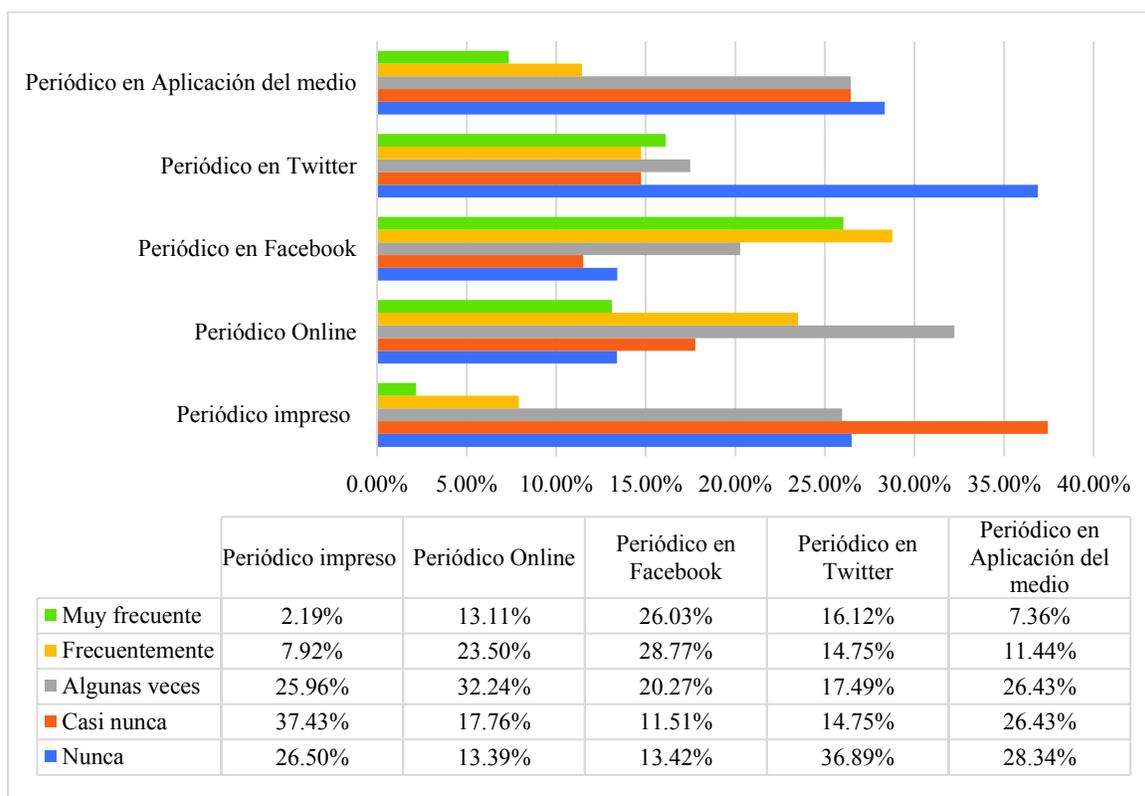


Elaboración propia

Se encontró que en el caso de la radio el formato consultado con mayor frecuencia es la red social Facebook al arrojar una media de 2.87, mientras que el 48.64% de los estudiantes respondieron muy frecuentemente usar esta aplicación. Sin embargo, el formato tradicional radiofónico en el cuadrante AM / FM es uno de los tres menos consumidos con un valor de media de 1.93 y una tendencia del 26.36% de los jóvenes manifestó casi nunca consultar este esquema radiofónico.

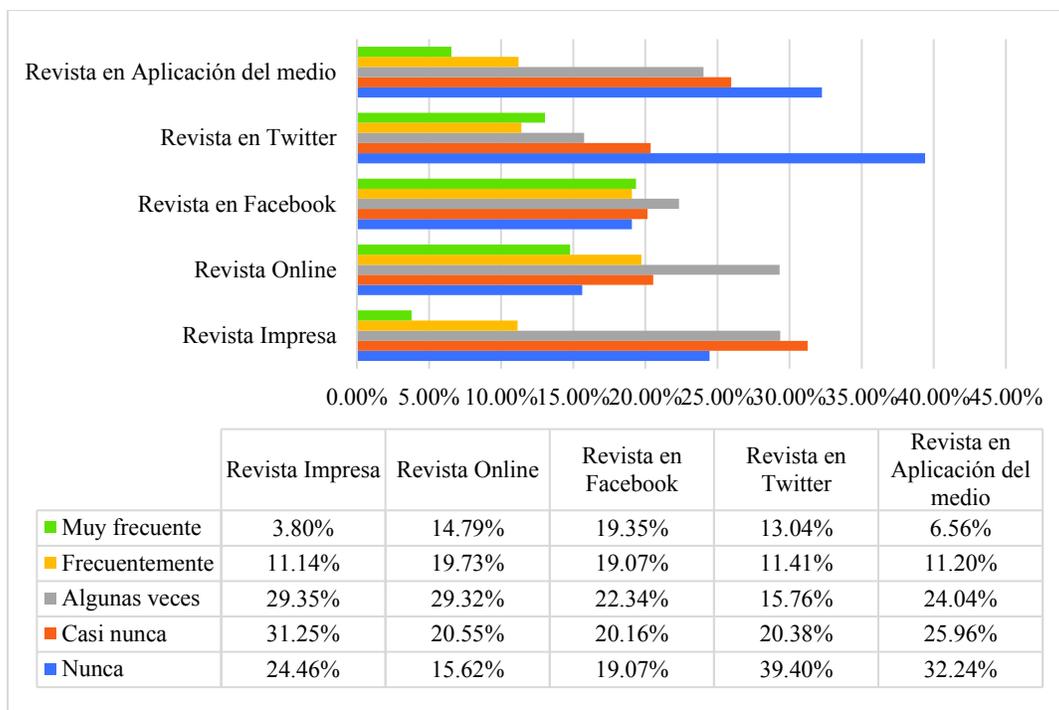
Mientras tanto, la red social de Facebook también es el formato consultado con mayor frecuencia en el caso del periódico, opción que tiene una media de 2.42 y el 28.77% de los

estudiantes respondió frecuentemente utilizar esta plataforma para mantenerse informado; además, el formato impreso del periódico es el medio menos recurrido con 37.43% de los estudiantes que contestó casi nunca; al igual que el 36.89% de los estudiantes que contestó casi nunca acceder a información a través de la aplicación de Twitter, lo cual la ubica entre las menos recurridas por los jóvenes después del formato impreso.



Elaboración propia

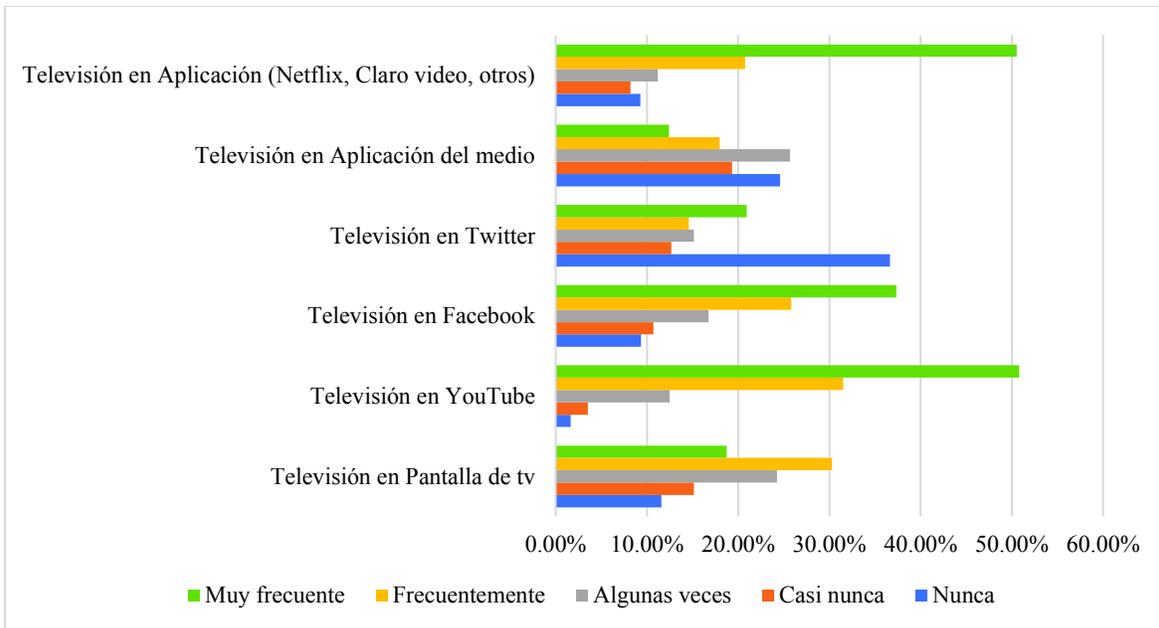
En lo que respecta a las revistas, el formato en Facebook también resultó ser el más consultado, opción con una media de 1.99 y en la cual, el 22.34% de los jóvenes manifestó algunas veces consumir información a través de dicha red social, tal como se presenta en la siguiente gráfica.



Elaboración propia

En este mismo sentido, el formato impreso es el menos utilizado como opción de consumo informativo, tendencia que se refleja en el hecho de que 31.25% de los jóvenes contestó casi nunca y el 24.46% nunca recurrir a dicho formato comunicativo; y un comportamiento similar se aprecia en los formatos de la red social de Twitter y en la aplicación del medio radiofónico.

En cuanto al consumo informativo a través de la televisión el formato de YouTube es el más consultado por los estudiantes entrevistados, opción que arrojó una media de 3.26 siendo éste el valor mayor y el más cercano a cuatro, en este sentido, el 50.82% de los jóvenes manifestó consultar este canal muy frecuentemente. El segundo lugar de frecuencia de consumo informativo lo tiene el formato de streaming (Netflix, Claro video, otros) opción que el 50.55% de los estudiantes reveló consultar muy frecuentemente. En la siguiente gráfica se aprecia la tendencia de consumo televisivo a través de diversos formatos.

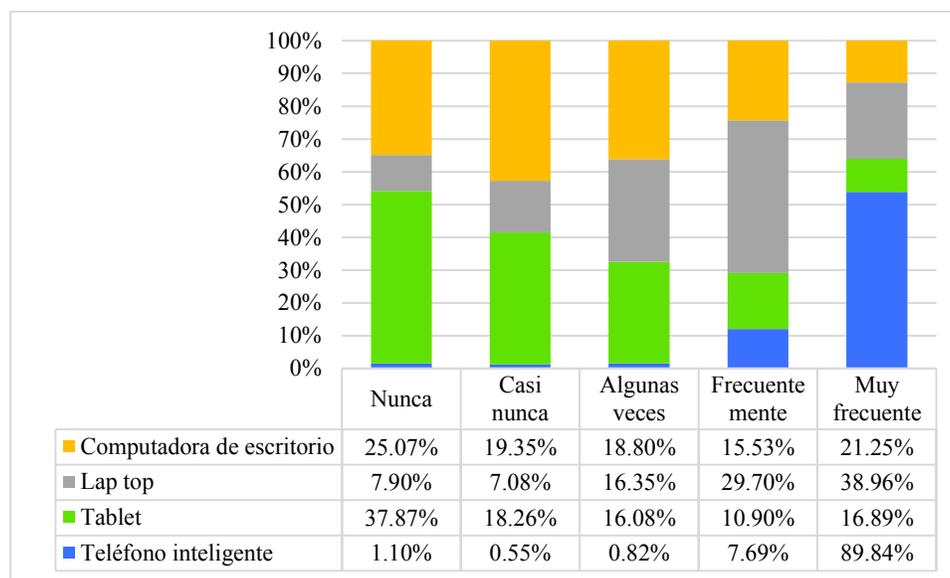


	Televisión en Pantalla de tv	Televisión en YouTube	Televisión en Facebook	Televisión en Twitter	Televisión en Aplicación del medio	Televisión en Aplicación (Netflix, Claro video, otros)
Muy frecuente	18.73%	50.82%	37.36%	20.94%	12.43%	50.55%
Frecuentemente	30.30%	31.52%	25.82%	14.60%	17.96%	20.77%
Algunas veces	24.24%	12.50%	16.76%	15.15%	25.69%	11.20%
Casi nunca	15.15%	3.53%	10.71%	12.67%	19.34%	8.20%
Nunca	11.57%	1.63%	9.34%	36.64%	24.59%	9.29%

Elaboración propia

El reactivo cuatro estuvo dedicado a determinar la frecuencia de uso de determinados dispositivos (teléfono inteligente, tablet, laptop o computadora de escritorio) para acceder a la información, el teléfono inteligente fue el dispositivo con el valor de media más cercano a cuatro con 3.85, es decir, 327 estudiantes de los encuestados contestaron usar muy frecuentemente el citado dispositivo, lo que representa el 89.84%; el segundo lugar de preferencia lo ocupa la laptop, un 38.96% de los alumnos contestaron la usarla muy frecuentemente. Mientras que los dispositivos de menos uso son la tablet, el 37.87% de los

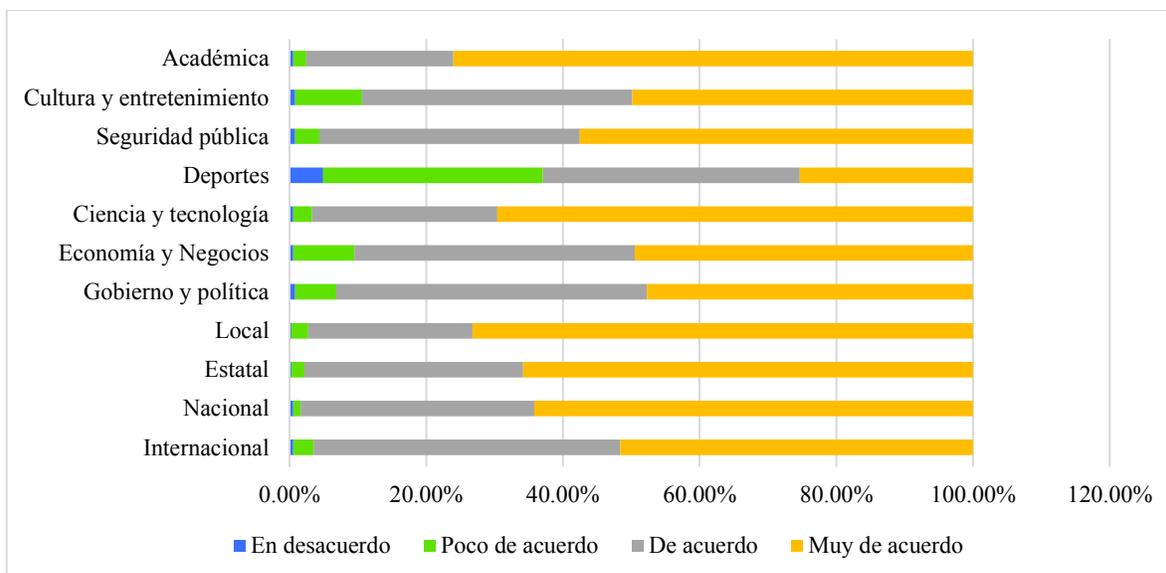
jóvenes encuestados contestó casi nunca usarla; y la computadora de escritorio con 27.074% en la misma escala de frecuencia.



Elaboración propia

Por otra parte, la pregunta cinco se elaboró para conocer si los jóvenes universitarios consideran importante estar informados acerca de determinados sucesos, acorde a las clasificaciones informativas de corte temática, y geográfica. En esta ocasión se juntaron las dos clasificaciones en las opciones de respuesta.

Los resultados mostraron que el 73.2% de los estudiantes están muy de acuerdo sobre la importancia de estar informados acerca de sucesos locales, opción que arrojó un mayor valor de media (2.70). En segundo lugar, el 65.85% expresó estar muy de acuerdo en cuanto a la importancia de consumir información estatal, seguido del 64.21% que se manifestó en el mismo sentido en cuando a sucesos nacionales y la misma tendencia manifestó el 51.63% sobre eventos internacionales. Datos que pueden observarse en la siguiente gráfica.

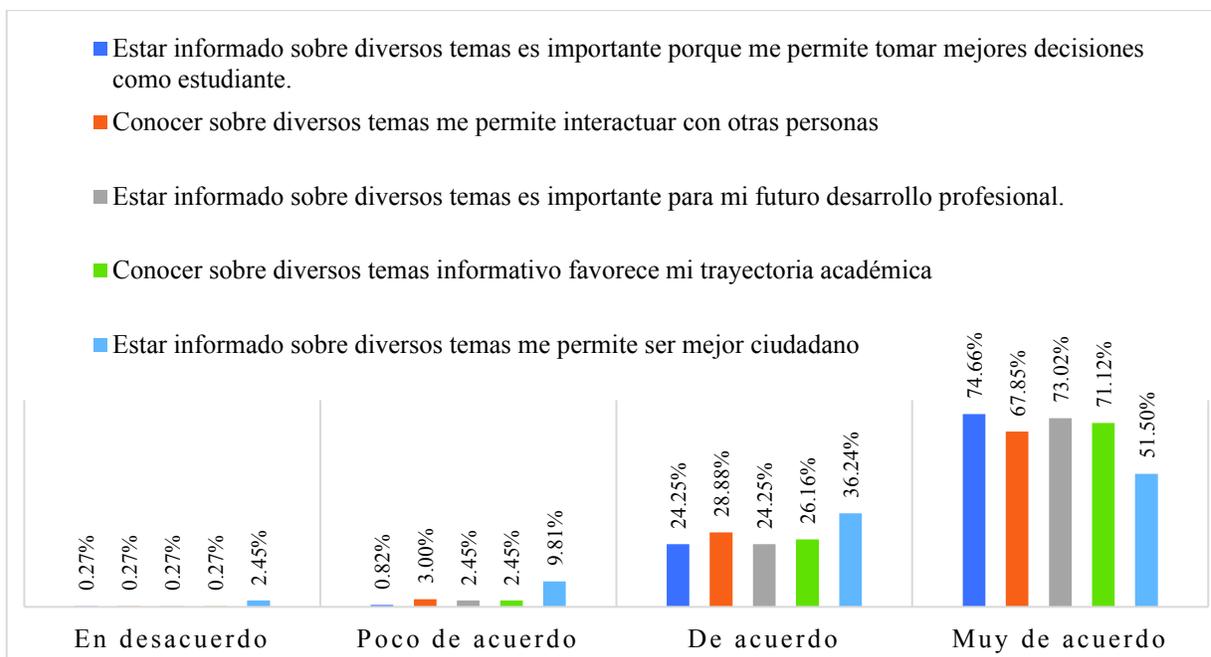


	Internacional	Nacional	Estatal	Local	Gobierno y política	Economía y Negocios	Ciencia y tecnología	Deportes	Seguridad pública	Cultura y entretenimiento	Académica
■ En desacuerdo	0.54%	0.55%	0.27%	0.27%	0.82%	0.54%	0.55%	4.90%	0.82%	0.82%	0.54%
■ Poco de acuerdo	2.99%	1.09%	1.91%	2.46%	5.99%	8.97%	2.74%	32.15%	3.56%	9.81%	1.91%
■ De acuerdo	44.84%	34.15%	31.97%	24.04%	45.50%	41.03%	27.12%	37.60%	38.08%	39.51%	21.53%
■ Muy de acuerdo	51.63%	64.21%	65.85%	73.22%	47.68%	49.46%	69.59%	25.34%	57.53%	49.86%	76.02%

Elaboración propia

Asimismo, el 76.02% de los jóvenes está muy de acuerdo sobre la importancia de estar informados sobre sucesos Académicos, respuesta que obtuvo el mayor valor de media (2.73). El 69.59% se expresó en el mismo sentido acerca de la información de Ciencia y tecnología, el 57.53% también está muy de acuerdo en la importancia de consumir información acerca de seguridad pública, mientras que la información de Cultura y entretenimiento quedó en cuarto sitio con 49.86%.

En tanto, el reactivo número seis estuvo orientado a conocer en qué aspectos de sus vidas los jóvenes consideran que impacta la información a la que acceden, los resultados se presentan en la siguiente tabla:



Elaboración propia

La opción “Estar informado sobre diversos temas es importante porque me permite tomar mejores decisiones como estudiante” alcanzó el valor de media más alto con 2.73, alternativa de respuesta con la cual 74.66% estuvo muy de acuerdo; además, el 73.02% está muy de acuerdo con la importancia que tiene para su futuro desarrollo profesional mantenerse informados sobre diversos temas, seguido del 71% que también está muy de acuerdo con los beneficios a su trayectoria académica.

5.2 Preferencias de consumo informativo, según el capital cultural

En el consumo informativo de los estudiantes de acuerdo con su capital cultural destaca la preferencia de temas asociados a Cultura y entretenimiento, este tipo de acontecimientos registraron mayor porcentaje de consumo en los tres niveles de KC, tal como se muestra en la siguiente tabla donde se presenta las cifras más representativas de acuerdo con la clasificación informativa de corte temático.

Tabla 37 Frecuencia de consumo informativo, clasificación temática

Clasificación informativa de corte temática	Categorización de capital cultural (KC)		
	Alto	Medio	Bajo
Gobierno y política	40.30% AV	42.48% CN	47.93% AV
Economía y negocios	38.06% CN	42.48% AV	35.54% AV
Ciencia y tecnología	42.86% F	41.96% F	35.83% AV
Deportes	29.10% AV	27.43% CN	22.50% MF
Seguridad pública	47.01% AV	44.64% AV	42.02 AV
Cultura y entretenimiento	41.04% MF	46.02% F	32.23% MF
Académica	31.34% MF	31.86% F	33.06% F

Elaboración propia

MF= Muy frecuentemente F= Frecuentemente AV= Algunas veces CN= Casi nunca N= Nunca

Mientras tanto en la clasificación informativa de corte geográfica se presentan los siguientes resultados, siendo éstos los más representativos:

Tabla 37 Frecuencia de consumo informativo, clasificación temática

Clasificación informativa de corte geográfica	Categorización de capital cultural (KC)		
	Alto	Medio	Bajo
Internacional	68.66% F	41.59% F	35.54% AV
Nacional	39.55% F	41.59% F	34.71% F
Estatal	42.54% AV	45.13 % AV	38.84% AV
Local	31.34 AV	33.63 F	38.33% F

Elaboración propia

Como se aprecia en la tabla número 37 de las preferencias informativas de acuerdo con la clasificación informativa de corte geográfica, cada grupo de capital cultural expresó preferencias distintas. En el caso de los jóvenes de KC Alto, el 68.66% de los jóvenes consumen muy frecuentemente (34.33%) y frecuentemente (34.33%) temas de corte internacional; mientras tanto, el 41.59% los estudiantes con KC Medio privilegian frecuentemente el consumo de eventos nacionales; y quienes poseen un KC Bajo, 38.33% privilegian la información de eventos locales.

Para acceder a dicha información se consideró también, de acuerdo con el capital cultural de los jóvenes, la frecuencia de uso de formatos tradicionales y electrónicos de medios de comunicación como radio, televisión, periódicos y revistas. Las tablas elaboradas para presentar dichos datos se construyeron con base a los valores más representativos cada escala de frecuencia.

Tabla 38 Frecuencia de consumo informativo según formato del medio de comunicación

(KC)	Medio de comunicación				
	Radio	Periódico	Revista	Televisión	
KC Alto	49% Online (MF)	25% Facebook (F)	30% Online (AV)	57% Netflix (MF)	55% YouTube (MF)
KC Medio	48% Facebook (MF)	28% Facebook (MF)	33% Online(AV)	45% YouTube (MF)	41% Netflix(MF)
KC Bajo	53% Facebook (MF)	38% Facebook (F)	23% Facebook (F)	51.24% YouTube (MF)	51.24% Netflix (MF)

Elaboración propia

MF= Muy frecuentemente F= Frecuentemente AV= Algunas veces CN= Casi nunca N= Nunca

En cuanto al uso de dispositivos electrónicos para acceder a la información no se encontraron diferencias relacionadas con el KC, prevalece el uso del teléfono celular en las tres categorizaciones.

Tabla 39 Frecuencia de consumo informativo según dispositivo electrónico

(KC)	Medio de comunicación			
	Teléfono inteligente	Tablet	Laptop	PC
KC Alto	92.54 % (MF)	38.06% (N)	44.78% (MF)	27.61% (N)
KC Medio	91.07% (MF)	41.59% (N)	38.94% (MF)	23.01% (MF)
KC Bajo	85.59% (MF)	34.17% (N)	32.50% (MF)	25% (N)

Elaboración propia

MF= Muy frecuentemente F= Frecuentemente AV= Algunas veces CN= Casi nunca N= Nunca

Para indagar acerca de la importancia que los estudiantes brindan al hecho de mantenerse informados sobre determinados sucesos informativos, con base a su capital cultural, hay una marcada tendencia a estar muy de acuerdo en este aspecto; aunque también se registraron algunas variaciones que se pueden observar en la tabla 40.

Tabla 40 Importancia de consumo informativo

Clasificaciones informativas	Categorización de capital cultural (KC)		
	KC Alto	KC Medio	KC Bajo
Internacional	60.45% (MDA)	47.79 % (DA)	50.41% (DA)
Nacional	71.21% (MDA)	61.95% (MDA)	58.68% (MDA)
Estatal	69.70 % (MDA)	64.60% (MDA)	62.81% (MDA)
Local	75.19 % (MDA)	70.54 % (MDA)	73.55% (MDA)
Gobierno y política	49.25 % (MDA)	52.21 % (DA)	50.83% (MDA)
Economía y negocios	47.76 % (DA)	49.56% (MDA)	55.37 % (MDA)
Ciencia y tecnología	73.48 & (MDA)	69.64% (MDA)	65.29% (MDA)
Deportes	39.10% (PDA)	39.82% (DA)	35.54% (DA)
Seguridad pública	61.65% (MDA)	51.97% (MDA)	58.33% (MDA)
Cultura y entretenimiento	48.51 % (MDA)	45.13% (MDA)	55.83% (MDA)
Académica	80.60 % (MDA)	79.65% (MDA)	67.50 % (MDA)

Elaboración propia

MDA = Muy de acuerdo DA= De acuerdo PDA= Poco de acuerdo

Por otra parte, se relacionó el capital cultural de los jóvenes encuestados y el impacto del consumo informativo; entre los resultados se tomaron en cuenta las dos respuestas con frecuencias más altas y se encontró que los tres grupos que capital cultural señalaron estar muy de acuerdo en que estar informados sobre diversos temas les permite tomar mejores decisiones como estudiantes: KC Alto= 80.60%, KC Medio= 73.23%, KC Bajo= 70.255. Además, también restar muy de acuerdo que conocer sobre diversos temas informativo favorece su trayectoria académica: KC Alto= 76.87%, y KC Medio= 72.32%; mientras que en el grupo de KC Bajo (72.73) consideró muy de acuerdo que estar informado sobre diversos temas es importante para mi futuro desarrollo profesional. Dicha tendencia y otros datos se encuentran en la siguiente tabla.

Tabla 41 Valoración informativa de acuerdo con el KC

Valoración informativa	Categorización de capital cultural (KC)		
	KC Alto	KC Medio	KC Bajo
Estar informado sobre diversos temas es importante porque me permite tomar mejores decisiones como estudiante.	80.60% (MDA)	73.23% (MDA)	70.25% (MDA)
Conocer sobre diversos temas me permite interactuar con otras personas	76.87% (MDA)	63.39% (MDA)	61.98% (MDA)
Estar informado sobre diversos temas es importante para mi futuro desarrollo profesional.	74.63% (MDA)	71.43 % (MDA)	72.73% (MDA)
Conocer sobre diversos temas informativo favorece mi trayectoria académica	76.87% (MDA)	72.32% (MDA)	63.64% (MDA)
Estar informado sobre diversos temas me permite ser mejor ciudadano	56.72% (MDA)	47.32 (MDA)	49.59% (MDA)

Elaboración propia

MDA = Muy de acuerdo

5.3 Consideraciones generales del capítulo V.

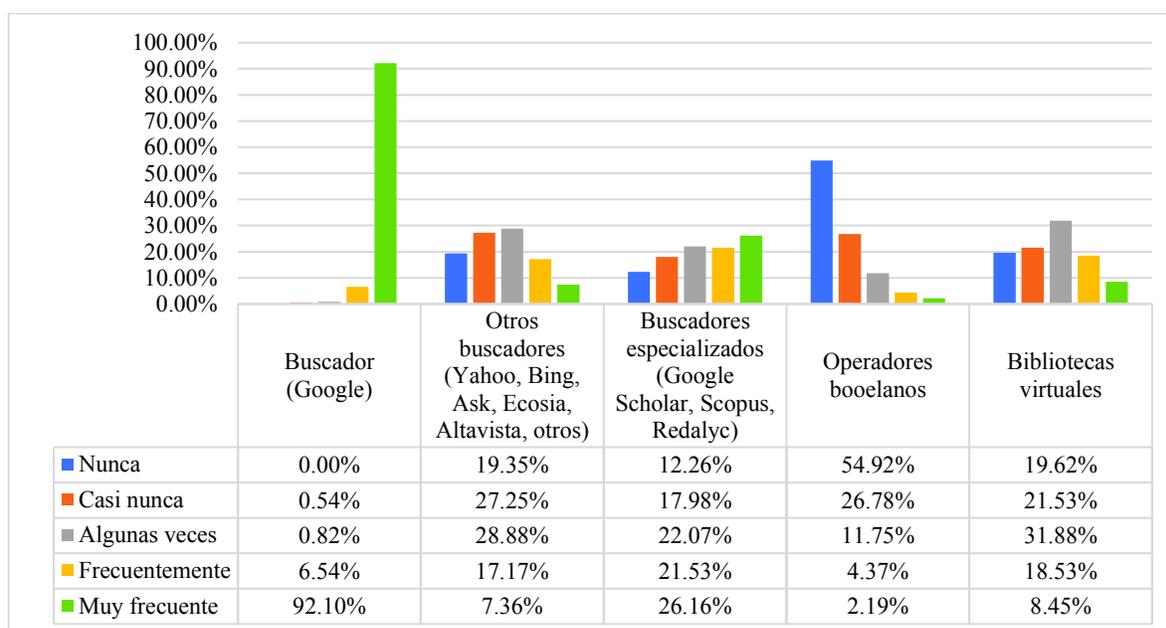
A modo de resumen y en un ejercicio de visualizar conclusiones parciales correspondientes del presente capítulo, es posible determinar que la preferencia informativa de la clasificación de corte temática se orientó a eventos de Cultura y entretenimiento, resultado que no estuvo determinado por el nivel de KC de los alumnos; sin embargo, sí existen variaciones en la frecuencia de consumo con base a esta categorización. La preferencia de consumo informativo de corte geográfico sí estuvo determinad por el nivel de KC: los jóvenes del KC

Alto muestran una tendencia a consumir información de sucesos internacionales; los de KC Medio, eventos de carácter nacional y los de KC Bajo, eventos de tipo local. Estos resultados permiten contestar la segunda pregunta de investigación planteada en esta tesis enfocada a conocer cuáles son las preferencias de consumo informativo de los estudiantes universitarios. Es importante retomar el hecho de que este consumo informativo se realiza principalmente a través de los formatos digitales de los medios de comunicación, principalmente la red social del Facebook, en línea y el canal de YouTube para el caso de la televisión, aunque es notable que el servicio de streaming (Netflix, ClaroVideo, otros) poco a poco está ganando mayor preferencia, motivo por el cual se consideraron en la tabla 38 las cifras de ambas opciones de consumo. El teléfono inteligente prevalece como el principal dispositivo tecnológico de acceso informativo; asimismo, prevalece la frecuencia Muy de acuerdo y De acuerdo, en la importancia que los jóvenes brindan a mantenerse informados sobre diversos sucesos, sin embargo, las cifras muestran que lo anterior no se refleja en las preferencias de consumo informativo; un comportamiento similar se observa en el reconocimiento de que un variado consumo informativo les puede ayudar a tomar mejores decisiones como estudiantes e incluso favorecer su trayectoria académica, lo cual contrasta con la preferencia informativa orientada a temas generales de Cultura y entretenimiento. Dicha tendencia permite reflexionar sobre un consumo informativo “a la carta”, orientado a temas generales y/o de ocio, mediado por la tecnología y alejado del formato tradicional de los medios de comunicación, un conjunto de prácticas que los mismos estudiantes reconocen podría impactar positivamente en su rol como estudiantes; aunque es prematuro afirmar o desechar científicamente esta última apreciación, lo que resulta innegable, es que dichas prácticas se intercalan en la manera en que los jóvenes transitan por su formación profesional.

Capítulo VI. Literacidad digital de estudiantes de la Universidad de Sonora.

6.1 Uso de herramientas de búsqueda en Internet

El reactivo número siete está enfocado a conocer el uso de herramientas que los estudiantes universitarios emplean para la búsqueda informativa en Internet, los resultados del instrumento arrojan que con un valor de media de 3.90 el buscador Google es utilizado muy frecuentemente por el 92% de los jóvenes encuestados; en cuanto al uso de operadores booleanos, una alternativa de búsqueda lógica de datos mediante palabras y signos, el 54.92% de los estudiantes manifestó nunca usarla.



Elaboración propia

6.2 Uso de herramientas de búsqueda según su capital cultural

En cuanto al uso de herramientas de búsqueda informativa en Internet, los jóvenes con KC Alto (96.27%), KC Medio (89.29%) y KC Bajo (90.08%) usan muy frecuentemente el buscador Google.

Tabla 42 Uso de herramientas de búsqueda en Internet según KC

Tipo de herramienta	Nivel de Capital Cultural (KC)		
	Alto	Medio	Bajo
Buscador Google	96.27 % MF	89.29 % MF	90.08 % MF
Otros buscadores (Yahoo, Bing, Ask, Ecosia, Altavista, otros)	32.84% AV	25.89% F	29.75% CN
Buscadores especializados (Google Scholar, Scopus, Redalyc)	25.37% MF	26.79% F	30.58% MF
Operadores boolanos	60.45% N	9.82 % N	44.17% N
Bibliotecas virtuales	31.34% AV	30.36% AV	33.88% AV

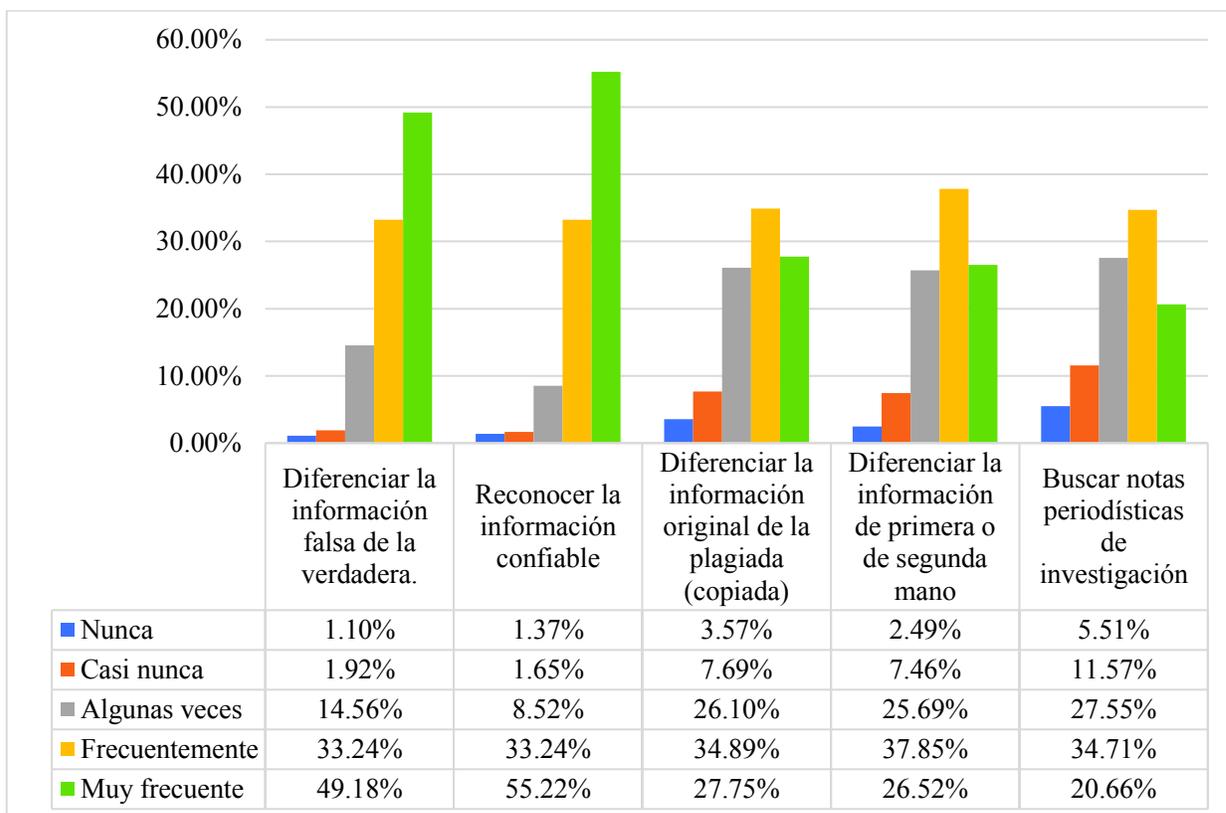
Elaboración propia

MF= Muy frecuentemente F= Frecuentemente AV= Algunas veces CN= Casi nunca N= Nunca

6.3 Selección de fuentes e información

¿Qué aspectos priorizan los estudiantes universitarios para seleccionar información y fuentes informativas en Internet? Este fue el propósito del reactivo ocho, los resultados mostrados en la siguiente gráfica es posible observar que 55.2% de los estudiantes encuestados contestó que muy frecuentemente una de sus principales preocupaciones al momento de buscar información en Internet es poder reconocer información confiable, opción que arrojó el más alto valor de media con 3.39. Además, al 49.18% muy frecuentemente la preocupa diferenciar

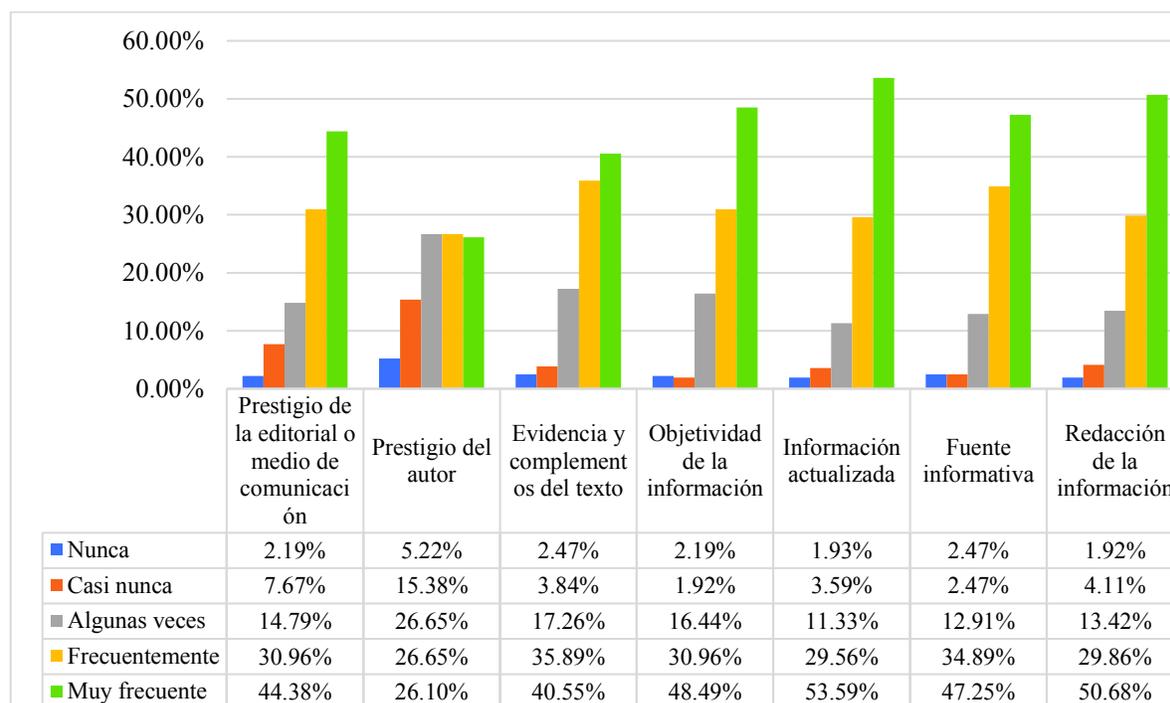
información falsa de la verdadera; el 34.895% ubicó frecuentemente la opción de diferenciar información original de la plagiada, con 37.85% frecuentemente diferenciar información de primera mano y en último sitio con el 34.71% frecuentemente buscar notas periodísticas.



Elaboración propia

Por otra parte, también se preguntó a los jóvenes qué aspectos toman en cuenta para seleccionar fuentes informativas confiables, en este aspecto, el 53.5% de los estudiantes manifestó muy frecuentemente valorar la información actualizada, opción que alcanzó una media de 3.29. En segundo lugar, otro aspecto valorado muy frecuentemente por el 50.68% de los sujetos de estudio es la redacción; asimismo, el 48.49% de los jóvenes manifestó también considerar muy frecuentemente la objetividad de la información, y el 47.25% la

fFuente informativa. Además, el 44.38% considera muy frecuentemente el prestigio de la casa editorial o del medio de comunicación donde consultan la información; el 40.5% considera muy frecuentemente que la fuente informativa ofrezca evidencia complementaria en el texto que consultan, y sólo el 26.65% considera frecuentemente. Estos y otros datos se muestran en la siguiente tabla:



Elaboración propia

6.4 Selección de fuentes e información según su capital cultural

Al buscar información en Internet la principal preocupación de los jóvenes es tener la capacidad de reconocer aquella información que es confiable, aspecto no está determinado por su KC, aunque sí hay variación en la frecuencia entre los grupos que integran esta caracterización.

Tabla 43 Criterios 1 para selección informativa según KC

Tipo de criterio	Categorización de Capital Cultural (KC)		
	Alto	Medio	Bajo
Diferenciar la información falsa de la verdadera	57% (MF)	43% (MF)	44% (MF)
Reconocer la información confiable	66% (MF)	50% (MF)	47% (MF)
Diferenciar la información original de la plagiada (copiada)	34% (MF)	37%(F)	38% (F)
Diferenciar información de primera o segunda mano	33% (F)	43% (F)	36% (F)
Buscar notas periodísticas de investigación	32% (F)	34% (F)	36% (F)

Elaboración propia

Entre los aspectos que los estudiantes universitarios toman en cuenta para seleccionar información y fuentes confiables en Internet, muy frecuentemente procuran que ésta sea confiable. Se trata de un criterio en el cual coinciden los jóvenes de los tres grupos de capital cultural: KC Alto= 59%, KC Medio= 53%, y KC Bajo= 47%. Además de tomar en cuenta dicha consideración, se visualizan otros criterios de selección informativa y fuentes confiables según el KC.

Tabla 44 Criterios 2 para selección informativa según KC

Tipo de criterio	Categorización de Capital Cultural (KC)		
	Alto	Medio	Bajo
Prestigio de la editorial o medio de comunicación	42% (MF)	44% (MF)	41% (MF)
Prestigio del autor	25% (MF)	32% (AV)	32% (F)
Evidencia y complementos del texto (fotografía, infografía, audio, video, tablas estadísticas)	45% (MF)	41% (F)	41% (MF)
Objetividad de la información	63% (MF)	39% (F)	42% (MF)
Información actualizada	59% (MF)	53% (MF)	47% (MF)
Fuente informativa	51% (MF)	47% (MF)	42% (MF)
Redacción de la información	52% (MF)	54% (MF)	45% (F)

Elaboración propia

6.5 Consideraciones generales del capítulo VI.

Se advierte que entre los estudiantes universitarios prevalece el uso del buscador Google como herramienta de búsqueda informativa en Internet por encima de otras opciones más especializadas e incluso confiables, se trata de un comportamiento que no está determinado por el KC, aunque sí hay variaciones en la frecuencia de acuerdo con los grupos de KC. Una práctica que se contrapone con el aparente interés de los jóvenes por acceder a información confiable, actualizada y objetiva; y con la importancia que brindan a la información, pues consideran les podría ayudar a tomar mejores decisiones en el ámbito educativo e impactar en su trayectoria profesional. Estas definiciones permiten obtener las respuestas correspondientes a las preguntas de investigación 3 y 4 enfocadas a conocer cuáles son las herramientas de búsqueda informativa que actualmente utilizan los estudiantes universitarios, y qué criterios emplean para seleccionar información y fuentes confiables en la red. Derivado

de estos resultados, es posible deducir que la utilización del buscador general Google no sólo es para acceso informativo, sino también para resolver asuntos escolares derivados de su actividad académica. Ante ello, es pertinente insistir que con este tipo de recursos se integran al ámbito universitario y transitan su etapa universitaria.

Capítulo VII. Preferencias informativas y literacidad digital mediante el análisis de clúster

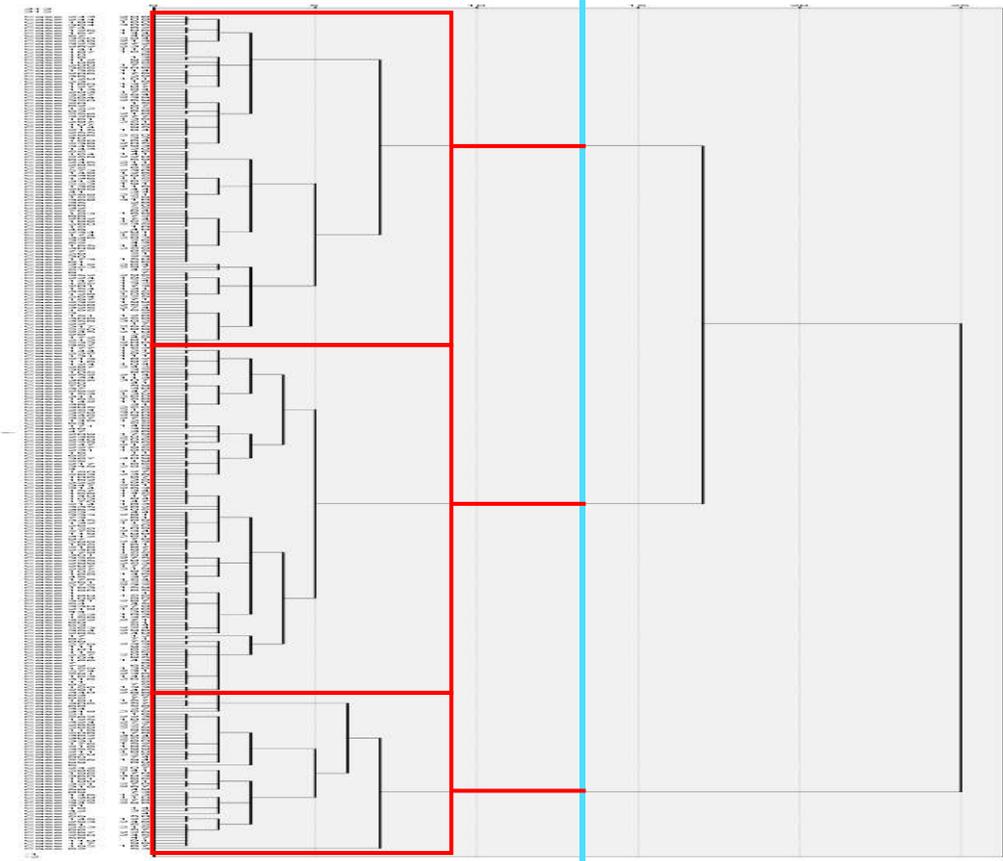
El análisis de clúster es una herramienta que permite agrupar individuos u objetos tomando en cuenta sus similitudes, en este caso los grupos no están definidos previamente, de tal manera que la técnica permite identificar grupos de acuerdo con sus características y por ende construir tipologías o clasificaciones que permitan una descripción más concreta y comprensible (Hair, Anderson, Tatham y Black, 1999). En este caso, clasificar las preferencias informativas, uso de herramientas de búsqueda en Internet, criterios para la selección de información y fuentes confiables en la red. Es pertinente aclarar que la construcción de una tipología con base a los indicadores anteriores, si bien puede resultar complementaria, pertinente e interesante a primera vista, no forma parte de los objetivos ni de las preguntas de investigación de la presente tesis, pues éstos se han cumplido y estuvieron orientados a crear una categorización de estudiantes. Sin embargo, se decidió efectuar la prueba de clúster para optimizar el uso de la información detallada en los capítulos IV y V, y fortalecer la argumentación del apartado de conclusiones y hallazgos que más adelante se expondrán. Debido a que se trata de un análisis estadístico orientado a objetivos distintos a los de esta investigación se decidió abrir este capítulo donde sólo se describen los resultados obtenidos, la interpretación de estos se incluirán en el apartado de conclusiones.

7.1 Metodología del análisis de clúster

Para obtener una tipología que describa las preferencias de consumo informativo y los indicadores asociados al concepto de literacidad digital de los estudiantes universitarios, se efectuó el análisis de clúster a partir del procedimiento de agrupación jerárquico utilizando el método de Ward con el puntaje total del instrumento de los 69 ítems que éste contiene, y

con la puntuación total bruta que arrojó la categorización del KC. Se utilizó también la medida distancia euclídea al cuadrado, lo que dio como resultado un clúster jerárquico. De esta manera se encontraron grupos de estudiantes similares con diferentes patrones de consumo informativo y literacidad digital, y se maximizó la homogeneidad dentro de cada grupo y la heterogeneidad entre los distintos grupos conformados. No hubo casos atípicos y para decidir cuántos grupos se generarían se utilizó un dendograma a través del cual se encontró que la solución más adecuada era realizar un corte en tres clústers tal como se muestra en la siguiente figura.

Dendograma de clúster jerárquico por método de Ward



Elaboración propia

Los tres grupos encontrados fueron validados por prueba de Anova de una vía con el propósito de indagar si había diferencias en los puntajes del instrumento (preferencias de consumo informativo y literacidad digital) y el capital cultural en los grupos. La tabla 45 se construyó con las medias obtenidas en cada grupo y los resultados del análisis Anova; en este sentido, los resultados arrojaron que existen diferencias estadísticamente significativas en estas variables, de tal manera que en el grupo 2 se registró el mayor valor de media (187.44, D.E=15.18) lo que representa mayor consumo informativo y literacidad digital, además, los alumnos integrados en este grupo poseen mayor puntaje de capital cultural. Mientras tanto, los jóvenes del grupo 3 tienen menor consumo informativo y literacidad digital al registrar una media de 129.12 (DE= 23.81), además de menor puntaje de capital cultural.

Tabla 45 Resultados de Anova por clúster

Variable	Clúster	N	Media	DE	Mínimo	Máximo	F	Sig.
Puntaje de preferencia informativa y literacidad digital	1	128	159.88	15.18	117	206	228.142	.000
	2	124	187.44	16.36	151	226		
	3	58	129.12	23.81	42	189		
Puntaje de capital cultural	1	128	48.95	10.10	27	71	5.992	.003
	2	124	50.38	9.80	29	70		
	3	58	44.95	9.59	27	66		

Elaboración propia

Estos resultados muestran que la conformación de los tres grupos es válida ya que son estadísticamente diferentes en las variables que los agrupan, así como en sus puntajes generales de preferencia de consumo informativo y literacidad digital. Para caracterizarlos se decidió nombrarlos: Preferencia y literacidad alta (clúster 2), Preferencia y literacidad media (clúster 1), Preferencia y literacidad baja (clúster 3). Asimismo, se encontró que cada grupo tiene puntajes diferentes de capital cultural, aunque esta variable no los define.

7.2 Resultados del análisis de clúster

7.2.1 Preferencias informativas

En la tabla 46 se pueden apreciar las diferencias entre estas tipologías en relación con las preferencias de consumo informativo de corte temática y geográfica, y los indicadores que conforman el concepto de literacidad digital. El grupo de Preferencia y literacidad alta, Preferencia y literacidad media, Preferencia y literacidad baja, expresan una preferencia de consumo informativo temática en el rubro de Cultura y entretenimiento; por otra parte, el comportamiento estadístico es similar en el caso del grupo alto y medio, y mucho menor en el bajo. Sin embargo, difieren en la preferencia de consumo geográfico, el grupo alto tiene mayor consumo de información internacional y nacional; el grupo de Preferencia y literacidad media expresa la misma tendencia, aunque los valores son menores en comparación al grupo de Preferencia y literacidad alta. En el grupo de Preferencia y digitalización baja los valores que expresan el consumo temático y geográfico son menores, en este caso, la tendencia de consumo informativo geográfico es sobre sucesos locales.

Tabla 46 Análisis de consumo información temática y geográfica por clúster

	Preferencia y literacidad alta		Preferencia y literacidad media		Preferencia y literacidad baja	
	Media	DE	Media	DE	Media	DE
Gobierno y política	1.94	0.87	1.77	0.94	1.03	0.90
Economía y negocios	2.01	0.87	1.70	0.99	1.05	0.91
Ciencia y tecnología	2.77	0.83	2.66	0.90	1.86	0.87
Deportes	2.19	1.25	1.93	1.35	1.40	1.30
Seguridad pública	2.02	0.84	1.97	0.90	1.33	0.94
Cultura y entretenimiento	3.05	0.90	2.98	0.96	2.48	1.22
Académica	2.81	0.93	2.85	0.97	1.84	1.04
Internacional	3.03	0.94	2.63	1.00	1.81	1.12
Nacional	3.01	0.81	2.59	0.86	1.79	1.06
Estatal	2.52	0.89	2.23	0.91	1.64	1.02
Local	2.72	0.98	2.49	1.00	1.86	1.15

Elaboración propia

Al explorar el formato mediático a través del cual los tres grupos efectúan este consumo informativo, ya sea tradicional o digital, el grupo de Preferencia y literacidad baja registra menor frecuencia de consumo en general y de uso de medios digitales. En estos indicadores se expresaron las principales diferencias entre el grupo de Preferencia y literacidad alta, y el grupo de Preferencia y literacidad media, ya que el primero tiene valores mayores en comparación al segundo. Aunque en el consumo del formato de radio tradicional ambos grupos arrojaron valores de media muy similares, 2.07 en el grupo alto y 2.05 en el grupo medio. Además, hay una alta frecuencia en el uso del teléfono inteligente en los tres grupos, así como en uso de laptop aunque el grupo de baja literacidad utiliza menos este dispositivo electrónico.

Tabla 47 Análisis de preferencias de consumo mediático y uso de dispositivos por clúster

	Preferencia y literacidad alta		Preferencia y literacidad media		Preferencia y literacidad baja	
	Media	DE	Media	DE	Media	DE
Radio Tradicional (AM o FM)	2.07	1.13	2.05	1.15	1.40	1.11
Radio Online	3.48	0.81	2.61	1.38	2.03	1.41
Radio en Facebook	3.45	0.93	2.58	1.43	2.21	1.41
Radio en Twitter	3.05	1.28	0.88	1.19	1.29	1.41
Radio por Aplicación del medio	2.48	1.15	1.22	1.12	1.34	1.16
Periódico Impreso	1.48	1.02	1.22	0.93	0.71	0.86
Periódico Online	2.54	1.14	1.97	1.07	1.24	1.06
Periódico en Facebook	2.91	1.13	2.23	1.33	1.53	1.26
Periódico en Twitter	2.58	1.31	0.82	1.19	1.03	1.23
Periódico en Aplicación del medio	2.10	1.21	0.94	0.93	0.84	0.91
Revista Impresa	1.60	1.08	1.43	1.08	0.81	0.83
Revista Online	2.45	1.18	1.93	1.18	0.98	0.91
Revista en Facebook	2.66	1.23	1.66	1.26	1.14	1.21
Revista en Twitter	2.46	1.37	0.65	0.90	0.66	0.98
Revista en Aplicación del medio	2.06	1.21	0.88	0.92	0.66	0.89
Televisión en Pantalla de tv	2.60	1.15	2.27	1.34	1.79	1.21
Televisión en YouTube	3.61	0.71	3.11	1.04	2.88	0.90
Televisión en Facebook	3.22	1.13	2.48	1.35	1.93	1.31
Televisión en Twitter	2.82	1.32	0.79	1.17	1.19	1.43
Televisión en Aplicación del medio	2.47	1.21	1.30	1.17	1.02	1.16
Televisión en Aplicación (Netflix, Claro video, otros)	3.51	0.85	2.63	1.48	2.52	1.48
Teléfono inteligente	3.84	0.64	3.93	0.26	3.66	0.76
Tablet	2.13	1.51	1.00	1.25	1.09	1.33
Lap top	2.93	1.26	3.01	1.19	2.29	1.14
Computadora de escritorio	2.28	1.45	1.77	1.54	1.53	1.34

Elaboración propia

Otro aspecto que se puede observar en la tabla 47 es la tendencia en cuanto a la preferencia de consumo informativo a través de formatos tradicionales y digitales de los medios de comunicación; en el caso de la radio, los grupos alto y bajo prefieren la red social de Facebook para escuchar este medio; mientras que el clúster de Preferencia y literacidad

media, lo hace a través de Internet. Asimismo, los tres grupos de clúster realizan la consulta informativa mediante el periódico en la red social de Facebook; mientras que, en el caso de las revistas, dicho consumo también se efectúa en Facebook por parte de los grupos alto y bajo; el grupo de Preferencia y literacidad media utiliza la versión en Internet. Los tres grupos coinciden en el consumo televisivo a través del canal de YouTube, y con cifras muy similares, en segundo lugar, se ubica el servicio de streaming (Netflix, ClaroVideo, otros).

En cuanto a la importancia que se brinda al consumo informativo de corte temático y geográfico, así como a los beneficios que esta práctica puede representar; los grupos de Preferencia y literacidad alta y media tienen un comportamiento similar al registrar los niveles más altos en este aspecto; mientras que el grupo de Preferencia y literacidad baja otorga menor importancia a todo tipo de información temática o geográfica y a todas las razones enunciadas en el instrumento. La única excepción y donde los grupos expresaron una valoración similar es en la importancia del consumo de información deportiva donde los valores de medias son 1.94 (DE= 0.77) en el grupo alto, de 1.77 (DE= 0.93) en el grupo medio, y de 1.69 (DE= 0.86) en el grupo bajo, con lo cual se puede establecer que se trata del tema informativo al que brindan menor importancia. Asimismo, el consumo informativo de mayor importancia para los tres grupos es la académica, donde los valores de medias son de 2.77 (DE=0.51) en el grupo alto, asimismo el grupo medio tuvo un valor de 2.82 (DE= 0.39) y el grupo bajo un valor de media de 2.34 (DE= 0.71); para este último grupo además de ciencia y tecnología, también destaca la preferencia de información académica, la cual arrojó un valor de 2.34 (DE= 0.69).

Al analizar los datos sobre los beneficios que el consumo informativo puede brindar, la opción “estar informado sobre diversos temas es importante porque me permite tomar mejores decisiones como estudiante” fue la que obtuvo mayor valor de media 2.80 (DE=

0.40) en el grupo de Preferencia y literacidad alta; mientras que en el grupo de Preferencia y literacidad media, esta misma respuesta obtuvo el mayor valor de media 2.87 (DE= 0.34); en el caso del grupo de Preferencia y literacidad baja, el ítem “conocer sobre diversos temas me permite interactuar con otras personas” fue el que tuvo mayor valor de media 2.41 (DE= 0.62). Estos resultados pueden observarse en la tabla 48.

Tabla 48 Análisis de la importancia informativa por clúster

	Preferencia y literacidad alta		Preferencia y literacidad media		Preferencia y literacidad baja	
	Media	DE	Media	DE	Media	DE
Internacional	2.59	0.51	2.57	0.54	2.00	0.59
Nacional	2.66	0.48	2.75	0.43	2.16	0.67
Estatad	2.70	0.46	2.69	0.50	2.22	0.68
Local	2.71	0.51	2.77	0.47	2.36	0.64
Gobierno y política	2.51	0.59	2.47	0.56	2.05	0.76
Economía y Negocios	2.46	0.59	2.51	0.60	1.93	0.77
Ciencia y tecnología	2.69	0.48	2.75	0.50	2.34	0.69
Deportes	1.94	0.77	1.77	0.93	1.69	0.86
Seguridad pública	2.58	0.51	2.59	0.55	2.29	0.73
Cultura y entretenimiento	2.51	0.63	2.32	0.73	2.19	0.69
Académica	2.77	0.51	2.82	0.39	2.34	0.71
Estar informado sobre diversos temas es importante porque me permite tomar mejores decisiones como estudiante.	2.80	0.40	2.87	0.34	2.33	0.60
Conocer sobre diversos temas me permite interactuar con otras personas	2.72	0.49	2.66	0.55	2.41	0.62
Estar informado sobre diversos temas es importante para mi futuro desarrollo profesional.	2.75	0.45	2.83	0.40	2.38	0.67
Conocer sobre diversos temas informativo favorece mi trayectoria académica	2.71	0.51	2.80	0.42	2.38	0.64
Estar informado sobre diversos temas me permite ser mejor ciudadano	2.43	0.73	2.41	0.68	2.10	0.85

Elaboración propia

7.2.2 Literacidad digital

Uno de los indicadores que integran el concepto de literacidad es el uso de herramientas de búsqueda informativa en Internet, los tres grupos de clúster tienen mayor frecuencia de uso del buscador Google, seguido de los buscadores especializados (Google Scholar, Scopus, Redalyc, otros) en comparación con otros buscadores; asimismo, los tres grupos de clúster utilizan con poca frecuencia los operadores booleanos para la búsqueda informativa, aunque el clúster de Preferencia y literacidad alta reporta más uso de éstos (Media= 1.02 / DE= 1.06) en comparación a los otros dos grupos. Dichos resultados se pueden observar en la tabla 49.

Tabla 49 Análisis de herramientas de búsqueda por clúster

Tipo de herramienta de búsqueda	Preferencia y literacidad alta		Preferencia y literacidad alta		Preferencia y literacidad alta	
	Media	DE	Media	DE	Media	DE
Buscador (Google)	3.93	0.26	3.98	0.15	3.72	0.56
Otros buscadores (Yahoo, Bing, Ask, Ecosia, Altavista, otros)	1.90	1.21	1.41	1.04	1.47	1.22
Buscadores especializados (Google Scholar, Scopus, Redalyc)	2.50	1.29	2.39	1.34	1.74	1.25
Operadores booleanos	1.02	1.06	0.46	0.78	0.50	0.80
Bibliotecas virtuales	1.94	1.22	1.70	1.21	1.28	0.99

Elaboración propia

En relación con los criterios para la selección informativa y fuentes confiables, la respuesta en que coinciden los tres grupos es “Reconocer información confiable”, de tal manera que en el grupo de Preferencia y literacidad media arrojó un valor de 3.59 (DE= 0.62) siendo este el clúster que mayor valor otorgó a dicha opción; el grupo de Preferencia y literacidad alta le brinda un valor de media 3.55 (DE= 0.60), para ubicarse así en el segundo valor más alto de este grupo; en tanto, el clúster de Preferencia y literacidad baja también arrojó el mayor valor de media 2.88 (DE= 1.09).

El criterio con mayor valor para el grupo de Preferencia y literacidad alta es “Información actualizada” con una media de 3.57 (DE= 0.65); siendo esta misma respuesta la segunda con el valor más alto en el grupo de Preferencia y literacidad baja con una media de 2.83 (DE= 1.14).

Preferencia y literacidad baja otorgó menor importancia a todos criterios planteados el instrumento al ser el clúster con los menores valores de media. Mientras tanto, el grupo de Preferencia y literacidad alta, y Preferencia y literacidad media, arrojaron niveles más altos e incluso similares en algunas opciones de respuesta.

Tabla 50 Análisis de criterios de selección informativa por clúster

Criterio de selección informativa	Preferencia y literacidad alta		Preferencia y literacidad media		Preferencia y literacidad baja	
	Media	DE	Media	DE	Media	DE
Diferenciar la información falsa de la verdadera.	3.44	0.72	3.44	0.73	2.78	0.97
Reconocer la información confiable	3.55	0.60	3.59	0.62	2.88	1.09
Diferenciar la información original de la plagiada (copiada)	3.05	0.83	2.81	0.99	2.21	1.20
Diferenciar la información de primera o de segunda mano	3.09	0.73	2.76	0.98	2.31	1.16
Buscar notas periodísticas de investigación	2.86	0.90	2.55	1.06	1.86	1.13
Prestigio de la editorial o medio de comunicación	3.43	0.76	3.16	1.04	2.45	1.08
Prestigio del autor	2.92	1.05	2.53	1.08	1.81	1.21
Evidencia y complementos del texto	3.44	0.77	3.13	0.90	2.57	1.01
Objetividad de la información	3.47	0.77	3.33	0.78	2.50	1.05
Información actualizada	3.57	0.65	3.33	0.83	2.83	1.14
Fuente informativa	3.52	0.73	3.27	0.77	2.60	1.12
Redacción de la información	3.49	0.74	3.34	0.82	2.55	1.13

Elaboración propia

Consideraciones generales del capítulo VII.

Los resultados del análisis de clúster permiten establecer que, de acuerdo con la clasificación informativa de corte temático, las preferencias de consumo informativo de los estudiantes universitarios están orientadas a los temas de Cultura y entretenimiento, tendencia que no está determinada por la clasificación Preferencia y literacidad alta, media y baja, construida para este propósito. Mientras que las preferencias con base a la clasificación informativa de corte geográfico sí están definidas según la categoría de Preferencia informativa y literacidad; en este caso, el grupo alto y medio expresan mayor consumo de información nacional, mientras que el grupo bajo tiende al consumo de notas locales.

Al explorar sobre cuál es el medio de comunicación y el formato mediático a través del cual se efectúa dicho consumo informativo, se encontró que predomina la red social de Facebook para acceder a programas de radio, consultar la prensa e incluso revistas; solamente hay una variación con respecto al grupo de Preferencia y literacidad media donde se prefiere el formato en línea para el acceso a la radio y revistas. En cuanto a la televisión los tres grupos de clúster se inclinan por el consumo del canal YouTube, aunque el servicio de streaming (Netflix, ClaroVideo, otros) presentan una ligera diferencia. Es pertinente destacar que a pesar de que los formatos tradicionales de los medios de comunicación citados son los menos consumidos en relación con el formato en línea y Facebook; incluso, el periódico y la revista impresa son las opciones mediáticas menos recurridas por los universitarios. En cuanto al dispositivo electrónico de mayor uso, el teléfono celular se ubicó en primer lugar, resultado que no está asociado a la tipología del grupo clúster. Asimismo, esta clasificación por clúster tampoco determina la importancia que los jóvenes brindan al consumo informativo que un

universitario debe realizar, los tres grupos coincidieron que es importante mantenerse informados sobre sucesos Locales, y Académicos, aunado al de Ciencia y tecnología, este último sólo, para el grupo de Preferencia y literacidad baja. La misma tendencia se observa en el uso de herramientas de búsqueda en Internet, sin importar el grupo de clúster, prevalece el uso de Google; mientras que, para los tres grupos los principales criterios de búsqueda informativa son: reconocer información confiable - respuesta que obtuvo los valores de media más altos por los tres grupos-, seguido de la opción de diferenciar información falsa de la verdadera, la cual fue valorada en segundo lugar por los tres grupos. En cuanto a selección de información y fuentes confiables, sí hubo una pequeña variación de acuerdo con el grupo de clúster, el alto y bajo consideraron primordial información actualizada; y el grupo medio, la redacción de la información. También se observó que el grupo de Preferencia y Literacidad baja, es el que más obtuvo los valores más bajos en comparación de los grupos medios y altos.

Conclusiones y análisis de datos.

Este trabajo de investigación nació de la inquietud de indagar sobre las preferencias informativas de los estudiantes universitarios, considerando que este sector poblacional es el principal usuario de Internet y entre las prácticas más destacadas que realizan en la red se encuentra el consumo informativo, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019) y los resultados de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (Endutih). En el proceso de completar la idea inicial se decidió abundar sobre las herramientas utilizadas para buscar esa información y en los criterios implementados para selección de esta; con el propósito de indagar qué existe más allá de estas prácticas comunicativas y del puro dato estadístico, se construyó una propuesta de investigación interdisciplinar y se eligió un enfoque metodológico cuantitativo. La población universitaria siempre se ha caracterizado por su heterogeneidad y complejidad, sin embargo esta investigación no se enfocó en esas diferencias sino en los rasgos que los distinguen y caracterizan como una generación nacida y educada en lo que Castells (2003) denominó sociedad del conocimiento, un término repetido y poco reflexionado, “una sociedad en la que las condiciones de generación de conocimiento y procesamiento de información han sido sustancialmente alteradas por una revolución tecnológica centrada en el procesamiento de información, generación del conocimiento y las tecnologías de la información” (p.7)

Para superar las diferencias sociales y académicas inherentes a los universitarios, se retomó el concepto sociológico de capital cultural (Bourdieu, 1987) y se hizo una propuesta operacional de esta noción con base al esquema desarrollado por Casillas, Chain y Jácome (2005) y aplicado en población universitaria; de esta manera fue posible el funcionamiento de una noción teórica que convirtió en el eje central de esta investigación. Derivado de ello

se estableció como objetivo general conocer el capital cultural de los estudiantes de nivel licenciatura y relacionar esta noción con sus preferencias informativas, uso de herramientas de búsqueda en Internet, y los criterios implementados para seleccionar dicha información y fuentes confiables de la misma. Para ello se construyó una categorización que permitió conocer, por una parte, cuál es el capital cultural de los estudiantes de nivel licenciatura que los Universidad de Sonora recibió en el semestre 2019-2; y en una segunda etapa establecer cuáles son sus preferencias y frecuencia de consumo informativo en relación con el capital cultural.

La construcción del marco teórico y esquema metodológico, explicados a lo largo de los capítulos II y III, respectivamente, permitieron cumplir con los objetivos general y específicos; mientras que los resultados dieron respuesta a las cuatro preguntas de investigación planteadas al inicio de la tesis.

La fórmula: $\text{capital escolar} + \text{capital familiar} = \text{capital cultural}$ (Casillas, Chain y Jácome, 2005) ayudó a calcular y determinar cuál es el capital cultural de los estudiantes de la Universidad de Sonora, de esta manera se construyó una categorización integrada por indicadores propios del contexto y la población analizada. Dicha tipología determinó tres grupos: Capital cultural alto (KC Alto), Capital cultural medio (KC M) y Capital cultura bajo (KC B). De la muestra representativa de 368 estudiantes con la cual se trabajó, fue posible establecer que el 36.41% (134) se ubicó en el grupo de KC Alto, mientras que el 30.71% (113) se situó con un KC Medio, y el 32.88% (121) restante en KC Bajo. El hecho de que los jóvenes que cursan una carrera universitaria tengan en común ser estudiantes o determinado promedio de edad, no los convierte en una población que debe ser vista de manera homogénea; y esa consideración es el principal error de autoridades universitarias y planta docente (Casillas, De Garay, Vergara y Puebla, 2001).

Los resultados de esta tesis demuestran que, al definir y analizar una categorización de capital cultural, los estudiantes recibidos por la Universidad de Sonora son una población que se caracteriza por su diversidad, eso representa una amplia variedad de experiencias en el proceso de adaptación a la compleja dinámica universitaria; por otro lado, son jóvenes que provienen de un origen social diferente, y éste también impacta y ha impacto en sus condiciones de vida y aprendizaje previo.

Un aspecto determinante de dichas diferencias está relacionado con el nivel escolar de los padres -uno de los indicadores considerados dentro del capital familiar- mientras los padres de jóvenes con KC Alto cuentan principalmente con grado de licenciatura, carrera técnica y posgrado; en el KC Medio, los padres tienen principalmente estudios de secundaria y preparatoria; y en el KC Bajo, prevalece la escolaridad de secundaria, incluso se detectaron algunos casos en los que los padres no tienen estudios; lo cual visibiliza: 1) que la Universidad de Sonora aún recibe en sus aulas estudiantes de primera generación, es decir, son los primeros de sus familias en asistir a la universidad; esto a su vez evidencia 2) el rezago existente en materia de cobertura educativa a nivel superior¹³ (Anuies, 2018); siendo éste uno de los principales problemas del sector educativo en nuestro país en todos los niveles.

La marcada diferencia en la formación escolar de los padres asociado al capital de los jóvenes es trascendental; pues de acuerdo con Bourdieu (1998) hay una estrecha relación entre el capital cultural que hereda la familia y el capital escolar adquirido en la escuela, pero,

¹³ La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (Anuies) reconoce que en México existe un importante rezago educativo que ubica a nuestro país 10 puntos porcentuales por debajo del promedio de cobertura universitaria que proporcionan países de Latinoamérica y el Caribe. La matrícula universitaria en México es de 38.4%, equivalente a 38.4 millones de jóvenes entre 18 y 22 años.

además, resulta imposible atribuir únicamente a una de estas instancias la dotación de capital cultural de un individuo.

Otro aspecto para resaltar es el hecho de que en el grupo de estudiantes con KC Alto hay mayor proporción de padres, en comparación a los de KC Medio, y Bajo, que laboralmente se desempeñan como funcionarios, ejecutivos y empresarios, lo cual no sólo determina el nivel económico, sino la disposición de mayores bienes materiales y la posibilidad de contar, en la etapa de formación básica, con instrucción educativa adicional a la cursada institucionalmente.

Una diferencia importante detectada entre cada tipología de KC fue la conformación del capital escolar. Esta variable se construyó con los indicadores de: la calificación alcanzada en la evaluación de admisión Excoba, promedio general de bachillerato y en el nivel obtenido en el Examen Diagnóstico de inglés. En este caso, el promedio de calificación alcanzado en el Excoba es bajo por los jóvenes con KC Alto, incluso de calificaciones reprobatorias para los de KC Medio, y Bajo; ante lo cual se puede señalar que los jóvenes llegan a la universidad con una deficiente formación escolar previa. Lo anterior se respalda con el informe 2018 del Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos (PISA¹⁴, por sus siglas en inglés) de la OCDE¹⁵ donde se refiere que “los estudiantes mexicanos obtuvieron un puntaje bajo en el promedio OCDE en lectura, matemáticas y ciencias” (p.1) desempeño que se ha mantenido sin cambios a lo largo de la participación de México en esta evaluación.

¹⁴ La evaluación PISA es una encuesta que se aplica cada tres años entre alumnos de 15 años a fin de evaluar conocimientos y habilidades que son importantes para desempeñarse en la sociedad.

¹⁵ La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) es un organismo internacional conformado por 38 estados y coordina políticas sociales y económicas.

La diferencia en el dominio y conocimiento del idioma inglés también es evidente, los jóvenes del grupo con KC Alto poseen un nivel avanzado-intermedio de este idioma, lo cual puede atribuirse a la condición laboral y económica familiar; mientras que, en el grupo de KC Bajo, hubo algunos casos de quienes no acreditaron ningún nivel de conocimientos de dicho idioma. La importancia de considerar este indicador como parte del capital escolar de los alumnos es porque el dominio de uno o varios idiomas representa una ventaja social, académica y profesional -en este caso el inglés- no sólo es la posibilidad de acceder a expresiones culturales en inglés, también representa la oportunidad de consumir información que les permita tener una visión más integral de la sociedad; y por otra parte, también significa mayor seguridad de aspirar a otros niveles de formación académica como estudios de posgrado, además de mayores oportunidades de incursionar profesionalmente en el contexto internacional.

La segunda pregunta de investigación estuvo asociada con las preferencias de consumo informativo de los estudiantes, identificando para ello la prevalencia de consumir información asociada a eventos de Cultura y entretenimiento (32%), quedando en segundo sitio la información Académica (26%), Deportes (17%), Ciencia y tecnología (14%); mientras que la información relacionada con Gobierno y política (5%), Economía y negocios (3.8%), y Seguridad pública (3.2%), es el tipo de información menos consultada; tendencia por la cual se puede establecer que los jóvenes privilegian el consumo de temas relacionados al ocio y es un comportamiento que desconcierta ante el escenario de que los jóvenes se encuentran en una etapa de formación importante. Dicho consumo informativo se realiza principalmente en el formato digital que ofrecen los medios de comunicación, específicamente la red social de Facebook para el caso de la radio, periódico y revistas; y la televisión se consume mediante el canal de YouTube y con menos de medio punto

porcentual, a través del servicio de streaming; quedando de lado los formatos tradicionales de los medios de comunicación, al menos para los jóvenes universitarios, quienes acceden a estas opciones informativas principalmente a través del teléfono inteligente.

Sobre cuáles las herramientas de búsqueda informativa en Internet, aspecto planteado en la pregunta de investigación tres, se encontró que los estudiantes utilizan principalmente el buscador general Google (92%), seguido de buscadores especializados (26%) como Google Scholar Scopus, Redalyc, entre otros, dejando de lado otro tipo de herramientas de mayor confiabilidad como los Operadores booleanos, y bibliotecas virtuales.

A su vez, la pregunta cuatro permitió abundar acerca de los criterios que usan los estudiantes universitarios para seleccionar información y fuentes confiables en la red; los resultados arrojaron que las dos principales preocupaciones de los alumnos (55%) es reconocer información confiable y (49%) reconocer información falsa de la verdadera; mientras que al momento de seleccionar una fuente informativa confiable toman principalmente en consideración: información actualizada (53%), redacción de la información (50%), la objetividad de la información (48%), luego la fuente informativa (47%), en tercer lugar el prestigio de la editorial o del medio de comunicación (44%).

La idea del estudiante universitario de acceder a información confiable, verdadera y objetiva se desvanece ante el hecho que dejan de lado la utilización de herramientas específicas como los operadores booleanos o bibliotecas virtuales; motivo por el cual sería interesante abundar en la noción de confiabilidad, veracidad y objetividad relacionados con al consumo informativo.

Uno de los objetivos específicos estuvo enfocado a establecer relaciones entre la categorización de capital cultural, con los conceptos de preferencia y frecuencia de consumo informativo, y de literacidad digital. El cruce de variables reveló que los jóvenes con KC

Bajo obtuvieron los valores más inferiores en comparación a los grupos de KC Alto, y KC Medio; comportamiento que también se reflejó en el conglomerado de Preferencia y literacidad baja. La tipología de KC Bajo son estudiantes que consumen con mayor frecuencia información de tipo local por arriba de la de tipo nacional, y sólo algunas veces consultan eventos asociados al ámbito internacional; los estudiantes de KC Alto frecuentemente consumen información internacional y nacional, los de KC Medio notas de eventos nacionales; aunque el análisis clúster reveló que las preferencias informativas del conglomerado medio también están orientadas a eventos internacionales y por otra parte confirmó que el conglomerado bajo consumo solamente notas locales.

Éste y otros comportamientos diferenciados entre los grupos de la tipología del KC, aunado al análisis clúster de las preferencias expresadas por los estudiantes, evidencian la heterogeneidad de los estudiantes universitarios y es un aspecto que no debe dejarse de lado al momento de intentar comprenderlos e implementar acciones institucionales desde la universidad.

A continuación, se presenta en la tabla 51 un resumen comparativo de los resultados de la categorización de KC en relación con los conglomerados del análisis clúster.

Tabla 51 Resultados comparativos por ítem entre KC y análisis clúster

Ítem	Categorización de KC (Alto, medio y bajo)	Tipología clúster (Alto, medio y bajo)	Dato nuevo
Preferencia informativa temática	Cultura y entretenimiento para los tres grupos	Cultura y entretenimiento para los tres grupos	
Preferencia informativa geográfica	KC Alto: Internacional y nacional KC Medio: Nacional KC Bajo: Local	Alto: Internacional y nacional Medio: Internacional y nacional Bajo: Local	Consumo de información internacional para la categorización media
Consumo informativo radio	Facebook para los tres grupos	Alto: Facebook Medio: Online Bajo: Facebook	
Consumo informativo de periódico	Facebook para los tres grupos	Facebook para los tres grupos	
Consumo informativo de revista	Alto: Online Medio: Online Bajo: Facebook	Alto: Facebook Medio: Online Bajo: Facebook	
Consumo informativo de televisión	Alto: Netflix / YouTube Medio: YouTube / Netflix Bajo: YouTube / Netflix	Canal de YouTube para los tres grupos	
Dispositivo electrónico para consumo informativo	Teléfono inteligente para los tres grupos	Teléfono inteligente para los tres grupos	
Importancia de consumo informativo para un estudiante	Local y académica para los tres grupos	Local y académica para los tres grupos	
Valoración informativa	Tomar mejores decisiones como estudiantes para los tres grupos	Tomar mejores decisiones como estudiantes para grupos alto y medio. Interactuar con otras personas para grupo bajo	Interactuar con otras personas
Herramienta de búsqueda	Google más usada para los tres grupos	Google para los tres grupos	
Herramientas de búsqueda	Op booleanos menos usados para los tres grupos	Op booleanos menos usados para los tres grupos	
Al buscar información me preocupa	Reconocer información confiable para los tres grupos	Reconocer información confiable para los tres grupos	
Para seleccionar información y fuentes confiables	Información actualizada para los tres grupos. Objetividad de la información, sólo para KC Alto.	Información actualizada para los tres grupos. Redacción de la información, sólo para grupo bajo	Redacción de la información

Elaboración propia

De acuerdo con la tabla anterior, llama la atención el hecho de que las preferencias informativas de tipo temático no están determinadas por el KC, aunque hay diferencias de frecuencia entre los grupos KC Alto, KC Medio y KC Bajo, consumen principalmente eventos asociados a cultura y entretenimiento. En cuanto al KC y al consumo informativo según los medios de comunicación, se mantiene la preferencia del canal de YouTube y con poca diferencia al servicio streaming, para el caso de la televisión, sin importar el KC del estudiante; lo mismo sucede en la consulta del periódico en el formato de Facebook para los tres grupos de la categorización. En el caso de la radio, los de KC Medio y Bajo prefieren el formato de Facebook; y los de KC Alto escuchan la radio en línea. El consumo de información mediante revistas se hace en línea por parte de los jóvenes de KC Alto, y Medio; y los de KC Bajo en Facebook. Finalmente, el uso del teléfono inteligente es el principal dispositivo tecnológico para el acceso informativo sin estar relacionado ni definido por el capital cultural.

Los resultados del análisis clúster confirmaron las tendencias reveladas a su vez por la determinación del capital cultural, en ambos casos, se tratan de tendencias no relacionadas con el KC de los estudiantes ni con la tipología construida por el clúster. Si bien se tratan de dos categorizaciones distintas, la doble confirmación de los resultados permite mayor argumentación a las siguientes reflexiones.

Las coincidencias manifestadas en la tabla 51 demuestran que los estudiantes comparten rasgos culturales propios de su generación, se tratan de “patrones sociales y culturales que permiten la interacción coordinadas entre los miembros” (Craig, p.42) en este caso del mundo comunicativo que los jóvenes universitarios han desarrollado. Son este cúmulo de conocimientos, habilidades y prácticas adquiridas en el sistema escolar previo y a lo largo de su experiencia de vida “que no pueden no ser directamente rentables en el mercado escolar”

(Bourdieu, p. 20) y podemos considerar deficientes. Esto se refleja en la contradicción de privilegiar un consumo informativo general más enfocado al ocio, pero a la vez, consideran importante estar informados de otros temas como el académico; que a pesar de esto último, usan Google para buscar información y dejan de lado herramientas más especializada, en el entendido de que les preocupa y desean acceder a información confiable, objetiva y actualizada. Incluso, esto permite refutar las apreciaciones de que los universitarios, en su condición de nativos digitales (Prensky, 2010) poseen habilidades tecnológicas con un valor inconmensurable. Es verdad, se trata de la primera generación nacida en el siglo XXI en un contexto dominado por las tecnologías de la comunicación e información, la conectividad y accesibilidad a Internet, nacieron en la sociedad red de Manuel Castells; y probablemente por ello tengan habilidades funcionales en cuanto al manejo y uso tecnológico. Pero en un mundo donde se han borrado las fronteras del acceso informativo y tecnológico, son urgentes habilidades y pensamiento críticos. Es momento de empezar a redefinir el concepto de nativos digitales.

Los hallazgos permiten establecer que para los jóvenes universitarios Internet no es sólo una herramienta de innovación tecnológica y de información, el uso social que hacen de la red ha hecho que se convierta en su soporte cultural; y, por lo tanto, han generado rasgos identitarios particulares tal como lo advirtió Castells (2001) “la sociedad, en general, transforman la tecnología, cualquier tecnología, apropiándose, modificándola y experimentando con ella” (p.18). El conjunto de prácticas descritas en la tabla 51 no sólo describen una identidad generacional, sino que también dan indicios del *habitus*¹⁶ de los universitarios. Es pertinente

¹⁶ El concepto de *habitus* se refiere al agente o factor de reproducción cultural y simbólica, a las “disposiciones durables y transferibles -estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las

aclarar que el habitus no es parte del objetivo general de esta investigación, pero consideramos que hay señales de este concepto que han quedado al descubierto al definir el capital cultural de los universitarios y por lo tanto se requiere de mayor investigación en este sentido.

Por otra parte, el hecho de que el KC de los jóvenes no determine sus preferencias informativas ni los medios a través de los cuales consumen, buscan y seleccionan dicha información, no significa que la aplicación y operacionalización del concepto bourdesiano de capital cultural haya fracasado o no sea éste vigente; pues evidentemente hay diferencias entre los estudiantes de acuerdo con su capital cultural tal como se muestra en las tablas anteriores. De hecho, la operacionalización de la noción de capital cultural para estudiar poblaciones universitarias brinda una visión más integral de análisis y muestra de ello, es el uso de dicho esquema práctico en los últimos 15 años: Casillas, Chain y Jácome (2005 y 2007); Molina, Casillas y Colorado (2011), Colorado (2011); Molina, Casillas, Colorado y Ortega (2012); Flores, Reyes y Stagthagen (2012); Mújica, Guido y García (2012); Marqués, Gil-Hernández (2015), y Santiago (2018).

percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a reproducir” (Bourdieu, 1998. p. 54).

Recomendaciones

La aplicación de un instrumento cuantitativo para atender los objetivos y preguntas de investigación de esta tesis se debió a dos razones; por una parte, la bibliografía consultada destaca la implementación de este tipo de metodología para abordar temas similares al expresado en el presente documento: uso del tiempo, y redes sociales, consumo cultural, preferencias informativas, entre otros, en poblaciones universitarias, y se decidió continuar con esta tendencia. Por otra parte, esta investigación realizó un primer acercamiento para conocer cuáles son los temas de los que se informan los estudiantes de la Universidad de Sonora, cómo buscan y seleccionan dicha información, y por lo tanto el instrumento cuantitativo resultó la opción metodológica más viable, los resultados arrojaron datos interesantes.

Sin embargo, para dar seguimiento al tema aquí descrito, se requiere la implementación de una estrategia cualitativa e incluso mixta. Mediante la aplicación de grupos focales sería oportuno abundar en las motivaciones de los jóvenes por consumir preferentemente información asociada a eventos generales como cultura y entretenimiento incluso por encima de temas académicos o de ciencia y tecnología que están más asociados a su etapa de formación profesional; además se podría llegar a las razones que derivan en el desinterés de los jóvenes por temas de gobierno, política, economía e incluso de seguridad pública; y por otra parte abundar en la utilidad que representa para los estudiante el uso del buscador general de Google y los criterios que emplean para establecer aspectos de confiabilidad, objetividad y calidad de la información a la que acceden, así como de las fuentes consultadas. Son estos últimos aspectos los cuales también se pueden desprender como futuras líneas de investigación.

Bibliografía

Aguilar Romero, M. (2017). *La Generación Z : sus hábitos de consumo de información y las redes sociales*. (Trabajo de fin de grado). Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/63385>

Alonso Alonso, M. (2011). Reseña de "Televisión, Audiencias y Estudios Culturales" de David Morley. *Razón y Palabra*, 16 (75).

Amber L. Ferris & Erin E. Hollenbaugh (2018) A Uses and Gratifications Approach to Exploring Antecedents to Facebook Dependency, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62:1, 51-70, doi: 10.1080/08838151.2017.1375501

Baelo, R. y Cantón. I. (2010). Las TIC en las universidades de Castilla y León. *Revista Científica de Educomunicación*, 18 (35), 159-166. Madrid y León, España. doi: 10.3916/C35-2010-03-09. Recuperado de <https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=35&articulo=35-2010-19>

Bernal, A. (2008). *Preferencias del diseño de la información periodística en internet por parte de los jóvenes*. (Tesis doctoral). Universidad de Málaga. Málaga, España.

Bingué, X. y Sábada, C. (2009). *La generación interactiva en España: niños y adolescentes ante las pantallas*. Madrid, España. Colección Fundación Telefónica.

Bonnewitz, P. (2003). *La sociología de Pierre Bourdieu*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.

Bourdieu, P. (1987). Los tres estados del capital cultural. *Revista del Departamento de Sociología*. 2 (5). Recuperado de <http://www.sociologicamexico.azc.uam.mx/index.php/Sociologica/article/view/1043/1015>

Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. (Martha Pou, trad). Ciudad de México: Grijalvo. (Obra original publicada en 1984).

Bourdieu, P. (1997). *Capital cultural, Escuela y espacio social*. Madrid, España: Siglo XXI.

Bourdieu, P. (2001). *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao, España: Desclée de Brouwer SA.

Bourdieu, P. (1998). *La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, España: Taurus.

Blondel, J., & Bourdieu, P. (1981). *Sociología y cultura. Revue Française de Sociologie* (Vol.22). <https://doi.org/10.2307/3320819>

Bracho, T. (1990). Capital cultural: impacto en el rezago educativo. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, XX (2), 13-46. Recuperado de http://www.cee.edu.mx/revista/r1981_1990/r_texto/t_1990_2_02.pdf

Cabra, T; Marciales, Vivas; Gualteros, N; y Mancipe F. (2011). Dimensiones socioculturales de la competencia informacional en estudiantes universitarios: creencias, cultura académica y experiencias vitales. *Revista Iberoamericana De Educación*, 56(4), pp.1-12. Recuperado de <https://doi.org/https://doi.org/10.35362/rie5641499>

Casero-Ripollés, A., (2012). Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital. *Revista Científica de Educomunicación*. 20. (39). pp. 151-158. doi: 10.3916/C39-2012-03-05.

Casillas, M. A, Chain, R., y Jácome, N. (2005). Fundamento conceptual y operacionalización de la noción de capital cultural. En G. González (Presidencia), *VIII Congreso Nacional de Investigación Educativa*.

Casillas, M. A, Chain, R., y Jácome, N. (2007). Origen social de los estudiantes y trayectorias estudiantiles en la Universidad Veracruzana. *Revista de la Educación Superior*. 36. (142). pp. 7-29. ISSN: 0185-2760.

Casillas Alvarado, M. A., Ramírez Martinell, A., & Ortega Guerrero, J. C. (2016). Afinidad tecnológica de los estudiantes universitarios. *Innovación educativa (México, DF)*, 16(70), 151-175.

Casillas, M. A, Chain, R., y Jácome, N. (2007). Origen social de los estudiantes y trayectorias estudiantiles en la Universidad Veracruzana. *Revista de la Educación Superior*, 2 (142), pp. 7-29. ISSN: 0185-2760. En R. Castro y H. J. Suárez (Coords.), *Pierre Bourdieu en la sociología latinoamericana: el uso de campo y habitus en la investigación* (pp.317-341)

Casillas, M.A., y Ramírez, A. (2018). El habitus: una propuesta para su observación. Cuernavaca, Morelos: Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, España: Alianza Editorial.

Castells, M. (2000). *La sociedad red. Volumen I. La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid, España: Alianza Editorial.

Castells, M. (Ed.). (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid, España: Alianza Editorial.

Caudillo, D. (2014). *Relaciones Interactivas, Socialización y Mediación en Jóvenes de Secundaria del Estado de Sonora, México*. (Tesis de doctoral). Universidad de Sonora. Hermosillo.

Cerezo, P. (2017). La Generación Z y la información. *Revista de Estudios de Juventud*, 114, 95-109. ISSN-e 0211-4364. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=6828>

Cerón, A.U. (2016) El uso de conceptos teóricos de Pierre Bourdieu en la investigación educativa en México. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*. 71. pp: 192-208. Recuperado de <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/uceron2.pdf>

Colorado, A. (2011). El capital cultural y otros tipos de capital en la definición de las trayectorias escolares universitarias. Recuperado de http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v10/pdf/area_tematica_16/ponencias/1732-F.pdf

Cortés, R. (2016). Consumo de medios noticiosos en redes sociales virtuales (RSV) entre estudiantes universitarios. *Razón y palabra*. 93. pp: 483-496.

De Garay, A., y Casillas, M. A. (2002). Los estudiantes como jóvenes: una reflexión sociológica. En A. Nateras (Coord.), *Jóvenes, culturas e identidades urbanas*. pp: 245-262. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.

Di Lucca, S. (2013). El comportamiento actual de la Generación Z en tanto futura generación que ingresará al mundo académico. *Universidad de Palermo, Italia. Prieiga per internet*: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/2255_pg.pdf, 1-33.

Durand, J.P. (2005). *Poder, gobernabilidad y cambio institucional en la Universidad de Sonora, 1991-2001*. (Tesis de maestría). Universidad de Sonora, Hermosillo, Sonora.

García-Avilés, J., Navarro-Maillo., F. y Arias-Robles, F. (2014). La credibilidad de los contenidos informativos en Internet para los ‘nativos digitales’: estudio de caso. *Palabra Clave*, 17 (3), pp: 857-894. doi: 10.5294/pacla.2014.17.3.13

García, F., Barrio, F., Durán, J., Gamonal, R., y Gálvez, M. (2011). *Señas de identidad del “nativo digital”*. Una aproximación teórica para conocer las claves de su unicidad. ResearchGate. doi: 10.5209/rev_CDMU.2011.v22.38339

- Gauntlett, D. (2008). Teoría y comunicación frente al fantasma digital. En Scolari, C. (Ed.), *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. (pp. 31-68). Barcelona, España: Gedisa.
- Gómez, M., Roses, S., y Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Revista Científica de Educomunicación*. 19 (38). pp. 131-138. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-03-04>.
- Gutiérrez-Rentería, M.E., Santana-Villegas, J.C., y Pérez-Ayala, M. (2017) Smartphone: usos y gratificaciones de los jóvenes en México en 2015. *Palabra Clave*. 20 (1). pp. 47-68. doi: 1035294/pacla.2017.20.1.3
- Guzmán, A. (2013). *El uso del tiempo de los estudiantes de la Universidad de Sonora*. (tesis de maestría). Universidad de Sonora, Hermosillo, Sonora.
- Guzmán, C. (2017). Las nuevas figuras estudiantiles y los múltiples sentidos de los estudios universitarios. *Revista de la Educación Superior*. 46 (182). pp: 71-87. doi: 10.1016/j.resu.2017.03.002.
- Hair, J., Anderson, R.E., Tatham, R.L., y Black, W.L. (1999). *Análisis Multivariante*. (E. Prentice y D. Cano, Trad.). Madrid, España: Prentice Hall.
- Kelly, K. (2008). Conversar sobre las hipermediaciones. En Scolari, C. (Ed.), *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. (pp. 119-144). Barcelona, España: Gedisa.
- Ferreiro, R. (2006). *El reto de la educación del siglo XXI: la generación N.*, 6 (5), pp:72-85. ISSN 1665-6180.
- Flores, M.A., Reyes, N., y Stadthagen, H. (2013). El capital cultural de los estudiantes universitarios: el caso de la Universidad Autónoma del Estado de México, una aproximación. Registro SIEA: 3178/2012CU.

Hansson, B. (1999). Interdisciplinarity: For What Purpose? *Policy Sciences*, 32(4), 339-343.

Retrieved April 29, 2020, from www.jstor.org/stable/4532474

Hernández, M. (2013). La búsqueda y selección de la información online: análisis de las acciones estratégicas de los estudiantes universitarios. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 14 (2), pp. 85-106. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=201028055004>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2017). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares*. 105/18. Recuperado de

http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDU_TIH2018_02.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2018). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2018*. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2018/default.html> Informe Anual 2018-2019 (2019).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2018). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2018*. Recuperado de

https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ENDUTIH_2019.pdf

Katz, C. Response: Disciplining Interdisciplinarity Author(s): Cindi Katz Source: *Feminist Studies*, Vol. 27, No. 2 (Summer, 2001), pp. 519-525 Published by: Feminist Studies, Inc. Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/3178777> . PARA CHECAR

La Jornada. (19 de agosto de 2018). *Reconoce Anuires rezago en cobertura educativo a nivel superior*. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/2018/08/19/sociedad/029n2soc>

León, G., Castillo, E., Montes, M. y Caudillo, D. (2013). *Relaciones interactivas, internet y jóvenes de secundaria en México*. Hermosillo, México: Universidad de Sonora y Secretaría de Educación y Cultura.

León, G., Caudillo, D., Contreras, C. y Moreno, D. (2015). *Jóvenes y medios digitales móviles en México. Un estudio de variables asociadas en perspectiva interdisciplinar*. Hermosillo, México: Pearson.

León, G. y Abril, J. (2016). Cibercultura juvenil y comunicación audiovisual. La sociabilidad de jóvenes de educación superior. En León, G. y Castillo, E. (Ed.), *Cibercultura y tecnología digital. Estudios interdisciplinarios en Sonora, México*. Hermosillo, México. (pp. 21-100). Hermosillo, México: Qartuppi.

León, G., Meza, A., Aragón, D. y Castillo, J. (2017). *Interdisciplina y campo periodístico. Estudios de caso en Sonora, México*. Hermosillo, México: Universidad de Sonora e Instituto Sonorense de Cultura.

Livingstone, S. y Helsper, E. (2010). Balancing opportunities and risks in teenager's use of the internet: the role of online skills and internet self-efficacy. *New media & society*, 12(2), 309-329. doi: 10.1177/1461444809342697. Recuperado de <http://eprints.lse.ac.uk/35373/>

López-Golán, M., Campos, F., López-López, P., y Rivas, F. (Ed.). (2018). *La comunicación en la nueva sociedad digital*. Mérida, Venezuela: Gráficas El Portatítulo.

López, R., González M.G., y Ortiz, G. (2016). Jóvenes universitarios interactuando en red: tres contextos, tres miradas. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*. 5. pp. 35-47. doi: <http://dx.doi.org/10.15304/ricd.2.5.3526>.

<http://www.usc.es/revistas/index.php/ricd/article/view/3526/4103>

- Lozano, J.C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson.
- Marqués, I., y Gil-Hernández, C.J. (2015). Origen social y sobreeducación en los universitarios españoles: ¿es meritocrático el acceso a la clase de servicio? *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 150 pp. 89-112. doi: 10.5477/cis/reis.150.89.
- Martínez, F. (2011). Las redes sociales: una aproximación conceptual y una reflexión teórica sobre los posibles usos y gratificaciones de este fenómeno digital de masas. *TecCom Studies Estudios de tecnología y comunicación*. 1 pp. (26-34) ISSN: 2173-6588
- Mitchelstein, E., Boczkowski, P.J., Wagner, C. y Leiva, S. (2016). La brecha de las noticias en Argentina: factores contextuales y preferencias de periodistas y público. *Palabra Clave*, 19(4), 1027-1047. doi: 10.5294/pacla.2016.19.4.4
- Molina, A., Casillas, M.A., Colorado, A, y Ortega, J.C. (2012). *Usos del tiempo y consumo cultural de los estudiantes universitarios*. México: ANUIES.
- Molina, G. (2016). La Sociología del sistema de enseñanza de Bourdieu: reflexiones desde América Latina. *Cadernos de Pesquisa*, 46 (162), 942-946. doi: [10.1590/198053143615](https://doi.org/10.1590/198053143615).
- Mosqueda, R., y García, V. (2010) Rasgos de personalidad y gratificaciones de jóvenes usuarios del chat. *Razón y palabra* 15. (72). ISSN: 1605-4806.
- Mújica, A., Guido, P., y Gutiérrez, R.E. (2012). Factores motivacionales y de capital cultural que inciden en el comportamiento lector en estudiantes mexicanos de nivel medio superior de diferente estrato social. *Acta Colombiana de Psicología*, 15(1), 21-31. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/798/79824560003.pdf>
- Newell, W. (2001). A theory of interdisciplinary studies. *Issues in Integrative Studies*. No. 19. Pp 1-25

Ortiz, G. (2011). *Jóvenes, computadoras e internet: usos, apropiaciones y sentidos. El caso de las y los jóvenes estudiantes del Tec y de la UIN*. (tesis de doctorado). Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, Ciudad de México.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2018). *Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos (PISA). PISA 2018-RESULTADOS*. Recuperado de http://www.oecd.org/pisa/publications/PISA2018_CN_MEX_Spanish.pdf

Patry, JL. (2013). Beyond multiple methods: critical multiplism on all levels. *International Journal of Multiple Research Approaches*. 7 (1), 50-65.

Payne, S. (1999). "Interdisciplinarity: Potentials and Challenges. Systemic Practice and Action Research. 12. 173-182. DOI: 10.1023/A:1022473913711.

Prensky, M. (2010). *Nativos e inmigrantes digitales*. Madrid, España: Distribuidora SEK SA. Recuperado de [https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)

Quiroz y Norzagaray (2017) PENDIENTE DE PONER

Ramírez-Martinell, A. y Casillas, M. (2014). Hojas de trabajo de los saberes digitales. Blog del proyecto de Brecha Digital en Educación Superior. http://www.uv.mx/blogs/brechadigital/2014/08/24/hojas_saberes_digitales/.

Ramírez-Martinell, A. y Casillas, M. (2015). Los saberes digitales de los universitarios. EN Educación virtual y universidad, un modelo de evolución. Coord. Jordy Micheli pp. 77-106

Repko, A. (2008). *Interdisciplinary Research: Process and Theory*. United States of America: SAGE.

Romero-Rodríguez, L.M. (2016). Consumo informativo y competencias digitales de estudiantes de periodismo de Colombia, Perú y Venezuela. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*. (70). pp. 35-57.

Rubin, A. (1966). Usos y efectos de los media: una perspectiva uso-gratificación. En Bryant, J. y Zillmadn, D. (Ed.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. pp.555-581. Barcelona, España: Paidós.

Ruggiero, T. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society*, 3 (1), pp. 3-37 Recuperado de http://www.kayesweetser.com/wp-content/uploads/2007/08/adpr5990_ruggerio.pdf

Sánchez, R.A. (2009). ¿Quiénes son los estudiantes de la maestría en pedagogía de la UNAM?: Influencia del capital cultural y el habitus en el desarrollo académico en un posgrado. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 11(1). Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412009000100005

Szostak, R. (2012). The interdisciplinary research process. Case studies in interdisciplinary research, 3-19

Serra, C. y Martorell, C. (2017). Los medios sociales como herramientas de acceso a la información en la enseñanza universitaria. *Digital Education Review*. 32. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6328692>

Televisa, IAB México y Kantar Millward Brown. (2018). *Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos 2018*. Recuperado de <https://www.iabmexico.com/estudios/consumo-medios-2018/>

Universidad de Sonora (2020). Dirección de Planeación <https://planeacion.unison.mx/sie/alumnos/poblacion.htm>

Universidad de Sonora (2019). *2 Informe Anual 2018-2019*. Recuperado de <https://planeacion.unison.mx/informes/informe2018-2019.pdf>

Universidad de Sonora (2019). *Encuestas de apreciación estudiantil*. Recuperado de https://planeacion.unison.mx/sie/alumnos/res_satisfaccion_est.php

Universidad de Sonora (2018). *Estudio de opinión de la sociedad sobre los resultados de la Universidad de Sonora 2018*. Recuperado de https://planeacion.unison.mx/pdf/estudio_opinion_sociedad_2018.pdf

Van der Wurff, R. (2011). Are News Media Substitutes? Gratifications, Contents, and Uses. *Journal of Media Economics*, 24 (3), pp. 139-157. doi:10.1080/08997764.2011.601974

Vera, J.A., Rodríguez, C.K y Martínez, E.E. (2017). Capital cultural y competencias digitales en estudiantes universitarios. *Ventana informática*, 36, pp.99-116. ISSN: 0123-9678. DOI: 10.30554/ventanainform.36.2389.2017 CHECAR

Anexos

Instrumento cuantitativo

Tabla conceptual Modelo 0

Tabla conceptual Modelo 6



Universidad de Sonora

Posgrado Integral en Ciencias Sociales
Maestría en Ciencias Sociales

La presente encuesta tiene como objetivo conocer las preferencias de consumo informativo de los alumnos de primer ingreso de la Universidad de Sonora. Esta actividad forma parte de los estudios que actualmente se realizan en la Maestría del Posgrado Integral en Ciencias Sociales de la Universidad de Sonora. Se agradece de antemano tu valiosa participación, los datos que proporciones serán usados estrictamente con fines académicos.

I. Información personal.

- 1.- Número de expediente _____
 2.- Licenciatura: _____
 3.- Correo electrónico: _____
 Género: Mujer _____ Hombre _____

Por favor marca con una X la frecuencia con la que consultas determinado tipo de información, elige solamente una opción de frecuencia por cada opción informativa, procura no dejar espacios en blanco.

II. Preferencias y frecuencia de consumo informativo.

1. Qué tan frecuentemente consultas información:

Tipo de información		Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Gobierno política	y					
Economía negocios	y					
Ciencia tecnología	y					
Deportes						
Seguridad pública						
Cultura y entretenimiento	y					
Académica						

2. Qué tan frecuentemente consultas información:

Tipo de información	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Internacional					
Nacional					
Estatal					
Local					

3. Con qué frecuencia consumes información a través de los siguientes medios:

RADIO	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Tradicional (AM o FM)					
Online					
Facebook					
Twitter					
Aplicación del medio					

PERIÓDICO	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Impreso					
Online					
Facebook					
Twitter					
Aplicación del medio					

REVISTA	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Impresa					
Online					
Facebook					
Twitter					
Aplicación del medio					

TELEVISIÓN	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Pantalla tv					
YouTube					
Facebook					
Twitter					
Aplicación del medio					
Aplicación (Netflix, Claro video, otros)					

4. ¿Con qué frecuencia utilizas los siguientes dispositivos para informarte?

DISPOSITIVO	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Teléfono inteligente					
Tablet					
Laptop					
Computadora de escritorio					

5. Es importante que un estudiante universitario se mantenga informado acerca de sucesos:

Tipo de información	Muy de acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	En desacuerdo
Internacional				
Nacional				
Estatad				
Local				
Gobierno y política				
Economía y negocios				
Ciencia y tecnología				
Deportes				
Seguridad pública				
Cultura y entretenimiento				
Académica				

Valoración informativa	Muy de acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	En desacuerdo
Estar informado sobre diversos temas es importante porque me permite tomar mejores decisiones como estudiante.				
Conocer sobre diversos temas me permite interactuar con otras personas				
Estar informado sobre diversos temas es importante para mi futuro desarrollo profesional.				
Conocer sobre diversos temas informativo favorece mi trayectoria académica				
Estar informado sobre diversos temas me permite ser mejor ciudadano				

III. Acerca de criterios de búsqueda y selección de fuentes informativas.

6. Para buscar información en Internet uso:

Tipo de herramienta	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Buscador (Google)					
Otros buscadores (Yahoo, Bing, Ask, Ecosia, Altavista, otros)					
Buscadores especializados (Google Scholar, Scopus, Redalyc)					
Operadores boolanos					
Bibliotecas virtuales					

7. Al buscar información en Internet me preocupa:

Tipo de herramienta	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Diferenciar la información falsa de la verdadera.					
Reconocer la información confiable					
Diferenciar la información original de la plagiada (copiada)					
Diferenciar la información de primera o de segunda mano					
Buscar notas periodísticas de investigación					

8. Para seleccionar fuentes e información confiable, valoro elementos como:

Tipo de herramienta	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Prestigio de la editorial o medio de comunicación					
Prestigio del autor					
Evidencia y complementos del texto (fotografía, infografía, audio, video, tablas estadísticas)					
Objetividad de la información					
Información actualizada					
Fuente informativa					
Redacción de la información					

Gracias por participar

Tabla conceptual de la Propuesta 0.

Conceptos	VARIABLES	Indicadores	Observables	Hipótesis	Escala de valor	Fuente	Preguntas para instrumento
I.-Capital cultural	A) Capital escolar	Resultado del Examen de competencias básicas (Excoba)	60% Resultado Excoba 40% Promedio de bachillerato Total 100	Mayor puntaje, mayor capital cultural.	Alto (100 a 90)= 3 Medio (89 a 70)= 2 Bajo (69 y menos)= 1	Universidad de Sonora	No aplica
Capital escolar (9)+ capital familiar (40)= 49	Alto (9 a 7) Medio (6 a 4) Bajo (3 a 1)	Resultado del examen diagnóstico de inglés	Nivel básico: IA, IB y 2 Nivel intermedio: 3,4 y 5 Nivel intermedio avanzado: 6 y 7	Mayor conocimiento del idioma inglés, mayor capital cultural y mayor posibilidad de estudiar otro idioma; lo cual contribuye al prestigio del alumno y tiene mayores posibilidades de consultar información internacional.	Alto (Nivel avanzado e intermedio avanzado) = 3 Medio (Nivel intermedio)= 2 Bajo (Nivel básico) = 1	Universidad de Sonora	No aplica
Alto (49 a 33) Medio (32 a 17) Bajo (16 a 1)	Resultado Excoba (3) + Resultado examen de inglés (3) + tipo de bachillerato (3)= 9 puntos en total		Nivel avanzado: estudio de alguna habilidad específica del idioma inglés conversación, gramática avanzada, preparación examen TOEFL y redacción.				

									No aplica
B) Capital familiar Alto (40 a 28) Medio (27 a 14) Bajo (13 a 1)	Escolaridad de padre, madre o tutor Alto (6-5) Medio (3-4) Bajo (2-1)	Número de aspirantes postulados por cada subsistema de bachillerato, en relación al número de aspirantes seleccionados.	A mayor escolaridad de padre, madre o tutor, mayor capital cultural de los estudiantes.	Bachillerato alto= 3 Bachillerato medio= 2 Bachillerato bajo= 1	Universidat de Sonora	(13) ¿Cuál es el último grado de estudios de?			
	Ocupación de padre, madre o tutor Alto (6-5) Medio (3-4) Bajo (2-1)	Último nivel de estudios	Un nivel de empleabilidad alto, supone mayor capital familiar, y por lo tanto, mayor capital cultural de los estudiantes.	Sin estudios= 0 Primaria= 1 Secundaria= 1 Bachillerato= 2 Licenciatura= 3 Posgrado= 3 Trabajador no calificado= 1 Trabaja en labores del hogar y no recibe pago= 1 Trabajador calificado= 2 Empleado privado= 2 Trabaja por cuenta propia y no contrata personal= 2 Dueño de negocio y contrata personal= 3 Funcionario o ejecutivo= 3	Universidat de Sonora	(14) ¿Cuál es la ocupación actual de?			

<p>2.- Preferencias de consumo informativo</p>	<p>A) Preferencias y frecuencia de consumo según clasificaciones informativas y valoración de estas</p> <p>Clasificación de corte temática (28) +</p> <p>Clasificación de corte geográfica (16) +</p> <p>Valoración de la importancia del consumo informativo (44)</p> <p>28+16+44= 88</p> <p>Alto 88 a 59</p> <p>Medio 58 a 30</p> <p>Bajo 29 a 0</p>	<p>Clasificación informativa de corte y temática y geográfica</p>	<p><u>De corte temática:</u></p> <p>Gobierno y política</p> <p>Economía y negocios</p> <p>Ciencia y tecnología</p> <p>Deportes</p> <p>Seguridad pública</p> <p>Cultura y entretenimiento</p> <p>Académica</p> <p><u>De corte geográfica:</u></p> <p>Internacional</p> <p>Nacional</p> <p>Estatal</p> <p>Local</p>	<p>El estudiante con un puntaje en consumo informativo supone una visión más integral del devenir social, económico y político a nivel mundial; y por lo tanto está la posibilidad de tomar mejores decisiones.</p>	<p>Muy frecuente= 4</p> <p>Frecuente= 3</p> <p>Algunas veces= 2</p> <p>Casi nunca= 1</p> <p>Nunca= 0</p>	<p>Resultados de instrumento propio</p>	<p>(1) Qué tan frecuentemente consultas información</p> <table border="1" data-bbox="349 136 584 556"> <thead> <tr> <th>Tipo de inf.</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Gob y Pol</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Ec y Neg</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Cs y Cultura</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Deportes</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Seg Pública</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Cult y entre</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Académica</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>28</td> <td>21</td> <td>14</td> <td>7</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>(2) Qué tan frecuentemente consultas información:</p> <table border="1" data-bbox="657 136 803 556"> <thead> <tr> <th>Tipo de inf.</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Estatal</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Local</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>16</td> <td>12</td> <td>8</td> <td>4</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>(5) Es importante que un estudiante universitario se mantenga informado acerca de sucesos:</p> <table border="1" data-bbox="933 136 1282 556"> <thead> <tr> <th>Tipo de inf</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Gob y Pol</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Ec y Neg</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Cs y Cultura</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Deportes</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Seg Pública</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Cult y entre</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Académica</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Internacional</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Estatal</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Local</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>44</td> <td>33</td> <td>22</td> <td>11</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de inf.	MF	F	AV	CN	N	Gob y Pol	4	3	2	1	0	Ec y Neg	4	3	2	1	0	Cs y Cultura	4	3	2	1	0	Deportes	4	3	2	1	0	Seg Pública	4	3	2	1	0	Cult y entre	4	3	2	1	0	Académica	4	3	2	1	0	Total	28	21	14	7	0	Tipo de inf.	MF	F	AV	CN	N	Internacional	4	3	2	1	0	Nacional	4	3	2	1	0	Estatal	4	3	2	1	0	Local	4	3	2	1	0	Total	16	12	8	4	0	Tipo de inf	MF	F	AV	CN	N	Gob y Pol	4	3	2	1	0	Ec y Neg	4	3	2	1	0	Cs y Cultura	4	3	2	1	0	Deportes	4	3	2	1	0	Seg Pública	4	3	2	1	0	Cult y entre	4	3	2	1	0	Académica	4	3	2	1	0	Internacional	4	3	2	1	0	Nacional	4	3	2	1	0	Estatal	4	3	2	1	0	Local	4	3	2	1	0	Total	44	33	22	11	0
Tipo de inf.	MF	F	AV	CN	N																																																																																																																																																																										
Gob y Pol	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Ec y Neg	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Cs y Cultura	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Deportes	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Seg Pública	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Cult y entre	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Académica	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Total	28	21	14	7	0																																																																																																																																																																										
Tipo de inf.	MF	F	AV	CN	N																																																																																																																																																																										
Internacional	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Nacional	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Estatal	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Local	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Total	16	12	8	4	0																																																																																																																																																																										
Tipo de inf	MF	F	AV	CN	N																																																																																																																																																																										
Gob y Pol	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Ec y Neg	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Cs y Cultura	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Deportes	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Seg Pública	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Cult y entre	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Académica	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Internacional	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Nacional	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Estatal	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Local	4	3	2	1	0																																																																																																																																																																										
Total	44	33	22	11	0																																																																																																																																																																										

	<p>Frecuencia de consumo informativo según dispositivos tecnológicos y medios de comunicación</p> <p>Radio (20) + Periódico (20)+ Revistas (20)+ Tv (24)= 84</p> <p>Puntaje máximo que puede alcanzar un alumno= 84</p> <p>Alto 84 a 57 Medio 56 a 29 Bajo 28 a 0</p>	<p>Frecuencia de consumo informativo en a través de medios masivos de comunicación.</p> <p>Frecuencia de consumo informativo en Internet</p>	<p>Radio AM/FM Pantalla de tv Periódico impreso Revistas impresas</p> <p>Radio } Telesión } Facebook }</p> <p>Periódicos } Twitter } Revistas } App }</p>	<p>Con la llegada de Internet los medios masivos de comunicación no han desaparecido, se han complementado y migrado a la plataforma en línea. Suponemos que, a mayor capital cultural del estudiante universitario, mayor frecuencia de consumo informativo, y mayor variedad de consumo de medios de comunicación.</p>	<p>Muy frecuentemente= 4 Frecuentemente= 3 A veces= 2 Casi nunca= 1 Nunca= 0 ***** Alto 84 a 57 Medio 56 a 29 Bajo 28 a 0</p>	<p>Resultados de instrumento propio</p>	<p>(3) ¿Con qué frecuencia consultas información a través de los siguientes medios?</p> <table border="1" data-bbox="391 153 561 548"> <thead> <tr> <th>Radio</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AM / FM</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Online</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Facebook</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Twitter</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>20</td> <td>15</td> <td>10</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" data-bbox="574 153 886 548"> <thead> <tr> <th>Periódico</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Impreso</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Online</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Facebook</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Twitter</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>App del medio</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>20</td> <td>15</td> <td>10</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" data-bbox="932 153 1243 548"> <thead> <tr> <th>Revistas</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Impresa</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Sitio web</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Facebook</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Twitter</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>App del medio</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>20</td> <td>15</td> <td>10</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Radio	MF	F	AV	CN	N	AM / FM	4	3	2	1	0	Online	4	3	2	1	0	Facebook	4	3	2	1	0	Twitter	4	3	2	1	0	Total	20	15	10	5	0	Periódico	MF	F	AV	CN	N	Impreso	4	3	2	1	0	Online	4	3	2	1	0	Facebook	4	3	2	1	0	Twitter	4	3	2	1	0	App del medio	4	3	2	1	0	Total	20	15	10	5	0	Revistas	MF	F	AV	CN	N	Impresa	4	3	2	1	0	Sitio web	4	3	2	1	0	Facebook	4	3	2	1	0	Twitter	4	3	2	1	0	App del medio	4	3	2	1	0	Total	20	15	10	5	0
Radio	MF	F	AV	CN	N																																																																																																																										
AM / FM	4	3	2	1	0																																																																																																																										
Online	4	3	2	1	0																																																																																																																										
Facebook	4	3	2	1	0																																																																																																																										
Twitter	4	3	2	1	0																																																																																																																										
Total	20	15	10	5	0																																																																																																																										
Periódico	MF	F	AV	CN	N																																																																																																																										
Impreso	4	3	2	1	0																																																																																																																										
Online	4	3	2	1	0																																																																																																																										
Facebook	4	3	2	1	0																																																																																																																										
Twitter	4	3	2	1	0																																																																																																																										
App del medio	4	3	2	1	0																																																																																																																										
Total	20	15	10	5	0																																																																																																																										
Revistas	MF	F	AV	CN	N																																																																																																																										
Impresa	4	3	2	1	0																																																																																																																										
Sitio web	4	3	2	1	0																																																																																																																										
Facebook	4	3	2	1	0																																																																																																																										
Twitter	4	3	2	1	0																																																																																																																										
App del medio	4	3	2	1	0																																																																																																																										
Total	20	15	10	5	0																																																																																																																										

<p>3.- Literacidad digital</p> <p>Herramientas de búsqueda (20)</p> <p>+</p> <p>Selección de fuentes e información (43)</p> <p>Puntaje total 63</p> <p>Alto 63 a 43</p> <p>Medio 42 a 22</p> <p>Bajo 21 a 0</p>	<p>Herramientas de búsqueda informativa en Internet</p>	<p>Motores de búsqueda</p>	<p>Uso de buscadores tradicionales y especializados</p>	<p>Diversos autores suponen que la actividad de búsqueda y selección de información en Internet está ligada al contexto social, cultural y escolar del individuo; por lo tanto, a mayor capital cultural, el estudiante tendrá la capacidad de establecer estrategias de búsqueda de información y diferenciar entre fuentes informativas e información confiable y no confiable.</p>	<p>Muy frecuentemente= 4</p> <p>Frecuentemente= 3</p> <p>A veces= 2</p> <p>Casi nunca= 1</p> <p>Nunca= 0</p> <p>Alto (16 a 12)</p> <p>Medio (11 a 6)</p> <p>Bajo (5 a 0)</p>	<p>Resultados de instrumento propio</p>	<p>(5) ¿Con qué frecuencia utilizas los siguientes dispositivos para informarte?</p> <table border="1" data-bbox="427 153 594 548"> <thead> <tr> <th>Dispositivo</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tel intelig</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Tablet</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Lap top</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Pc</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>16</td> <td>12</td> <td>8</td> <td>4</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Dispositivo	MF	F	AV	CN	N	Tel intelig	4	3	2	1	0	Tablet	4	3	2	1	0	Lap top	4	3	2	1	0	Pc	4	3	2	1	0	Total	16	12	8	4	0						
Dispositivo	MF	F	AV	CN	N																																												
Tel intelig	4	3	2	1	0																																												
Tablet	4	3	2	1	0																																												
Lap top	4	3	2	1	0																																												
Pc	4	3	2	1	0																																												
Total	16	12	8	4	0																																												
<p>3.- Literacidad digital</p> <p>Herramientas de búsqueda (20)</p> <p>+</p> <p>Selección de fuentes e información (43)</p> <p>Puntaje total 63</p> <p>Alto 63 a 43</p> <p>Medio 42 a 22</p> <p>Bajo 21 a 0</p>	<p>Herramientas de búsqueda informativa en Internet</p>	<p>Motores de búsqueda</p>	<p>Uso de buscadores tradicionales y especializados</p>	<p>Diversos autores suponen que la actividad de búsqueda y selección de información en Internet está ligada al contexto social, cultural y escolar del individuo; por lo tanto, a mayor capital cultural, el estudiante tendrá la capacidad de establecer estrategias de búsqueda de información y diferenciar entre fuentes informativas e información confiable y no confiable.</p>	<p>Muy frecuentemente= 4</p> <p>Frecuentemente= 3</p> <p>A veces= 2</p> <p>Casi nunca= 1</p> <p>Nunca= 0</p> <p>*****</p> <p>Alto 20 a 14</p> <p>Medio 13 a 7</p> <p>Bajo 6 a 0</p>	<p>Resultados de instrumento propio</p>	<p>(6) Para buscar información en Internet uso:</p> <table border="1" data-bbox="898 138 1125 569"> <thead> <tr> <th>Tipo de herramienta</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Buscador</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Otros buscadores</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Buscadores Especializados</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Op. booleanos</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bibliotecas virtuales</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>20</td> <td>15</td> <td>10</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de herramienta	MF	F	AV	CN	N	Buscador	4	3	2	1	0	Otros buscadores	4	3	2	1	0	Buscadores Especializados	4	3	2	1	0	Op. booleanos	4	3	2	1	0	Bibliotecas virtuales	4	3	2	1	0	Total	20	15	10	5	0
Tipo de herramienta	MF	F	AV	CN	N																																												
Buscador	4	3	2	1	0																																												
Otros buscadores	4	3	2	1	0																																												
Buscadores Especializados	4	3	2	1	0																																												
Op. booleanos	4	3	2	1	0																																												
Bibliotecas virtuales	4	3	2	1	0																																												
Total	20	15	10	5	0																																												

	<p>Selección de fuentes e información confiable en Internet</p> <p>15+28=43 Alto 43 a 30 Medio 29 a 15 Bajo 14 a 0</p>	<p>Diversos elementos</p>	<p>Paratexto: elementos complementarios al texto (imágenes, fotografías, infografías, audio, video tablas estadísticas, fecha, autor)</p> <p>Prestigio</p> <p>Diferenciar información</p> <p>Fuente informativa</p> <p>Objetividad informativa</p>		<p>Muy frecuentemente= 3 Frecuentemente= 2 Casi nunca= 1 Nunca= 0</p>	<p>Resultados de instrumento propio</p>	<p>(7) Al buscar información en Internet me preocupa:</p> <table border="1" data-bbox="391 111 621 590"> <thead> <tr> <th>Tipo de herramienta</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Diferenciar inf falsa vs verdadera</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Reconocer inf confiable</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Diferenciar inf original vs plagada</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Diferenciar inf primera mano</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Buscar notas periodísticas de investigación</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>15</td> <td>10</td> <td></td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>(8) Para seleccionar fuentes e información confiable, valoro elementos como:</p> <table border="1" data-bbox="773 111 1032 590"> <thead> <tr> <th>Tipo de herramienta</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Prestigio editorial o del medio de comunicación</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Prestigio del autor</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Elementos del paratexto</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Objetividad de la inf</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Inf actual</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Fuente informativa</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Redacción de la inf.</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>28</td> <td>21</td> <td>14</td> <td>7</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de herramienta	MF	F	AV	CN	N	Diferenciar inf falsa vs verdadera	4	3	2	1	0	Reconocer inf confiable	4	3	2	1	0	Diferenciar inf original vs plagada	4	3	2	1	0	Diferenciar inf primera mano	4	3	2	1	0	Buscar notas periodísticas de investigación	4	3	2	1	0	Total	15	10		5	0	Tipo de herramienta	MF	F	AV	CN	N	Prestigio editorial o del medio de comunicación	4	3	2	1	0	Prestigio del autor	4	3	2	1	0	Elementos del paratexto	4	3	2	1	0	Objetividad de la inf	4	3	2	1	0	Inf actual	4	3	2	1	0	Fuente informativa	4	3	2	1	0	Redacción de la inf.	4	3	2	1	0	Total	28	21	14	7	0
Tipo de herramienta	MF	F	AV	CN	N																																																																																																		
Diferenciar inf falsa vs verdadera	4	3	2	1	0																																																																																																		
Reconocer inf confiable	4	3	2	1	0																																																																																																		
Diferenciar inf original vs plagada	4	3	2	1	0																																																																																																		
Diferenciar inf primera mano	4	3	2	1	0																																																																																																		
Buscar notas periodísticas de investigación	4	3	2	1	0																																																																																																		
Total	15	10		5	0																																																																																																		
Tipo de herramienta	MF	F	AV	CN	N																																																																																																		
Prestigio editorial o del medio de comunicación	4	3	2	1	0																																																																																																		
Prestigio del autor	4	3	2	1	0																																																																																																		
Elementos del paratexto	4	3	2	1	0																																																																																																		
Objetividad de la inf	4	3	2	1	0																																																																																																		
Inf actual	4	3	2	1	0																																																																																																		
Fuente informativa	4	3	2	1	0																																																																																																		
Redacción de la inf.	4	3	2	1	0																																																																																																		
Total	28	21	14	7	0																																																																																																		

Elaboración propia

Tabla conceptual con propuesta de integración interdisciplinar.

Modelo teórico	Escala (variable latente)	Factores	Ítems (variables manifiestas)
Teoría de la sociología cultural	Capital cultural (KC)	Capital escolar (KE)	Calificación del examen de ingreso (Excoba)
Teoría de los campos (Pierre Bourdieu, 1998)			Promedio general de preparatoria
			Resultado del examen diagnóstico de inglés
		Capital familiar (KF)	Último nivel de estudios de padre, madre o tutor
			Tipo de empleo actual de padre, madre o tutor
			Propiedad de la vivienda familiar
			Bienes materiales de la vivienda familiar
			Servicios de la vivienda familiar
			Número de habitaciones de la vivienda familiar
Tradición sociocultural del metamodelo constitutivo (Robert Craig, 1993)	Preferencias y frecuencia de consumo informativo	Clasificación informativa de corte geográfica y temática	<p>(1) ¿Qué tan frecuentemente consultas información? Internacional, Nacional, Estatal, Local.</p> <p>(2) ¿Qué tan frecuentemente consultas información? Gobierno y política, Economía y negocios, Ciencia y tecnología, Deportes, Seguridad pública, Cultura y entretenimiento, Académica.</p> <p>(5) Es importante que un estudiante universitario se mantenga informado acerca de sucesos:</p>

		<p>Frecuencia de consumo</p>	<p>Internacional, Nacional, Estatal, Local, Gobierno y política, Economía y negocios, Ciencia y tecnología, Deportes, Seguridad pública, Cultura y entretenimiento, Académica.</p> <p>(3) Con qué frecuencia consumes información a través de los siguientes medios: Radio (Tradicional AM o FM, Online, Facebook, Twitter, App) Periódico (Impreso, Online, Facebook, Twitter, App) Revista (Impresa, Online, Facebook, Twitter, App) Televisión (Pantalla tv, YouTube, Facebook, Twitter, App del medio, App streaming)</p> <p>(4) ¿Con qué frecuencia utilizas los siguientes dispositivos para informarte? Teléfono inteligente, Tablet, Laptop, Computadora de escritorio.</p> <p>(6) Para buscar información en Internet uso: Google, otros buscadores, buscadores especializados, operadores booleanos, bibliotecas virtuales.</p>
<p>Saberes digitales (Ramírez y Casillas, 2015)</p>	<p>Literacidad digital</p>	<p>Herramientas de búsqueda</p> <p>Selección de fuentes e información confiable en Internet</p>	<p>(7) Al buscar información en Internet me preocupa: diferenciar información falsa de la verdadera, reconocer la información confiable, diferenciar la información original de la plagiada, diferenciar información de primera o segunda mano, buscar notas periodísticas de investigación.</p> <p>(8) Para seleccionar fuentes de información confiable, valoro: Prestigio de la editorial o medio de comunicación, prestigio del autor, evidencia y complementos del texto (fotografía, infografía, audio, video, tablas estadísticas), objetividad de la información, información actualizada, fuente informativa, redacción.</p>

Elaboración propia

Tabla conceptual Modelo 6. Concentra la propuesta operacional teórica, construcción de variables y escala de valores usada para esta tesis.

	Variables	Indicadores	Observables	Hipótesis	Escala de valor	Fuente	Preguntas para instrumento
1.-Capital cultural	Capital escolar	Resultado del Examen de competencias básicas (Excoba) Puntaje máximo = 15	Calificación mayor y menor obtenida	Mayor calificación, mayor capital cultural.	Percentil 1 (Bajo) = 0 - 5 Percentil 2 (Medio) = 6 - 10 Percentil 3 (Alto) = 11 - 15	Universidad de Sonora	No aplica
Capital escolar (45)+ capital familiar (28)= 73	Resultado Excoba (15) + Resultado examen de inglés (15) + tipo de bachillerato (15)= 45 puntos en total	Promedio general de preparatoria Puntaje máximo = 15	Calificación mayor y menor obtenida	Mayor calificación, mayor capital cultural.	Percentil 1 (Bajo) = 0 - 5 Percentil 2 (Medio) = 6 - 10 Percentil 3 (Alto) = 11 - 15 Bajo= 5 Medio= 10 Alto= 15	Universidad de Sonora	No aplica
Percentil 1 KC Bajo 27 – 43 Percentil 2 KC Medio 44 – 52 Percentil 3 KC Alto 53 – 71	Bajo= 5 Medio= 10 Alto= 15	Resultado del examen diagnóstico de inglés Puntaje máximo = 15	Nivel básico: 1A, 1B y 2 Nivel intermedio: 3, 4 y 5 Nivel intermedio avanzado: 6 y 7 Nivel avanzado: estudio de alguna habilidad específica del idioma inglés conversación, gramática avanzada, preparación examen TOEFL y redacción.	Mayor conocimiento del idioma inglés, mayor capital cultural y mayor posibilidad de estudiar otro idioma; lo prestigia del alumno y tiene mayores posibilidades de consultar información internacional.	(Nivel básico) = 0 - 5 Medio (Nivel intermedio)= 6 - 10 Alto (Nivel avanzado e intermedio avanzado) = 11 - 15	Universidad de Sonora	No aplica

Capital familiar Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3	Escolaridad de padre Puntaje total = 3	Último nivel de estudios	A mayor escolaridad de padre, madre o tutor, mayor capital cultural de los estudiantes.	Sin estudios= 0 Primaria= 1 Secundaria= 1 Bachillerato= 2 Carrera técnica= 3 Licenciatura= 3 Posgrado= 3	Universidad de Sonora	(13) ¿Cuál es el último grado de estudios de?
Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3	Escolaridad de madre Puntaje total = 3	Último nivel de estudios	A mayor escolaridad de padre, madre o tutor, mayor capital cultural de los estudiantes.	Sin estudios= 0 Primaria= 1 Secundaria= 1 Bachillerato= 2 Carrera técnica= 3 Licenciatura= 3 Posgrado= 3	Universidad de Sonora	(13) ¿Cuál es el último grado de estudios de?
Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3	Ocupación de padre Puntaje total = 3	Tipo de empleo actual	Un nivel de empleabilidad alto, supone mayor capital familiar, y por lo tanto, mayor capital cultural de los estudiantes.	Trabajador no calificado= 1 Trabaja en labores del hogar y no recibe pago= 1 Trabajador calificado= 2 Empleado privado= 2 Trabaja por cuenta propia y no contrata personal= 2 Dueño de negocio y contrata personal= 3 Funcionario o ejecutivo= 3	Universidad de Sonora	(14) ¿Cuál es la ocupación actual de?
Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3	Ocupación de madre Puntaje máximo= 3	Tipo de empleo actual	Un nivel de empleabilidad alto supone mayor capital familiar, y por lo tanto, mayor capital cultural de los estudiantes.	Trabajadora no calificada= 1 Trabaja en labores del hogar y no recibe pago= 1 Trabajadora calificada= 2 Empleada privada= 2 Trabaja por cuenta propia y no contrata personal= 2 Dueña de negocio y contrata personal= 3 Funcionaria o ejecutiva= 3	Universidad de Sonora	(14) ¿Cuál es la ocupación actual de?
Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3	Situación socioeconómica Puntaje máximo= 3	Propiedad de la casa familiar		Propia= 3 Propia, pero la pagan= 2 Rentada= 1 Prestada= 1 Otra situación= 1	Universidad de Sonora	(4) La casa en que vive tu familia es:

	<p>Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3</p>	<p>Puntaje máximo = 3</p>	<p>Bienes de la casa familiar: Refrigerador, estufa de gas o eléctrica, lavadora, secadora, aire acondicionado, línea telefónica fija, teléfono celular, televisión de paga, Internet, televisor, computadora, impresora, reproductor de audio, reproductor de discos de video (DVD, Blu-ray), consola de videojuegos (Wii, Playstation, Xbox u otros), automóvil Valor de 1 a c/u Total 16</p>	<p>A mayor puntaje, mejores condiciones materiales y por lo tanto, mayor oportunidad de adquisición de capital escolar y cultural.</p>	<p>Percentil 1 (Bajo) = 5 -11 Percentil 2 (Medio) = 12 - 13 Percentil 3 (Alto) = 14 - 16</p> <p>Percentil 1 = 1 punto Percentil 2 = 2 puntos Percentil 3 = 3 puntos</p>	<p>Universidad de Sonora</p>	<p>(8) La casa donde vive tu familia cuenta con: (9) ¿Tu familia cuenta con automóvil? (10) ¿Cuántos?</p>
	<p>Bajo= 1 - 2 Medio= 3 - 4 Alto= 5 - 6</p>	<p>Puntaje máximo = 6</p>	<p>Servicios básicos de la casa familiar: Drenaje, agua entubada, luz eléctrica, alumbrado público, calles pavimentadas, recolección periódica de basura. Valor de 1 a c/u Total 6</p>	<p>A mayor puntaje, mejor calidad de vida y por lo tanto, mayor oportunidad de adquisición de capital escolar y cultural.</p>	<p>De 1 - 2 = 1 punto De 3 - 4 = 2 puntos De 5 - 6 = 3 puntos</p>	<p>Universidad de Sonora</p>	<p>(7) ¿Con cuáles de los siguientes servicios cuenta la casa donde vive tu familia?</p>
<p>2.- Preferencias de consumo informativo</p>	<p>Bajo= 0 - 1 Medio= 2 - 3 Alto= 4</p>	<p>Puntaje máximo = 4</p>	<p>Número de cuartos de la casa familiar</p>	<p>El estudiante con un puntaje en consumo informativo supone una visión más integral del devenir social, económico y político a nivel mundial; y por lo tanto está la posibilidad de tomar mejores decisiones.</p>	<p>De 0 a 4 = 1 punto De 5 a 10 = 2 puntos De 11 a 15 = 3 puntos De 16 a 20 = 4 puntos</p>	<p>Universidad de Sonora</p>	<p>(5) La casa donde vive tu familia, ¿cuántos cuartos, incluyendo cocina, comedor, sala y estancia, tiene?</p>
	<p>Clasificación de corte y temática de corte y geográfica</p> <p>Clasificación de corte temática (28) +</p> <p>Clasificación de corte geográfica (16) = 44</p> <p>Puntaje total = 44</p>	<p>De corte temática: Gobierno y política Economía y negocios Ciencia y tecnología Deportes Seguridad pública Cultura y entretenimiento Académica Total = 28</p>	<p>Muy frecuente = 4 Frecuente = 3 Algunas veces = 2 Casi nunca = 1 Nunca = 0</p>	<p>Resultados de instrumento propio</p>	<p>(4) Qué tan frecuentemente consultas información</p>		

Tipo de inf.	MF	F	AV	CN	N
Gob y Pol	4	3	2	1	0
Ec y Neg	4	3	2	1	0
Cs y Cultura	4	3	2	1	0
Deportes	4	3	2	1	0
Seg Pública	4	3	2	1	0
Cult y entre	4	3	2	1	0
Académica	4	3	2	1	0
Total	28	21	14	7	0

(5) Qué tan frecuentemente consultas información:

Tipo de inf.	MF	F	AV	CN	N
Internacional	4	3	2	1	0
Nacional	4	3	2	1	0
Estatal	4	3	2	1	0
Local	4	3	2	1	0
Total	16	12	8	4	0

(5) Es importante que un estudiante universitario se mantenga informado acerca de sucesos:

Tipo de inf	MF	F	AV	CN	N
Gob y Pol	4	3	2	1	0
Ec y Neg	4	3	2	1	0
Cs y Cultura	4	3	2	1	0
Deportes	4	3	2	1	0
Seg Pública	4	3	2	1	0
Cult y entre	4	3	2	1	0
Académica	4	3	2	1	0
Internacional	4	3	2	1	0
Nacional	4	3	2	1	0
Estatal	4	3	2	1	0
Local	4	3	2	1	0
Total	44	33	22	11	0

De corte geográfica

Internacional
 Nacional
 Estatal
 Local
Total= 16

<p>Frecuencia de consumo informativo según dispositivos y medios de comunicación de tecnológicos y medios de comunicación tradicionales</p> <p>Bajo (1 - 28) Medio (29 - 56) Alto (57 - 84)</p>	<p>Frecuencia de consumo informativo en a través de medios masivos de comunicación.</p> <p>Frecuencia de consumo informativo en Internet</p> <p>Radio (20) + Periódico (20)+ Revistas (20)+ Tv (24)= 84</p> <p>Puntaje total= 84</p>	<p>Radio AM/FM Pantalla de tv Periódico impreso Revistas impresas</p> <p>Radio } Online Television } Facebook } Periódicos } Revistas } Twitter App</p>	<p>Con la llegada de internet los medios de comunicación masiva no han desaparecido, se han complementado y migrado a la plataforma en línea. Suponemos que, a mayor capital cultural del estudiante universitario, mayor frecuencia de consumo informativo, y mayor variedad de consumo de medios de comunicación</p>	<p>Muy frecuentemente= 4 Frecuentemente= 3 A veces= 2 Casi nunca= 1 Nunca= 0 ***** Alto 84 a 57 Medio 56 a 29 Bajo 28 a 0</p>	<p>Resultados de instrumento propio</p>	<p>(6) ¿Con qué frecuencia consultas información a través de los siguientes medios?</p> <table border="1" data-bbox="1169 147 1315 546"> <thead> <tr> <th>Radio</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AM / FM</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Online</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Facebook</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Twitter</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>20</td> <td>15</td> <td>10</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" data-bbox="1169 567 1315 966"> <thead> <tr> <th>Periódico</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Impreso</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Online</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Facebook</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Twitter</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>App del medio</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>20</td> <td>15</td> <td>10</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" data-bbox="1169 987 1315 1386"> <thead> <tr> <th>Revistas</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Impresa</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Sitio web</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Facebook</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Twitter</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>App del medio</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>20</td> <td>15</td> <td>10</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Radio	MF	F	AV	CN	N	AM / FM	4	3	2	1	0	Online	4	3	2	1	0	Facebook	4	3	2	1	0	Twitter	4	3	2	1	0	Total	20	15	10	5	0	Periódico	MF	F	AV	CN	N	Impreso	4	3	2	1	0	Online	4	3	2	1	0	Facebook	4	3	2	1	0	Twitter	4	3	2	1	0	App del medio	4	3	2	1	0	Total	20	15	10	5	0	Revistas	MF	F	AV	CN	N	Impresa	4	3	2	1	0	Sitio web	4	3	2	1	0	Facebook	4	3	2	1	0	Twitter	4	3	2	1	0	App del medio	4	3	2	1	0	Total	20	15	10	5	0
Radio	MF	F	AV	CN	N																																																																																																																									
AM / FM	4	3	2	1	0																																																																																																																									
Online	4	3	2	1	0																																																																																																																									
Facebook	4	3	2	1	0																																																																																																																									
Twitter	4	3	2	1	0																																																																																																																									
Total	20	15	10	5	0																																																																																																																									
Periódico	MF	F	AV	CN	N																																																																																																																									
Impreso	4	3	2	1	0																																																																																																																									
Online	4	3	2	1	0																																																																																																																									
Facebook	4	3	2	1	0																																																																																																																									
Twitter	4	3	2	1	0																																																																																																																									
App del medio	4	3	2	1	0																																																																																																																									
Total	20	15	10	5	0																																																																																																																									
Revistas	MF	F	AV	CN	N																																																																																																																									
Impresa	4	3	2	1	0																																																																																																																									
Sitio web	4	3	2	1	0																																																																																																																									
Facebook	4	3	2	1	0																																																																																																																									
Twitter	4	3	2	1	0																																																																																																																									
App del medio	4	3	2	1	0																																																																																																																									
Total	20	15	10	5	0																																																																																																																									
	<p>Frecuencia de consumo informativo a través de dispositivos tecnológicos</p>	<p>Frecuencia de consumo informativo a través de dispositivos tecnológicos</p>		<p>Muy frecuentemente= 4 Frecuentemente= 3 A veces= 2 Casi nunca= 1 Nunca= 0</p>	<p>Resultados de instrumento propio</p>	<p>(5) ¿Con qué frecuencia utilizas los siguientes dispositivos para informarte?</p>																																																																																																																								

<p>3.- Literacidad digital Herramientas de búsqueda (20) + Selección de fuentes e información (15+28) Puntaje total 63 Bajo (1 –21) Medio (22 –42) Alto (43 – 63)</p>	<p>Herramientas de búsqueda informativa en Internet</p>	<p>Motores de búsqueda</p>	<p>Uso de buscadores tradicionales y especializados Total= 20</p>	<p>Diversos autores suponen que la actividad de búsqueda y selección de información en Internet está ligada al contexto social, cultural y escolar del individuo, por lo tanto, a mayor capital cultural, el estudiante tendrá la capacidad de establecer estrategias de búsqueda de información y diferenciar entre fuentes informativas e información confiable y no confiable.</p>	<p>Muy frecuentemente= 4 Frecuentemente= 3 A veces= 2 Casi nunca= 1 Nunca= 0 ***** Alto 20 a 14 Medio 13 a 7 Bajo 6 a 0</p>	<p>Resultados de instrumento propio</p>	<p>(6) Para</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de herramienta</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Buscador</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Otros buscadores</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Buscadores Especializados</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Op. booleanos</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bibliotecas virtuales</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>20</td> <td>15</td> <td>10</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>buscar información en Internet uso:</p>	Tipo de herramienta	MF	F	AV	CN	N	Buscador	4	3	2	1	0	Otros buscadores	4	3	2	1	0	Buscadores Especializados	4	3	2	1	0	Op. booleanos	4	3	2	1	0	Bibliotecas virtuales	4	3	2	1	0	Total	20	15	10	5	0	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Dispositivo</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tel intelig</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Tablet</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Lap top</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Pc</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>16</td> <td>12</td> <td>8</td> <td>4</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Dispositivo	MF	F	AV	CN	N	Tel intelig	4	3	2	1	0	Tablet	4	3	2	1	0	Lap top	4	3	2	1	0	Pc	4	3	2	1	0	Total	16	12	8	4	0
Tipo de herramienta	MF	F	AV	CN	N																																																																																		
Buscador	4	3	2	1	0																																																																																		
Otros buscadores	4	3	2	1	0																																																																																		
Buscadores Especializados	4	3	2	1	0																																																																																		
Op. booleanos	4	3	2	1	0																																																																																		
Bibliotecas virtuales	4	3	2	1	0																																																																																		
Total	20	15	10	5	0																																																																																		
Dispositivo	MF	F	AV	CN	N																																																																																		
Tel intelig	4	3	2	1	0																																																																																		
Tablet	4	3	2	1	0																																																																																		
Lap top	4	3	2	1	0																																																																																		
Pc	4	3	2	1	0																																																																																		
Total	16	12	8	4	0																																																																																		
				<p>Alto (16 a 12) Medio (11 a 6) Bajo (5 a 0)</p>																																																																																			

	<p>Selección de fuentes e información confiable en Internet 15+28=43 Bajo (1 – 14) Medio (15 – 29) Alto (30 – 43)</p>	<p>Diversos elementos</p>	<p>Paratexto: elementos complementarios al texto (imágenes, fotografías, infografías, audio, video tablas estadísticas, fecha, autor) Prestigio Diferenciar información Fuente informativa Objetividad informativa Total= 15</p>	<p>Muy frecuentemente= 3 Frecuentemente= 2 Casi nunca= 1 Nunca= 0</p>	<p>Resultados de instrumento propio</p>	<p>(7) Al buscar información en Internet me preocupa:</p> <table border="1" data-bbox="354 111 695 590"> <thead> <tr> <th>Tipo de herramienta</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Diferenciar inf falsa vs verdadera</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Reconocer inf confiable</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Diferenciar inf original vs plagiada</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Diferenciar inf primera mano</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Buscar notas periodísticas de investigación</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>15</td> <td>10</td> <td></td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>(8) Para seleccionar fuentes e información confiable, valoro elementos como:</p> <table border="1" data-bbox="922 111 1263 590"> <thead> <tr> <th>Tipo de herramienta</th> <th>MF</th> <th>F</th> <th>AV</th> <th>CN</th> <th>N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Prestigio editorial o del medio de comunicación</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Prestigio del autor</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Elementos del paratexto</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Objetividad de la inf</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Inf actual</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Fuente informativa</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Redacción de la inf.</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>28</td> <td>21</td> <td>14</td> <td>7</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de herramienta	MF	F	AV	CN	N	Diferenciar inf falsa vs verdadera	4	3	2	1	0	Reconocer inf confiable	4	3	2	1	0	Diferenciar inf original vs plagiada	4	3	2	1	0	Diferenciar inf primera mano	4	3	2	1	0	Buscar notas periodísticas de investigación	4	3	2	1	0	Total	15	10		5	0	Tipo de herramienta	MF	F	AV	CN	N	Prestigio editorial o del medio de comunicación	4	3	2	1	0	Prestigio del autor	4	3	2	1	0	Elementos del paratexto	4	3	2	1	0	Objetividad de la inf	4	3	2	1	0	Inf actual	4	3	2	1	0	Fuente informativa	4	3	2	1	0	Redacción de la inf.	4	3	2	1	0	Total	28	21	14	7	0
Tipo de herramienta	MF	F	AV	CN	N																																																																																																	
Diferenciar inf falsa vs verdadera	4	3	2	1	0																																																																																																	
Reconocer inf confiable	4	3	2	1	0																																																																																																	
Diferenciar inf original vs plagiada	4	3	2	1	0																																																																																																	
Diferenciar inf primera mano	4	3	2	1	0																																																																																																	
Buscar notas periodísticas de investigación	4	3	2	1	0																																																																																																	
Total	15	10		5	0																																																																																																	
Tipo de herramienta	MF	F	AV	CN	N																																																																																																	
Prestigio editorial o del medio de comunicación	4	3	2	1	0																																																																																																	
Prestigio del autor	4	3	2	1	0																																																																																																	
Elementos del paratexto	4	3	2	1	0																																																																																																	
Objetividad de la inf	4	3	2	1	0																																																																																																	
Inf actual	4	3	2	1	0																																																																																																	
Fuente informativa	4	3	2	1	0																																																																																																	
Redacción de la inf.	4	3	2	1	0																																																																																																	
Total	28	21	14	7	0																																																																																																	

Elaboración propia

