

The background of the entire page is a network graphic consisting of numerous small, light-colored circular nodes connected by thin, light-colored lines. The nodes are distributed across the page, with some appearing larger than others. The overall effect is a complex, interconnected web of points and lines, suggesting a digital or social network. The background color transitions from a light pink at the top to a darker purple at the bottom.

# JÓVENES ESTUDIANTES Y CULTURA DIGITAL: UNA INVESTIGACIÓN EN PROCESO

## Bitácora de la propuesta metodológica cuantitativa

Virtualis, Año 5, número 9, enero-mayo 2014  
<http://aplicaciones.ccm.itesm.mx/virtualis/index.php/virtualis/index>

# JÓVENES ESTUDIANTES Y CULTURA DIGITAL: UNA INVESTIGACIÓN EN PROCESO

## Bitácora de la propuesta metodológica cuantitativa

Dra. Delia Crovi Druetta<sup>1</sup> y  
Mtra. María Consuelo Lemus Pool<sup>2</sup>

### Antecedentes

El presente trabajo comparte la estrategia metodológica cuantitativa del proyecto SEP-CONACYT, programa Ciencia Básica (convocatoria 2012), titulado Jóvenes y cultura digital. Nuevos escenarios de interacción social<sup>3</sup>. Su propósito general es identificar los mecanismos de interacción que se ponen en marcha cuando algunos sectores juveniles hacen uso de las redes sociales digitales. Interesa particularmente a este estudio recabar las percepciones que los propios jóvenes tienen de esos recursos, así como su impacto en las prácticas culturales que despliegan.

En el contexto de esta investigación, entendemos por juventud a grupos de jóvenes cambiantes, contradictorios, diversos, complejos, que cuentan con determinadas características, según el contexto social y cultural en donde se desenvuelven. Se trata a nuestro juicio de una categoría social que actualmente remite a una serie de significados, culturas y visiones del mundo, estrechamente ligados con el desarrollo e impacto de las tecnologías digitales. Tal vínculo se expresa en las actividades cotidianas y estilos de vida de los jóvenes, que varía dependiendo del tiempo, del espacio y también de su actividad social preponderante. Es por ello que la investigación a la que estamos haciendo referencia considera grandes grupos: estudiantes de nivel medio

---

1 Comunicóloga y latinoamericanista. Profesora e investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Investigadora Nacional Nivel 3, Sistema Nacional de Investigadores, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT. / [crovidelia@gmail.com](mailto:crovidelia@gmail.com)

2 Comunicóloga. Estudiante del Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. / [consuelo.lemuspool@gmail.com](mailto:consuelo.lemuspool@gmail.com)

3 Agradecemos al Programa Ciencia Básica SEP-CONACYT de México el financiamiento de la investigación Jóvenes y cultura digital. Nuevos escenarios de interacción social (CB/2012-No. 178329), de cuyos avances se desprenden estas reflexiones. Una versión anterior de este trabajo se presentó como ponencia en el XXVI Encuentro Nacional de la AMIC: "La investigación de la comunicación ante la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones, radiodifusión y competencia económica", Universidad Autónoma de San Luis Potosí, mayo de 2014.

superior, superior y posgrado, así como jóvenes trabajadores<sup>4</sup>. Desde ámbitos diferentes estos jóvenes responden a los parámetros de una generación que ha desarrollado nuevas habilidades y estructuras de pensamiento, producto de la cultura digital en la cual, entre otras situaciones, se identifican novedosas formas de aprendizaje, de lectura, de creación del conocimiento y de modos de trabajar, con distintas prácticas y formas de vivir su cotidianidad tanto académica como social, política y cultural. En estas reflexiones sólo nos referiremos a jóvenes estudiantes de educación media superior y superior, ya que para el estudio de los demás segmentos se emplearán instrumentos cualitativos.

Pierre Lévy (2007), al analizar las tecnologías digitales en el proceso de construcción de una cibercultura, considera que además de los componentes de carácter simbólico, al concepto cultura se suman otros factores fundamentales: las técnicas, los artefactos y los entornos materiales. Desde su perspectiva, la cibercultura se desarrolla conjuntamente con el crecimiento del ciberespacio, originado en infraestructuras materiales —tales como las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), redes de ordenadores y de otros artefactos digitales—, así como los contenidos que esos recursos guardan y vehiculan. En nuestra investigación asumimos las posturas de Levy, que están en concordancia con los planteamientos de Leontiev y Vigostky cuando definen a la apropiación como un proceso de transformación cultural —algo que ocurre con la cultura digital—, en el cual debemos considerar a los recursos materiales, simbólicos y las prácticas que ellos conllevan (Crovi, 2009). La suma de esos factores incide en las prácticas sociales de los individuos y, por lo tanto, en la transformación social de la cultura.

En el marco de esta investigación descartamos conceptualmente el término activismo para centrarnos en el de interacción, porque este último tiene más alcances al vincularlo a una teoría de la acción desarrollada en un contexto social específico. Entendemos por interacción a acciones entre personas, en las que también están o pueden estar involucrados otros agentes sociales, hechos u objetos, así como marcos contextuales diversos. Según la psicología social, que ha estudiado ampliamente este proceso, las interacciones son influencias determinantes para todo individuo. Las prácticas culturales cotidianas de los jóvenes implican numerosas interacciones mediadas tecnológicamente por recursos digitales. Ello los lleva a configurar una visión del mundo en la que ambos elementos, interacción-digitalización, están interrelacionados. Sostenemos que esta situación no conduce directamente al activismo, sino que crea matices y niveles de interacción que son los que buscamos tipificar en este estudio. Reconocemos que es posible visibilizar estrategias de acción y participación vía redes digitales, no obstante, consideramos que aún es necesario identificar desde el campo del conocimiento de la comunicación, cómo se dan estos procesos, así como su continuidad en el tiempo.

A partir de estas consideraciones, aceptamos dos supuestos básicos:

Los jóvenes con acceso a las innovaciones tecnológicas se han apropiado de la digitalización, desplegándola en sus prácticas culturales cotidianas desde las cuales se convierten en protagonistas de un cambio que, aunque en apariencia es espontáneo y desarticulado, ejerce presión sobre el sistema social. Ellos están desarrollando diversos tipos de interacción apoyados en recursos digitales, lo cual configura una realidad que representa un desafío para la sociedad, en especial para los adultos, ya que deben ampliar su comprensión sobre este tema.

---

<sup>4</sup> Hemos también considerado de manera adicional a los llamados “ninis”, debido a que buscamos matizar el concepto —generalmente empleado de manera despectiva y para referir un grupo marginal— con una lectura más realista de ese grupo juvenil y su relación con las innovaciones tecnológicas.

Apoyada en recursos digitales, la juventud actual está alzando su voz para expresar reclamos, puntos de vista, mostrar producciones culturales, compartir, organizarse, entretenerse o comunicarse. Estas interacciones repercuten más allá de las prácticas culturales de su generación, por lo que es necesario estudiar la dinámica de esos procesos, tipificarlos y valorar su importancia social.

## Reporte metodológico de la fase cuantitativa

En el contexto planteado, el objetivo de este documento es presentar el desarrollo de la estrategia metodológica empleada para la fase cuantitativa del proyecto SEP-CONACYT (2012/178329) Jóvenes y Cultura Digital: nuevos escenarios de interacción social. Creemos que abordar aspectos metodológicos resulta de gran utilidad, ya que seguimos el propósito de compartir un nuevo instrumento, desarrollado por este proyecto, que busca conocer situaciones novedosas para la comunicación en el marco de la cultura digital, el cual puede ser ilustrativo en el desarrollo de otras investigaciones, así como de interés para contrastarlo con otros estudios.

La estrategia cuantitativa que exponemos a continuación se complementa con otras dos aproximaciones: el desarrollo de 11 grupos focales que tuvo lugar en marzo de 2013 y la aplicación de entrevistas en profundidad con jóvenes con interacciones frecuentes en las redes sociales digitales, que estamos llevando a cabo a partir de junio de 2014. El primero de estos acercamientos cualitativos nos permitió contar con un referente general y amplio del tema bajo estudio, construido a partir de las expresiones personales de jóvenes estudiantes y trabajadores. La segunda aproximación busca dirigir nuestra búsqueda de información a sujetos activos en redes sociales digitales, específicamente aquellos determinados mediante una escala previa que valora sus niveles de interacción, producto de los resultados obtenidos en las dos etapas empíricas anteriores. En conjunto, los instrumentos cualitativos y el cuantitativo que explicamos en este artículo tienen el propósito de arrojar los resultados de una exploración que refleja las opiniones juveniles en su propia voz.

Con el fin de desarrollar una exposición más clara de las características particulares del método empleado, presentamos tres apartados de análisis: 1) La construcción del instrumento; 2) La delimitación del universo, la muestra de estudio y la operacionalización del criterio de aleatoriedad de las unidades muestrales; y finalmente 3) los sesgos intrínsecos y extrínsecos del diseño metodológico.

### 1. Construcción del instrumento

El primer reto teórico-metodológico presentado en esta etapa fue desarrollar un instrumento de análisis que cumpliera con los siguientes objetivos:

Abarcar de forma consistente y puntual las percepciones, opiniones y actividades de los sujetos de estudio en torno a las cuatro categorías centrales de este proyecto: jóvenes, interacción, cultura digital y ciberactivismo, así como redes sociales digitales.

Operacionalizar las categorías en el menor número de indicadores posibles para estructurar un instrumento claro, visualmente agradable, breve y generalizable al segmento poblacional a encuestar, esto debido a que los sujetos de estudio se delimitaron teóricamente en un rango entre los 16 y 30 años.

Estructurar en más de un 95% un cuestionario con preguntas cerradas, cuyas categorías fueran lo suficientemente abarcadoras e inclusivas para la heterogeneidad de perspectivas del segmento poblacional a analizar.

En la revisión de la literatura realizada se identificó la existencia de diversos instrumentos aplicados para obtener patrones de uso de las TIC —en específico el uso de la computadora, Internet, plataformas y redes sociales, así como teléfonos celulares o smartphones— entre los jóvenes. No obstante, ninguno de los modelos respondía a las necesidades específicas de este proyecto, cuyo objetivo central radicó en la valoración que los jóvenes hacen de su propio uso de las tecnologías digitales, así como en las repercusiones que tienen en su vida cotidiana y, sobre todo, en los procesos de expresión e interacción social. Para esto generamos un cuestionario cerrado y auto-administrado ajustado a las necesidades particulares de esta investigación y estructurado bajo nuestro marco teórico.

Después de una amplia discusión entre el equipo de investigación y considerando los resultados de los grupos focales, la estructura del cuestionario quedó sintetizada en cinco campos temáticos: datos generales, autopercepción de la cultura digital, participación en las redes sociales digitales, la caracterización de tres niveles de interactividad en las redes sociales digitales y datos socioeconómicos. Todo esto en 30 reactivos de selección múltiple. Las características particulares de cada sección se detallan a continuación.

Entre los datos generales se consideró el género, la edad y la condición de trabajador. Respecto a esta última variable es necesario recordar que el proyecto busca las percepciones del grupo de jóvenes estudiantes, pero también de los trabajadores y, en el transcurso de la primera fase empírica, pudimos constatar que es frecuente conjuntar ambas actividades: jóvenes que estudian y trabajan.

También se incluyó una pregunta de filtro que buscó la proyección del sujeto de estudio en cuatro categorías actitudinales al momento de navegar y hacer uso de las redes sociales, las cuales fueron: discreto, aquellos que forman parte de una red pero no tienen interacción con ninguna otra persona; selectivo, aquellos que tienen interacción con pocas personas, pero consideran que no tienen muchas razones para comunicarse o no les gusta hacerlo; puente, quien reconoce tener interacción con algunas personas, le agrada hacerlo, pero se comunica sólo cuando hay razones importantes; sociable, aquel que tiene interacción con muchas y diversas personas, le gusta comunicarse y estar en contacto con todos constantemente; y finalmente ninguno, es decir, quien no se identifica con ninguna de las opciones anteriores.

Las categorías fueron retomadas de la propuesta de Petter Brandtzaeg y Jan Heim (2011), expuestas en su artículo Una tipología de usuarios de redes sociales, las cuales se castellanizaron y adaptaron para reflejar una empatía respecto a la actitud del sujeto al participar en las redes. En el texto original, el autor determina estas categorías mediante un análisis de clústers en el que emplea 18 indicadores de actividades dentro de una red social digital. En nuestro caso, estas categorías sólo se emplearán para contrastar la autopercepción del sujeto con el nivel de interactividad y la

participación en las redes.

La sección de cultura digital estuvo conformada por ocho afirmaciones evaluadas en una escala tipo Likert; las respuestas oscilan entre el 1 –completamente en desacuerdo– y el 5 –completamente de acuerdo–. La cultura digital, según Xavier Bringué y Charo Sádaba (2009) en su artículo La generación interactiva en México, tiene rasgos particulares en la juventud. Algunos de los atributos que se tradujeron a indicadores y, a partir de la propuesta de los autores, fueron los siguientes:

Uso activo de Internet desde corta edad (infancia o adolescencia).

Integración de las plataformas digitales y las redes sociales a la vida cotidiana.

Multitarea. Capacidad de hacer simultáneamente otras actividades mientras se navega en Internet o hace uso de otras tecnologías móviles.

Acceso simultáneo a múltiples pantallas (computadora, teléfono celular, tabletas, etcétera).

Prácticas de consumo solitarias. Acceso desde un dispositivo personal y navegación de forma individual.

Dependencia tecnológica. Percepción de aislamiento y ansiedad al estar desconectado.

Habilidades digitales. Capacidad para realizar búsquedas de información y resolución de problemas técnicos de la conexión.

Apropiación del espacio público de las redes. Percepción de que Internet es un espacio de expresión y defensa de temas sociales.

La tercera sección buscó indagar respecto a las características de la participación de los jóvenes en las redes sociales digitales. Se definieron primeramente nueve grandes temas: medio ambiente, ecología y protección de animales; educativos/académicos; de trabajo y empleo; artísticos/culturales; de ocio, diversión y entretenimiento; problemas sociales y ciudadanos; defensa de derechos humanos; políticos y religiosos. Estos ejes temáticos se cruzaron con dos preguntas: nivel de compromiso con el tema (alto, medio, bajo y nada) y lugar donde manifiesta el compromiso (en las calles, reuniones o espacios públicos, en Internet o en ambos espacios). Esta sección parte de la hipótesis de que el nivel de participación de los jóvenes en las redes sociales digitales estará siempre asociado a un compromiso intrínseco con algún tema que motive su acción, ya sea desde cuestiones consideradas serias —como es la política, la defensa de derechos humanos o de animales—, hasta temas de ocio, diversión o entretenimiento.

Es necesario señalar que el interés por algún tema responde a factores del capital cultural, económico y social de los sujetos de estudio, por lo que partimos de la premisa de que las prácticas de uso de las TIC están estrechamente relacionadas con el habitus<sup>5</sup> (Bourdieu, 1988). La genera-

---

5 Pierre Bourdieu define el habitus como un “sistema de esquemas generadores de prácticas que expresa de forma sistémica la necesidad y las libertades inherentes a la condición de clase y la diferencia constitutiva de la posición, el habitus aprende las diferencias de condición que retiene bajo la forma de diferencias entre unas prácticas enclavadas y enclavantes (como productos del habitus), según unos principios de diferenciación que, al ser a su vez producto de estas diferencias, son

ción de las prácticas de participación en las redes sociales digitales tiene un referente que va más allá de la tecnología, es por ello que esta sección se estructuró a partir del planteamiento de un compromiso y de una expresión activa de temas o intereses particulares que motivaran la acción de los sujetos.

En esta misma sección se incorporaron tres preguntas referidas al ciberactivismo en particular:

1) En caso de que empleen Internet para la defensa del tema o causa, qué plataforma o recurso utilizan con más frecuencia (Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, WhatsApp, blog, página web, correo electrónico, mensaje de texto, llamadas u otro); el objetivo de incluir tan variadas plataformas era asociar el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación como parte de estas prácticas.

2) Resultados de la participación. De acuerdo a Torres Navel (2009), el activismo en Internet genera ciberprotestas<sup>6</sup>, las cuales tienen tres tipos de resultados: políticos, como es la transformación de la agenda pública y la modificación/creación de leyes y/o políticas públicas; de movilización, identificado por la cantidad de grupos y espectadores convocados a algún evento; así como resultados culturales, que son cambios en las normas sociales, comportamiento, formas de pensar y expresarse públicamente sobre las causas del movimiento. Esta pregunta se planteó como una selección múltiple con cinco opciones:

Todo se ha quedado en expresiones y acciones dentro de Internet.

El movimiento ha provocado que algún grupo tome consciencia sobre el tema.

Ha originado documentos de inconformidad, marchas u otro tipo de manifestaciones.

Se ha creado o modificado alguna ley

Otro tipo de resultados (pregunta abierta).

3) Origen del movimiento. Esta pregunta buscó indagar si las acciones o resultados son promovidos por alguna organización/institución, o bien, es un grupo de ciudadanos. La literatura disponible al respecto indica que una característica central es la desconfianza en las estructuras institucionales tradicionales, como son los partidos políticos, los medios masivos de comunicación o el Estado (Candón, 2011; Castells, 2003, 2009; Lago y Marotias, 2007; León, Burch, y Tamayo, 2001; Torres, 2009) catedrático de Sociología y de Urbanismo en la Universidad de California en Berkeley, constituye un análisis de posibles vías de cambio social abiertas por los nuevos medios de comunicación actuales, especialmente Internet y los dispositivos móviles, y del papel que éstos juegan en la reconstitución de las relaciones de poder sociales. A través de esta obra trata de preguntarse qué grado de poder tenemos realmente la ciudadanía participando de estas redes y de este nuevo sistema comunicativo para ejercer influencia, para cambiar las cosas, para hacernos escuchar o ver, ante los que tienen el poder de hacer que las cosas pasen (gobiernos, corpo-

---

objetivamente atribuidos a éstas y tienden por consiguiente a percibirlos como naturales" (1988, p. 171).

6 El autor define las ciberprotestas como "los actos-rutinas (performances) producidas por medios digitales y difundidas o activadas en el ciberespacio, tanto previamente diseñadas, como improvisadas, que un colectivo dirige a los actores políticos, elites de referencia y a los espectadores en general" (Torres, 2009, p. 10).

raciones, tomadores de decisi\u00f3n.

La siguiente sección buscó caracterizar tres niveles de interacción en las redes sociales digitales. La revisión de la literatura nos hizo descartar los enfoques provenientes de la psicología social y de la educación, en donde identificamos propuestas para segmentar por categorías y niveles, no obstante, nos separamos de las aportaciones de estos campos ya que, en general, los autores revisados evaluaban el nivel a partir de la transacción de información persona-persona, persona-máquina, o bien máquina-máquina (García y Perera, 2007; Kiss, 2006; Milojevic, Kleut y Ninković, 2013; Rost, 2004; Santoyo, 1985) y las computadoras como medio en particular\u201d\n\n3.- Everett Rogers (1986).

Para esta investigación, la interacción parte de la teoría de la acción sostenida por Leontiev y Vygotsky (en Crovi, 2009), de tal forma que se consideraron como más activas aquellas actividades que indicaban más implicación del sujeto en la construcción del mensaje digital —el cual podía ser de texto, audio, imágenes, video o multimedia—. Al igual que con la participación en las redes sociales digitales, en esta sección se definieron actividades por cada nivel de interacción, las cuales fueron:

Interacción baja: copiar, compartir o reenviar mensajes que encuentra en la red sin hacer ninguna modificación; dar Like o marcar como favoritos mensajes (pueden ser de texto, audio, imágenes, tuits, video, multimedia); conversar en línea y/o chatear.

Media: copiar-pegar, compartir o reenviar mensajes haciendo sólo un pequeño cambio; firmar, adherirse o suscribirse a causas, peticiones, páginas o mensajes de otras personas, y generar mensajes para amigos o círculos de conocidos (puede ser de texto, audio, imágenes, video, multimedia).

Alta: Planear y/o convocar a eventos, fiestas o movilizaciones diseñando una pequeña estrategia para ello; administrar, postear o difundir información, mensajes o multimedia en alguna página o grupo, y participar en algún wiki, foro o espacio colaborativo.

Estas actividades se fijaron en una columna contra la cual se cruzaron cuatro preguntas de evaluación: 1) Frecuencia con la que realiza la actividad (varias veces al día, varias veces por semana, esporádicamente y nunca); 2) autopercepción del nivel de habilidades digitales (experto, medio y principiante); 3) plataformas a través de las cuales realiza estas actividades con mayor frecuencia (Facebook/Twitter; YouTube/Instagram; WhatsApp/ SMS/ Llamadas; Blogs/ Páginas Web; Correo electrónico y otro), y 4) temas que detonen la realización de la actividad (se emplearon las categorías de la sección anterior).

Finalmente, la última sección estuvo conformada por diez preguntas para calcular el nivel socioeconómico (NSE) de acuerdo a la regla AMAI<sup>7</sup> 10x6. Esta métrica empleó diez variables para definir la capacidad de acceder a un conjunto de bienes, servicios y estilo de vida. Asimismo, consideró indicadores de tecnología y entretenimiento, infraestructura práctica, sanitaria, básica y de capital humano. Para determinar el NSE se realizó un modelo de puntos mediante el cálculo de un coeficiente de cada uno de los valores del indicador, de tal forma que se generaron niveles

---

7 La AMAI es la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública, la cual desarrolló este índice de medición con el fin de segmentar audiencias o consumidores para estudios de mercado.

dependiendo de la puntuación obtenida. Los estratos que maneja la regla 10x6 son —del más alto al más bajo— AB, C+, C, D+, D y E (Romo, 2009). En la Tabla 1 se describen brevemente las características de cada NSE.

TABLA 1. CARACTERÍSTICAS DE LOS INDICADORES POR ESTRATO DE NIVEL SOCIOECONÓMICO

Indicadores/ NSE	AB	C+	C	D+	D	E
Características de la vivienda	Viviendas propias, grandes, con más de ocho habitaciones en promedio. Construidas con materiales sólidos de primera calidad.	Dos terceras partes de las viviendas son propias. Casas grandes con cinco o seis habitaciones de materiales sólidos de primera calidad.	Dos terceras partes tienen vivienda propia. De cuatro a seis habitaciones y un baño. Construidas con materiales sólidos, en algunos casos deteriorados.	Casas pequeñas con tres o cuatro habitaciones; un baño. Pisos en su mayor parte de cemento. La mitad son propias.	La mitad tiene vivienda propia de dos a tres habitaciones; uno de cada cuatro con baño. La mayoría son de tabiques, pero también hay paredes y techos de lámina y cartón.	En promedio dos habitaciones. Sólo dos terceras partes tienen baño. Piso de cemento y tierra.
Infraestructura sanitaria	Sistema óptimo de sanidad y agua corriente dentro del hogar. Cuentan con almacenamiento de agua.	Sistema óptimo de sanidad y agua corriente dentro del hogar.	Casi todos cuentan con un sistema suficiente de sanidad y agua.	Casi todos cuentan con baño y regadera, aunque sólo dos terceras partes tienen lavabo o calentador de agua de gas, fregadero y lavadero.	Uno de cada tres tiene que salir de su casa para conseguir agua. Uno de cada cuatro no tiene baño y sólo la mitad tiene regadera. Sólo uno de cada dos cuenta con lavabo, fregadero, calentador de gas o tinaco	La mayoría tiene que salir para conseguir agua. Tres de cinco no están conectados al sistema público de drenaje. Sólo tiene lavadero. No hay regadera, ni lavabo, ni fregadero.
Infraestructura práctica	Poseen todos los enseres y electrodomésticos para facilitar la vida en el hogar. Dos automóviles en promedio.	Poseen todos los enseres y electrodomésticos para facilitar la vida en el hogar. En promedio entre uno y dos automóviles.	Cuentan con casi todos los enseres y electrodomésticos. Adquirirlos les ha costado trabajo. Dos terceras partes tienen un automóvil.	Sólo uno de cada cuatro tiene automóvil. Casi todos cuentan con refrigerador, estufa de gas y lavadora. Excepto licuadora y a veces microondas, muy pocos tienen otros electrodomésticos y ayudas para la cocina.	Prácticamente nadie tiene automóvil. Una buena parte no tiene refrigerador, ni lavadora. El único electrodoméstico generalizado es la licuadora.	No hay automóviles. Sólo dos terceras partes cuentan con estufa de gas y sólo la mitad tiene refrigerador y licuadora. No existen otros electrodomésticos.
Entretenimiento y tecnología	Cuentan con todo el equipamiento necesario para el esparcimiento y comunicación dentro del hogar. Asisten a clubes privados y tienen casa de campo. Vacacionan en el extranjero.	La mayor aspiración es contar con el equipamiento de comunicación y tecnología. La mitad tiene TV de paga y un tercio videojuegos. Vacacionan en el interior del país.	La mayoría tiene teléfono y el equipamiento de música y televisión necesario. Sólo un tercio tiene televisión de paga y uno de cada cinco videojuegos.	Dos terceras partes tienen teléfono. Sólo algunos cuentan con TV de paga y videojuegos.	Dos de cada cinco tiene teléfono. Sólo hay una televisión a color.	Muy pocos tienen teléfono. Son muy escasos y de mala calidad los pocos equipos de música.
Escolaridad del jefe de Familia	En promedio universitario y posgraduados.	En promedio universitarios.	En promedio preparatoria y algunas veces secundaria.	En promedio secundaria o primaria incompleta.	En promedio primaria.	En promedio primaria incompleta.

Gasto	Mayor ahorro y gasto en educación, esparcimiento, comunicación y vehículos.	La mitad del gasto es ahorro, educación, esparcimiento y comunicación, vehículos y pago de tarjetas.	Tienen ligeramente más holgura que el promedio para gastos de educación, esparcimiento y comunicación, vehículos y pago de tarjetas.	La mayor parte de su gasto lo invierte en alimentos, transporte y pago de servicios. Proporcionalmente gastan más en cereales y verduras.	La mayor parte de su gasto lo invierte en alimentos, transporte y pago de servicios. Proporcionalmente gastan más en cereales y verduras.	La mayor parte de su gasto lo invierte en alimentos, transporte y pago de servicios. Proporcionalmente gastan más en cereales y verduras.
	Los alimentos representan sólo el 7% del gasto, significativamente abajo del promedio poblacional.	Los alimentos representan el 12% del gasto, significativamente abajo del promedio poblacional.	Los alimentos representan el 18% del gasto, significativamente abajo del promedio poblacional.			

Fuente: Elaboración propia con datos de Romo, H. (2009). Los niveles socioeconómicos y la distribución del gasto. México: AMAI. Recuperado de: <http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf>

En general, el instrumento quedó conformado en cinco páginas (véase anexo 1). En algunos casos específicos se incluyeron ayudas visuales para clarificar el sentido de la pregunta y dinamizar la respuesta. El cuestionario se piloteó el 17 de octubre de 2013 entre un grupo de estudiantes de la UNAM. El tiempo de aplicación del mismo, en la experiencia de campo del proyecto, fue de entre 15 y 20 minutos.

## 2. Delimitación del universo

En cuanto al segundo apartado, comprendió la muestra de estudio y la operacionalización del criterio de aleatoriedad de las unidades muestrales. Para esta investigación fue necesario desarrollar un muestreo ad hoc que permitiera combinar los alcances del proyecto en cuanto a tiempo, recursos financieros y humanos, con otras variables externas al mismo —que se detallan en el siguiente apartado—, como lo fue el acceso a la información.

Como ya explicamos, este proyecto se integró con un enfoque mixto de métodos cuantitativos y cualitativos. La pertinencia de la aproximación cuantitativa fue explorar en poblaciones más amplias los procesos de expresión, participación e interacción mediante las TIC. No obstante, la riqueza del análisis para lograr interpretar de forma contextualizada los datos obtenidos en esta fase resultará, sin duda, de las entrevistas a profundidad que se realizan en la tercera etapa del proyecto.

Consideramos que la investigación cuantitativa en ciencias sociales, ante la complejidad de los fenómenos que aborda, requiere flexibilizar el desarrollo de estrategias pertinentes para alcanzar los objetivos de investigación. En este caso, el primer reto para la definición del universo es que no se cuenta —a través de fuentes oficiales— con un registro que nos permitiera conformar un marco muestral exhaustivo sobre jóvenes con todas las características que busca este estudio: estudiantes, trabajadores y ninis. Por lo tanto, la primera decisión que se tomó fue aplicar cuestionarios al grupo de jóvenes de más fácil acceso para el equipo de investigación: los estudiantes. Cabe precisar que incluso esta delimitación no estuvo exenta de problemas en la conformación de los marcos muestrales.

En segundo lugar, para abarcar los rangos de edad que van de los 16 a los 30 años la conformación del marco muestral se realizó a partir de un listado de instituciones de educación superior y media superior. Para esto se empleó información de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior en México (ANUIES), la cual cuenta con un anuario de datos de matrícula por institución y escuela, tanto en el nivel superior como en el medio superior, correspondiente a 2011-2012.

Una segunda decisión interna del equipo de investigación fue delimitar el universo a trabajar – debido a las posibilidades técnicas, humanas y financieras del proyecto–, por lo que se decidió integrar una unidad de análisis más reducida, conformada por las tres instituciones de educación superior públicas y las tres privadas con mayor número de matrícula; este mismo criterio se aplicó a las instituciones de educación media superior, donde se eligieron los tres sistemas públicos y los tres privados con mayor número de estudiantes en el Distrito Federal, según los datos de la ANUIES. De esta forma, con esta delimitación se logró un alcance de representatividad del 67% de la población estudiantil del nivel superior en el Distrito Federal (Ver Tabla 2).

TABLA 2. DATOS DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR SELECCIONADAS

Instituciones de educación superior públicas y privadas en el Distrito Federal	Tipo de sistema	Matrícula registrada	Peso poblacional por tipo de sistema	Peso poblacional total	Frecuencia acumulada de la población total
Universidad Nacional Autónoma de México	Público	104927	37%	25%	25% más
Instituto Politécnico Nacional	Público	90290	31%	21%	46%
Universidad Autónoma Metropolitana	Público	49335	17%	12%	58%
Universidad Tecnológica de México	Privado	14364	11%	3%	61%
Universidad del Valle de México	Privado	14149	10%	3%	64%
Universidad Insurgentes, S.C.	Privado	10242	8%	2%	67%
		Población total: <b>423,463</b>	Población total del sistema: Público: <b>287,428</b> Privado: <b>136,035</b>		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANUIES (2012). Anuario estadístico digital de Educación Superior (2011-2012). Recuperada de: <http://www.anui.es.mx/content.php?varSectionID=166>

Debido a que los datos de la ANUIES estaban desagregados por institución y escuela<sup>8</sup>, el primer paso para sistematizar esta información fue realizar una agregación por institución. Posteriormente, se seleccionó la escuela de cada institución con más alumnos matriculados para realizar

8 Por escuela nos referimos a campus o sedes que puede tener la institución dentro del Distrito Federal, tanto en el nivel superior como en el medio superior.

la aplicación de los cuestionarios. Respecto a las instituciones de educación media superior, se procedió a realizar la delimitación con los criterios anteriores. En este caso, los datos de la ANUIES incorporaron los sistemas de Bachillerato General, Bachillerato Tecnológico y Profesional técnico tanto de las instituciones afiliadas a la ANUIES como de las no afiliadas. El universo seleccionado representó el 56% de la población de jóvenes en el nivel medio superior en el Distrito Federal, tal como se muestra en la Tabla 3.

Cabe destacar que la Universidad Nacional Autónoma de México —cuyo sistema de educación preparatoria incorpora el Colegio de Ciencias y Humanidades y la Escuela Nacional Preparatoria— resultó ser la institución con mayor peso poblacional en el sistema público. Se estratificó esta institución incluyendo sus dos subsistemas debido a la importancia de cada uno de ellos en la oferta educativa del Distrito Federal, pero en peso poblacional se consideró como una sola unidad muestral.

TABLA 3. DATOS DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR SELECCIONADAS

Institución	Escuela	Tipo de sistema	Matricula registrada	Peso poblacional por tipo de sistema	Peso poblacional total	Frecuencia acumulada de la población total
UNAM	Escuela Nacional Preparatoria	Público	50628	29%	22.2%	22.2%
	Colegio de Ciencias y Humanidades	Público	46576			
Instituciones no afiliadas a la ANUIES	Colegio de Bachilleres	Público	75003	22%	17.1%	39.3%
Instituciones no afiliadas a la ANUIES	Centro de Estudios Tecnológicos Industrial y de Servicios	Público	64240	19%	14.6%	53.9%
Universidad Tecnológica de México	División preparatoria de la UNITEC	Privado	4835	5%	1.1%	55.0%
Universidad La Salle, A.C.	División preparatoria La Salle	Privado	2842	3%	0.6%	55.7%
ITESM, Campus Ciudad de México	División preparatoria del ITESM	Privado	2051	2%	0.5%	56.1%
				Población total del sistema:		
				P o b l a - ción total: 438,602		
				Público: 339,894		
				Privado: 98,708		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANUIES (2012). Anuario estadístico digital de Educación Superior (2011-2012). Recuperado de: <http://www.anui.es.mx/content.php?varSectionID=166>

Al igual que en el nivel superior, después de la selección de las instituciones se procedió a identificar las escuelas con más número de matrícula para la aplicación de los cuestionarios en esos campus o sedes. Una vez definido lo anterior, se realizó una muestra representativa de cada nivel educativo y cada tipo de sistema. Para tal efecto se aplicó la fórmula de cálculo de muestra para poblaciones finitas con un nivel de confianza del 95% y un margen de error máximo de estimación del +/-5%. En el nivel superior público esta muestra fue de 399 cuestionarios y en el sistema privado 395, lo que da un total de 794 casos. En el nivel medio superior resultaron 400 cuestionarios en el sistema público y 385 en el sistema privado, conformando un total de 785. En conjunto, este estudio tuvo una muestra de mil 579 casos.

De acuerdo a Sampieri, et al. (2006), cuando existen problemas para determinar un tamaño óptimo de muestra debido al tipo de población a estudiar, es posible tomar como referencia ciertos estándares que garantizan un rango de confiabilidad, dependiendo los alcances del estudio. Estos autores mencionan que una muestra de población nacional es representativa después de los mil casos, asimismo, para muestras estatales el rango oscila entre los 316 y 696 casos (Sampieri, Fernández-Collado y Baptista, 2006, p. 259).

En nuestro caso, el diseño muestral tiene una representatividad circunscrita a las unidades muestrales seleccionadas, en las que se comparará por estratos el sistema de educación público y privado, tanto en el nivel superior como en el medio superior. La Tabla 4 indica el número de casos que integrará la muestra dentro de cada nivel, institución y tipo de sistema. Adicionalmente, se agregó la columna de campus para identificar cuál escuela resultó seleccionada para la aplicación de cuestionarios. La distribución de encuestas en cada institución se realizó aplicando un ponderador simple del peso poblacional de la institución respecto al peso poblacional del sistema, delimitado como universo de estudio.

TABLA 4. INTEGRACIÓN GENERAL DE LA MUESTRA

Nivel	Sistema	Institución	Escuela/ Campus	Número de cuestionarios*	Total de cuestionarios por nivel
Medio Superior	Público	UNAM. Escuela Nacional Preparatoria	Coyoacán, No. 5 José Vasconcelos	85	400
		UNAM. Colegio de Ciencias y Humanidades	Iztapalapa, Oriente	79	
		Colegio De Bachilleres	Iztapalapa, No. 6 Vicente Guerrero	127	
		Centro de Estudios Tecnológicos, Industrial y de Servicios	Tláhuac, No. 1	109	
	Privado	ITESM, Campus Ciudad de México	Tlalpan	83	385
		Preparatoria de la Universidad Tecnológica De México	Iztapalapa	189	
		Preparatoria de la Universidad La Salle, A.C.	Cuauhtémoc	113	

Superior	Público	Universidad Nacional Autónoma de México	Ciudad Universitaria, Coyoacán	170	399
		Instituto Politécnico Nacional	Zacatenco	147	
		Universidad Autónoma Metropolitana	Azcapotzalco	82	
	Privado	Universidad Insurgentes, S.C.	Benito Juárez	105	395
		Universidad del Valle de México	Tlalpan	144	
		Universidad Tecnológica de México	Iztapalapa	146	
Total de cuestionarios:				1579*	
*+/- 5 unidades de reemplazo					

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, la operacionalización del criterio de aleatoriedad de las unidades muestrales hace referencia a cómo se levanta la información para garantizar que la muestra sea efectivamente aleatoria. De forma estricta, los aleatorios más comunes son los marcos lista y los marcos área (López-Romo, 1998), no obstante, ninguno de los anteriores resultó viable y, sobre todo, accesible para este estudio. Debido a esta carencia de información más detallada que nos permitiera estratificar de forma aleatoria por semestre, facultad o área académica, se decidió levantar los cuestionarios buscando el mayor margen de heterogeneidad posible, los únicos criterios que se validaron fueron que se cumpliera con la condición de estudiante —del nivel, sistema y escuela que correspondieran— y con el rango de edad especificado para este estudio.

De esta forma, el levantamiento de cuestionarios se realizó en puntos de afluencia, es decir, en zonas donde convergiera la población escolar como áreas verdes, deportivas, cafeterías o entradas/salidas. En el caso del nivel medio superior, donde aún no existe una segmentación por área de conocimiento, se aplicaron los cuestionarios a grupos donde hubo disponibilidad de acceso por parte de los profesores y las autoridades administrativas, buscando una distribución por semestre de formación.

### 3) Sesgos intrínsecos y extrínsecos del diseño metodológico

En este tercer apartado analizamos los sesgos intrínsecos y extrínsecos del diseño metodológico. Como en toda investigación existieron obstáculos a sortear que fueron de naturaleza interna al proyecto, entre los que destacamos recursos económicos limitados para la realización de un trabajo de campo más extenso, así como limitados recursos humanos y un tiempo previamente establecido para cumplir cada etapa del proyecto. Asimismo, también encontramos obstáculos externos a nuestra acción que afectaron el diseño metodológico. La principal dificultad, en general, puede resumirse en el acceso a la información; desde la obtención de datos internos de las instituciones, hasta la actitud de reserva de muchas autoridades académicas que se negaron a proporcionarnos acceso suficiente a las escuelas.

Estas limitaciones nos conducen a reconocer que el diseño anterior tiene alcances muy puntuales: es representativo de las unidades muestrales definidas anteriormente, que contamos con un diseño por conveniencia, estratificado por nivel educativo y ponderado de acuerdo al tamaño de las instituciones participantes. Asimismo, reconocemos las limitaciones que el levantamiento

en punto de afluencia genera en materia de cálculo probabilístico. No obstante, también reconocemos que la integración de esta muestra permitirá visibilizar resultados significativos entre la población abordada.

## Epílogo

Como comentario final a la presentación de esta estrategia cuantitativa del proyecto Jóvenes y cultura digital. Nuevos escenarios de interacción social, queremos recordar que en gran parte de la investigación en Ciencias Sociales, la rigurosidad del método se combina con la creatividad de los equipos de investigación para apropiarse de estas herramientas y hacerlas pertinentes al análisis de los objetivos de los proyectos. Superar la dicotomía entre trabajos cuya aproximación es cualitativa y cuantitativa, ha llevado a las ciencias sociales en general y en particular al campo de conocimiento de la comunicación, a soslayar la riqueza que implica combinar ambas miradas. En los últimos años, por fortuna, el campo está superando esta división a veces artificial y otras impulsada por la falta de los recursos necesarios para llevarlas a cabo en armonía.

Compartimos la fase metodológica cuantitativa del estudio que estamos llevando a cabo con el afán de fomentar miradas diversas y complejas sobre los fenómenos ligados a la digitalización. Lo hacemos también con la idea de inspirar trabajos similares, incluso empleando el instrumento que hemos desarrollado para esta fase y que anexamos a estas reflexiones. Al aplicarlo, buscamos extraer nuevas expresiones y conocimiento sobre las interacciones juveniles en las redes sociales digitales, las que oportunamente se sumarán al conjunto de opiniones obtenidas mediante instrumentos cualitativos.

## Referencias

Bourdieu, P. (1988). *La distinción*. Madrid: Taurus.

Brandtzæg, P., & Heim, J. (2011). A typology of social networking sites users. *Web Based Communities*, 7(1), pp. 28 – 51.

Bringué, X. y Sádaba, C. (2009). La generación interactiva en México. Niños y adolescentes frente a las pantallas. *Razón y Palabra*, (69), pp. 1–31.

Candón, J. (2011). *Internet en Movimiento: Nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la Sociedad de la Información*. Tesis Inédita de Doctorado. España: Universidad Complutense de Madrid.

Castells, M. (2003). *La galaxia Internet: reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid: De Bolsillo.

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

Crovi, D. (2009). *Acceso, uso y apropiación de las TIC en comunidades académicas. Diagnóstico en la UNAM*. México: UNAM/ Plaza y Valdés Editores.

García, C., y Perera, V. (2007). *Comunicación y aprendizaje electrónico: la interacción didáctica en los nuevos espacios virtuales de aprendizaje*. *Revista de Educación* 2, Mayo-agosto (343), pp. 381–429.

Kiss, D. (2006). *Niveles de interacción en la comunicación en Internet*. *Ámbitos*, 15, pp. 45–57.

Lago, S. y Marotias, A. (2007). *Los Movimientos Sociales en la Era de Internet*. *Razón y Palabra*, 54(11), pp. 1–19.

León, O., Burch, S. y Tamayo, E. (2001). *Movimientos sociales en la red*. Quito: Agencia Latinoamericana de Información.

Lévy, P. (2007). *Cibercultura, La cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos.

López-Romo, H. (1998). *Metodología de la encuesta*. En L. J. Galindo (Ed.), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación* (1ra ed.). México: Prentice Hall/ Pearson Educación/ Addison Wesley, pp. 33-73.

Milojevic, A., Kleut, J., y Ninković, D. (2013). *Propuestas metodológicas para el estudio de la interactividad en revistas de comunicación*. *Comunicar*, 21(41), pp. 93–103.

Romo, H. (2009). *Los niveles socioeconómicos y la distribución del gasto*. México: AMAI/ Instituto de investigaciones sociales. Recuperado de: <http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf>

Rost, A. (2004). *Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de Interactividad?* En O. Islas (Ed.), *Congreso ALAIC/IBERCOM* (pp. 1–16). La Plata, Argentina: ALAIC/IBERCOM.

Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

Santoyo, R. (1985). *En torno al concepto de Interacción*. *Perfiles Educativos*, (27), pp. 56–71.

Torres, L. C. (2009). *Ciberprotestas y consecuencias políticas: reflexiones sobre el caso Internet necesario en México*. *Razón y Palabra*, 1(70), pp. 1–14.

# Anexo 1

## JOVENES Y CULTURA DIGITAL. NUEVOS ESCENARIOS DE INTERACCION SOCIAL

CUESTIONARIO ELABORADO POR EL PROYECTO SEP-CONACYT 2012/178329

Este cuestionario está dirigido a estudiantes universitarios de diversas instituciones del país, con la finalidad de identificar el uso que le das a las diversas tecnologías en tu vida cotidiana. Este cuestionario es anónimo y las respuestas completamente confidenciales. Agradecemos tu colaboración y te invitamos a responderlo de forma clara y honesta.

A. IDENTIFÍCATE: Marca o completa la información solicitada

<b>1. Género</b>	<b>2. Edad</b>	<b>3. ¿Actualmente trabajas?</b>
1) Hombre    2) Mujer	_____ años	1) Sí    2) No

4. Pensando en tu actitud cuando navegas por Internet y estás en las redes sociales, ¿con cuál descripción te identificas más? (Marca con una X en el recuadro y elige sólo una opción. Lee detenidamente las descripciones)

1. Discreto	2. Selectivo	3. Puente	4. Sociable	5. Ninguno
Formo parte de una red pero no tengo interacción con ninguna otra persona	Tengo interacción con pocas personas, no tengo muchas razones para comunicarme o no me gusta hacerlo	Tengo interacción con algunas personas, me agrada hacerlo pero me comunico sólo cuando hay razones importantes	Tengo interacción con muchas y diversas personas, me gusta comunicarme y estar en contacto con todos constantemente	Ninguna opción me describe. Más bien yo soy:

B. ¿QUÉ OPINAS? Marca en la siguiente escala qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con las siguientes afirmaciones.

	 5. Completamente de acuerdo	4	3	2	 1. Completamente en desacuerdo
5. Soy un usuario activo de Internet desde corta edad (infancia o adolescencia)					
6. No puedo imaginar mi vida sin las plataformas digitales y las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp)					
7. Soy capaz de hacer muchas cosas al mismo tiempo mientras uso Internet o alguna otra tecnología					
8. Tengo acceso a Internet desde diferentes dispositivos (computadora, teléfono celular, tabletas, etc.)					

9. Cuando navego por Internet lo hago individualmente y desde mi dispositivo personal (computadora portátil, PC, tableta, teléfono celular, etc.)					
10. Si olvido o pierdo el teléfono celular me siento aislado y ansioso					
11. Tengo las habilidades para navegar en Internet y resolver cualquier problema técnico de la conexión					
12. Creo que Internet es un nuevo espacio para expresarme, defender alguna causa o luchar en contra de injusticias					

C. ¿QUÉ ES LO QUE TE GUSTA? Cuéntanos si existe algún tema que te interese señalándolo y contestando las columnas siguientes.

<b>Marca aquellos temas con los que tengas algún tipo de participación</b>  <b>Si contestas “Nada” en la pregunta 14 deja en blanco la pregunta 15</b>	13. ¿Qué nivel de compromiso tienes con este(os) tema(s)?				14. En dado caso, ¿dónde llevas a cabo la defensa de estos temas?		
	1. Alto	2. Medio	3. Bajo	4. Nada	1. En las calles, reuniones, espacios públicos	2. En Internet	3. En ambos espacios
a. Medio ambiente, ecología y protección de animales							
b. Temas educativos/académicos							
c. De trabajo y empleo							
d. Temas artísticos/ culturales							
e. De ocio, diversión y entretenimiento							
f. Problemas sociales y ciudadanos							
g. Defensa de derechos humanos							
h. Temas políticos							
i. Temas religiosos							

15. ¡OJO! Si utilizas Internet como espacio para participar o defender de los temas anteriores, ¿a través de qué plataformas has realizado alguna actividad a favor de esa causa? Puedes elegir más de una opción.

AUTORES: Della Covi Druetta, María Consuelo Lemus Pool, Luis José Lugo Sánchez, Francisco Javier Montaña Cruz y Sergio Oteiza Gallén

1. Facebook	2. YouTube	3. Twitter	4. Instagram	5. Whatsapp	6. Blog	7. Página web	8. Correo electrónico	9. Mensaje de texto	10. Llamadas	11. Otro (especifica cuál)
										

16. Derivado de tu participación, ¿has visto alguno de estos resultados...? Puedes elegir más de una opción

1. Todo se ha quedado en expresiones y acciones dentro de Internet	2. El movimiento ha provocado que algún grupo tome consciencia sobre el tema	3. Ha originado documentos de inconformidad, marchas u otro tipo de manifestaciones	4. Se ha creado o modificado alguna ley	5. Otro tipo de resultados (¡Cuéntanos cuál!)
--------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------	-----------------------------------------------

17. ¿Tú participación en el movimiento o causa forma parte de una organización o institución que promueve esas acciones?

1.	2.
No, sólo somos ciudadanos	Sí, formo parte de una organización/institución que dirige u organiza

AUTORES: Delia Covi Druetta, María Consuelo Lemus Pool, Luis Josué Lugo Sánchez, Francisco Javier Montaña Cruz y Sergio Otegui Guillén

D. ¿CÓMO NAVEGAS EN INTERNET? Cuéntanos qué haces cuando estás en la red señalando las actividades que realizas. Por favor marca las columnas siguientes cuando aplique.

Marca aquellas actividades que te caracterizan, deja en blanco aquellas que no haces o con las que no te sientes identificado	18. ¿Con qué frecuencia realizas esta actividad?				19. ¿Al hacer esta actividad consideras que tus habilidades son de un nivel...?			20. Principalmente, ¿mediante qué plataformas la realizas? **Puedes marcar más de 1 opción						
	1. Varias veces al día	2. Varias veces por semana	3. Esporádicamente	4. Nunca	1. Experto	2. Medio	3. Principiante	1. Facebook Twitter	2. Youtube Instagram	3. Whatsapp SMS/ Llamadas	4. Blog Páginas Web	5. Correo electrónico	6. Otro	
a. Copiar, compartir o reenviar mensajes que encuentro en la red sin hacer ninguna modificación (Un mensaje puede ser de texto, audio, imágenes, video, multimedia).														
b. Dar Like o marcar como favoritos mensajes (puede ser de texto, audio, imágenes, tuits, video, multimedia).														
c. Conversar en línea y/o chatear.														
d. Copiar-pegar, compartir o reenviar mensajes haciendo sólo un pequeño cambio (Un mensaje puede ser de texto, audio, imágenes, video, multimedia).														
e. Firmar, adherirse o suscribirse a causas, peticiones, páginas o mensajes de otras personas.														
f. Generar mensajes para mis amigos o círculos de conocidos (puede ser de texto, audio, imágenes, video, multimedia).														
g. Planear y/o convocar a eventos, fiestas o movilizaciones diseñando una pequeña estrategia para ello.														
h. Administrar, postear o difundir información, mensajes o multimedia en alguna página o grupo														
i. Participar en alguna wiki, foro o espacio colaborativo														

AUTORES: Delia Covi Druetta, María Consuelo Lemus Pool, Luis Josué Lugo Sánchez, Francisco Javier Montaña Cruz y Sergio Otegui Guillén

D. CÓMO NAVEGAS EN INTERNET. Ésta es una continuación de la pregunta anterior.

¡OJO! Aunque es una continuación de la pregunta anterior, ahora nos enfocamos a los temas que te interesan	21. Realizar esta actividad ¿está asociado con algún tema? (Puedes elegir más de una opción)										
	1. Medio ambiente, ecología y protección de animales	2. Educativos / académicos	3. De trabajo y empleo	4. Artísticos / culturales	5. Ocio, diversión y entretenimiento	6. Problemas sociales y ciudadanos	7. Derechos humanos	8. Político	9. Religioso	10. Otro tema (¡Cuéntanos cuál!)	11. No tengo ningún tema
a. Copiar, compartir o reenviar mensajes que encuentro en la red sin hacer ninguna modificación (un mensaje puede ser de texto, audio, imágenes, video, multimedia).											
b. Dar "like" o marcar como favoritos mensajes (pueden ser de texto, audio, imágenes, tuits, video, multimedia).											
c. Conversar en línea y/o chatear.											
d. Copiar-pegar, compartir o reenviar mensajes haciendo sólo un pequeño cambio (un mensaje puede ser de texto, audio, imágenes, video, multimedia).											
e. Firmar, adherirse o suscribirse a causas, peticiones, páginas o mensajes de otras personas.											
f. Generar mensajes para mis amigos o círculos de conocidos (puede ser de texto, audio, imágenes, video, multimedia).											
g. Planear y/o convocar a eventos, fiestas o movilizaciones diseñando una pequeña estrategia para ello.											
h. Administrar, postear o difundir información, mensajes o multimedia en alguna página o grupo											
i. Participar en alguna wiki, foro o espacio colaborativo											

AUTORES: Delia Crovi Druetta, María Consuelo Lemus Pool,  
Luis Josué Lugo Sánchez, Francisco Javier Montaña Cruz y Sergio Otegui Guillén

E. OTROS DATOS MÁS. ¡Ya casi terminamos! Para concluir, te pedimos nos señales la siguiente información. Marca sólo una opción sobre el recuadro.

A.- ¿Cuál es el total de cuartos, piezas o habitaciones con los que cuenta tu hogar? No incluyas baños, medios baños, pasillos, patios y zotehuelas.

1	2	3	4	5	6	7
Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	Siete

B.- Contando todos los focos que utilizas para iluminar tu hogar, incluyendo los de techos, paredes y lámparas de buró o piso, dime ¿cuántos focos tiene tu vivienda?

1	2	3	4	5
De 0 a 5	De 6 a 10	De 11 a 15	De 16 a 20	21 o más focos

¿Tu casa cuenta con...?

	1. Sí tiene	2. No tiene
C. Piso diferente de tierra o cemento		
D. Regadera		
E. Estufa		

¿Cuántos de los siguientes aparatos, espacios u objetos tienes en tu casa?

	0	1	2	3	4+
	Cero/ No tengo	Uno	Dos	Tres	Cuatro o más
F. TV a color					
G. Automóvil					
H. Baños					
I. Computadora					

J.- Pensando en la persona que aporta la mayor parte del ingreso en tu hogar, ¿cuál fue el último año de estudios que completó?

1	2	3	4	5
Sin instrucción	Primaria o secundaria completa o incompleta	Carrera técnica, preparatoria completa o incompleta	Licenciatura completa o incompleta	Posgrado



**Tecnológico  
de Monterrey**