

## UN ANÁLISIS DE NECESIDADES Y HÁBITOS INFORMATIVOS DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN INTERNET

Prof. Dr. Miguel Ángel Marzal García-Quismondo

[mmarzal@bib.uc3m.es](mailto:mmarzal@bib.uc3m.es)

Francisco Javier Calzada Prado

[fcalzada@bib.uc3m.es](mailto:fcalzada@bib.uc3m.es)

Departamento de Biblioteconomía y Documentación

Universidad Carlos III de Madrid

### **Resumen:**

Tomando como punto de partida las posibilidades de actuación de la Documentación en la educación superior en el contexto del impacto de la sociedad de la información, y en concreto de las nuevas tecnologías sobre ésta, se ha realizado un estudio de usuarios que pretende conocer las necesidades informativas y hábitos de uso de Internet de alumnos de primer y segundo ciclo de la Universidad Carlos III de Madrid. Entre las conclusiones alcanzadas se cuentan la gran importancia de este medio como fuente de información para la realización de trabajos y tareas de curso, la percepción de seguridad y satisfacción en su uso, así como un conocimiento y uso básico de herramientas de organización y acceso a la información.

### **Palabras clave:**

Nuevas tecnologías; Internet; Alfabetización digital; Alfabetización en información; Educación superior; Documentación; Estudios de usuarios; Organización y recuperación de recursos web.

### **1. INTRODUCCIÓN.**

La mayoría de los numerosos trabajos realizados hasta el momento sobre el uso de Internet [1] por investigadores de diversos campos (desde informáticos hasta bibliotecarios pasando por economistas o sociólogos) u organismos oficiales o gubernamentales reflejan el todavía estado embrionario de éstos (Fourie, 2002), centrandose su atención en la cuantificación del acceso al medio, esto es, en saber quién tiene o no acceso al medio, cuánto tiempo está conectado, etc. Asimismo, se han realizado trabajos que se han ocupado del uso que hacen de la red sus navegantes (estudios de “usabilidad”), aunque principalmente con fines comerciales y restringidos al estudio de sitios web concretos (Bell, 1998; Hargittai, 2002a). Son, no obstante, realmente pocos los estudios que se preocupan por analizar las habilidades de acceso, organización y uso de la información puestas en práctica por los navegantes, mucho

más interesantes en un momento en que el uso de Internet es cada vez más generalizado (Hargittai, 2002b) y sobre todo interesantes desde el punto de vista de las Ciencias de la Información y Documentación (Dalglish y Hall, 2000) en su contribución a la adaptación de los individuos a las exigencias de la sociedad de la información, principalmente relacionadas con los retos planteados por las nuevas tecnologías en los ámbitos de organización y recuperación de la información. Tal escasez de trabajos puede ser atribuida a la propia complejidad del medio (Jansen y Pooch, 2001), que dificulta la elaboración de estudios de usuarios válidos, o bien a la propia dificultad de aproximarse al conjunto del proceso, desde que el sujeto percibe una necesidad de información hasta que la satisface (o no) (Kuhlthau, 1996).

Lazinger (1997) ha destacado la especial escasez de trabajos que aborden el uso de Internet en ambientes académicos, sobre todo de aquellos que intenten ir más allá de su análisis en una disciplina concreta. En los últimos años se han realizado dos tipos de trabajos sobre el uso de Internet en la educación superior: los que se ocupan del uso realizado por docentes e investigadores y los que se ocupan del uso realizado por los estudiantes, si bien también hay trabajos que contemplan ambas categorías, como los de He (1996) o Voorbij (1999). Entre los primeros se cuentan los trabajos de Adams (1995), Herring (2001), Applebee y Clayton (2000), Applebee, Clayton y Pascoe (1997), Bruce (1998, 1999) y Cockburn y McKenzie (2001). Entre los segundos, más acordes con las intenciones de la presente investigación, se encuentran varios trabajos que pasamos a comentar brevemente.

## **2. PRECEDENTES.**

Perry, Perry y Hosack-Curlin (1998) llevaron a cabo un estudio sobre el uso de Internet en tres universidades estadounidenses a partir de 548 encuestas realizadas a los estudiantes de 33 clases de Informática y Magisterio, encontrando que la mayoría de los estudiantes utilizaba Internet una hora o menos a la semana, sobre todo desde su universidad y para usar el correo electrónico, ocupando la búsqueda de información para la realización de tareas y trabajos un segundo lugar. Sin embargo, los estudiantes encuestados se mostraron confiados respecto a su uso futuro de Internet.

Dalglish y Hall (2000) plantearon un trabajo de orientación cualitativa con el que, mediante entrevistas a 12 estudiantes, trataron de acercarse a la percepción de los usuarios sobre la WWW como fuente de información para sus estudios, encontrando que los estudiantes demandaban una participación más activa de las bibliotecas universitarias en el desarrollo de sus habilidades informacionales para el entorno web así como en la creación de productos de selección de recursos que contribuyeran a solventar su percibida falta de eficacia en sus búsquedas de información.

Wen-Hua (2000) incidió, al igual que Dalglish y Hall, en la importancia de la biblioteca universitaria en la formación en habilidades informacionales de los estudiantes, planteada en términos de autoeficacia (*self-efficacy*). Con objeto de medir el grado de autoeficacia de los estudiantes universitarios en contextos de búsqueda de información electrónica con fines académicos, encuestó a 85 alumnos de un curso de redacción de la Universidad Rutgers (Estados Unidos) antes y después de una serie de sesiones de formación de usuarios que componían el mismo, encontrando que un mayor nivel de competencia y autoeficacia en la búsqueda de información en entornos electrónicos y de acceso telemático se corresponde con una mayor formación en el uso de los mismos, si bien también observó que

en general los estudiantes tienden en principio a sobrevalorar su autoeficacia a pesar de su frecuente sensación de confusión y frustración.

Por su parte, Cothey (2002) realizó un análisis transaccional del comportamiento de 206 estudiantes universitarios de primer año en sus búsquedas de información a lo largo de diez meses, encontrando que a medida que los estudiantes ganan experiencia en el entorno Web, éstos adoptan una actitud cada vez más pasiva en sus búsquedas de información, recurriendo más al *browsing* que a las herramientas “formales” (motores de búsqueda, etc.), eso sí, en un número de sitios y en un tiempo cada vez menor, lo que, según el autor, podría indicar una mayor capacidad selectiva.

O’Hanlon (2002) evaluó las habilidades tecnológicas e informacionales de 57 estudiantes de la Universidad Estatal de Ohio a través de un test de elaboración propia denominado “Internet skills proficiency test” que reveló que sólo el 9% de los 43 estudiantes de primer año lograban alcanzar el 70% de respuestas válidas considerado como “aprobado” y que éstos encontraban más dificultad en la realización de la segunda y tercera parte del test, relativas a habilidades de búsqueda e investigación respectivamente, que en la primera, relativa al manejo de herramientas existentes en Internet (navegadores, correo electrónico, listas de distribución, etc.), especialmente en lo concerniente a búsquedas booleanas avanzadas, uso de lenguajes controlados, evaluación de fuentes Web y uso ético de la información.

Slaouti (2002) trató de analizar la aceptación de la WWW como herramienta para fines académicos mediante una encuesta enviada al conjunto de la lista de estudiantes de la Universidad de Manchester, a la que respondieron adecuadamente 786 individuos. Dicha encuesta reveló que un 13% de los estudiantes no utilizaban la WWW con tales propósitos y que los que lo hacían la utilizaban sobre todo para obtener información en páginas de contenido especializado en su área de interés, seguidas de las páginas recomendadas en sus respectivas clases y la consulta de revistas científicas.

Ya en nuestro país, encontramos los trabajos de Baigorri (2000) y Martínez (2002). El primero, de orientación sociológica, trató de analizar las diferencias en el acceso a Internet de los estudiantes de la Universidad de Extremadura a partir del análisis de las características socioeconómicas de sus familias reflejadas en dos encuestas correspondientes a los años 1998-1999 (sobre las que no ofrecen datos metodológicos adicionales), encontrando que el uso de Internet había incrementado enormemente en el mencionado periodo, tanto en número de sujetos como en frecuencia de uso de los mismos.

Por su parte, el estudio de Martínez trató de analizar las necesidades de recursos y de formación de los estudiantes en el empleo de las TIC como apoyo a su proceso de aprendizaje a partir de las encuestas realizadas a 289 alumnos de la Universidad de Oviedo, encontrando que el 70.2% de estos alumnos no disponían de conexión a Internet en sus domicilios al tiempo que percibían insuficientes los ofrecidos por su centro de estudios. Sin embargo, se mostraron bastante seguros en su capacidad de utilización de navegadores, correo electrónico o chat, herramientas que usaban frecuentemente sobre todo con fines académicos (48.80% frente al 35.30% que utilizaban Internet para la búsqueda de información sobre temas de interés personal).

Por otra parte, los datos aportados por el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2002) y la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación y su Estudio General de

Medios (AIMC, 2002) nos describen un panorama en el que Internet es el cuarto medio de comunicación (y, por ende, también fuente de información) más importante para la población española, es utilizado mayoritariamente por jóvenes de 14 a 24 años que acceden con una frecuencia semanal sobre todo desde su hogar y curiosamente mucho menos desde la universidad u otros centros de estudios, que ocupan el último puesto entre los lugares de acceso preferidos.

### **3. OBJETO Y MÉTODO.**

Nuestro estudio parte de una población concreta: los estudiantes de primer y segundo ciclo de la Universidad Carlos III de Madrid, que en el curso 2001-2002 sumaban un total de 14.498 individuos (5.000 y 9.498 respectivamente). Creada en 1989, esta universidad ofrece 36 titulaciones de primer y segundo ciclo en sus tres campus (Getafe, Leganés y Colmenarejo), que cuentan con cinco bibliotecas y numerosas aulas informáticas. En estas últimas los alumnos disponen de 772 equipos informáticos con conexión a Internet en los que pueden hacer uso de las cuentas de correo gratuitas facilitadas en el momento de su matriculación y al Campus Global, entorno de trabajo que alberga el portal académico Aula Global, que incorpora herramientas para facilitar la comunicación profesor-alumno.

Nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar la importancia de Internet entre las fuentes de información manejadas por los estudiantes.
2. Contrastar las necesidades de información satisfechas por Internet con las satisfechas por otras fuentes a través de la identificación de los diferentes tipos de información demandados en ambas.
3. Analizar la percepción que los estudiantes tienen respecto a sus competencias en búsqueda de información en cualquier ámbito y compararlas con las que perciben tener respecto a sus búsquedas en Internet.
4. Analizar diferentes variables que puedan influir en el uso de Internet, como el tipo y nivel de estudios, frecuencia y lugar de acceso o experiencia previa.
5. Analizar los métodos de acceso, organización y uso de la información empleados por los estudiantes a través de dos vías: las herramientas y servicios que utilizan y su percepción de los procesos seguidos y resultados obtenidos.
6. Analizar las implicaciones que los resultados de este estudio puedan tener en la formación en el manejo y uso de la información de los estudiantes universitarios así como en el diseño de herramientas de acceso y organización de recursos web para los mismos.

En cuanto al método seguido para la realización del presente estudio, hemos tenido en cuenta que la metodología empleada en los diferentes aunque, como ya comentábamos, escasos trabajos que abordan el problema centrándose en el proceso general que siguen los usuarios más que en el comportamiento de éstos en un sitio o en una fase o actividad concreta, va desde la observación directa por medio del registro de las actividades desarrolladas por los

individuos en situaciones controladas (Hargittai, 2002b) a una observación más indirecta del fenómeno a través de encuestas bien personales (Hölscher, 2000; Brown, 2001) o bien por correo (Herring, 2001) o listas de distribución (Perry, 1995).

Considerando estos precedentes así como los limitados recursos disponibles, se tomaron las siguientes **decisiones metodológicas**:

1. En primer lugar, de acuerdo con los objetivos planteados, se trataría de llegar al conjunto de la población a estudiar desde los tres campus de la Universidad.

2. En segundo lugar, se eligió la encuesta por correo en las residencias de estudiantes de Getafe y Leganés como método de selección de las muestras correspondientes a dichos campus por nuestra facilidad de acceso a las mismas así como por el hecho de que en ellas residen alrededor de 600 alumnos, cifra en absoluto despreciable. Por supuesto, hemos tenido en cuenta que la población que se alcanzaría con este método serían aquellos alumnos cuyo lugar de residencia habitual (familiar) se encuentra a más de 150 kilómetros de distancia del campus (según normas de admisión de las residencias). Asimismo, hemos tenido en cuenta que si bien el método de encuesta por correo ha sido el método tradicionalmente más usado para conocer las necesidades de información de un gran número de colectivos de usuarios, se trata de un método que presenta grandes inconvenientes como la escasa tasa de respuesta y la limitada fiabilidad de los datos obtenidos (Sanz, 1994). Sin embargo, este método nos parecía ofrecer ventajas adecuadas, como su bajo coste, su aproximación a las percepciones de los individuos en cuanto al problema a estudiar se refiere y la posibilidad de incluir sujetos no usuarios del medio, que en el caso de otros métodos, como la encuesta por correo electrónico, quedan excluidos.

3. En tercer lugar, y dado que el número de tanto de alumnos como de residentes en la residencia del campus de Colmenarejo es mucho menor, se distribuyó el mismo cuestionario en varios de los cursos impartidos en dicho campus, en función de las posibilidades de colaboración de su profesorado.

Por tanto, el método que se ha utilizado en el presente trabajo es claramente no probabilístico y se podría caracterizar de *método de conveniencia*, que para Sanz (1994) consiste en “elegir a los individuos que, a juicio del investigador, mejor se adapten a los propósitos del estudio”. Es obvio que la elección de este método limitó en gran medida la interpretación de los resultados que se habrían de obtener, por lo que las conclusiones habrán de ser consideradas como un acercamiento a la realidad que se ha pretendido estudiar.

En cuanto a la encuesta distribuida, ésta fue concebida como de tipo estructurado a partir de los diferentes modelos propuestos por diversos autores, entre ellos Voorbij (1999), He (1996), y Lazinger (1997), y en ella se ha combinado la recogida de datos cuantitativos con la de datos de carácter cualitativo. Dicha encuesta, se acompañó de una carta en la que se indicaban los objetivos y población estudiada, y se distribuyó en primer lugar a cinco estudiantes con objeto de detectar cualquier problema con la misma de cara a su interpretación por parte de la muestra. Solventadas las pequeñas deficiencias detectadas, se procedió a continuación a distribuir un total de 600 encuestas en las residencias de estudiantes de Getafe y Leganés durante la primera quincena del mes de mayo de 2003. La tasa de respuesta obtenida en la residencia de Getafe resultó ser de un 9.6% (29 de 300 repartidas) y en la de Leganés de un 5% (15 de 300 repartidas), mientras que del campus de Comenarejo se han obtenido 65 respuestas válidas.

Hemos observado algunas limitaciones en el cuestionario, ya que aun habiendo funcionado bien en la prueba realizada, los encuestados han tenido problemas a la hora de contestar a las preguntas 4 y 13, en las que hemos encontrado un número bastante considerable de respuestas no válidas o en blanco. Es posible que la formulación de las mismas no fuera finalmente lo suficientemente clara e incluso puede que este hecho haya influido en la tasa de respuesta a la encuesta.

Por otra parte, debemos también mencionar que si bien suele ser recomendable considerar tramos de valoración en escalas pares e incluso menores de cuatro con objeto de evitar valores centrales, a los que parecen tender la mayoría de los encuestados, hemos preferido en este estudio utilizar escalas de 1 a 5 o de 1 a 10 para las preguntas 6 y 12 ya que son escalas que el alumnado está acostumbrado a manejar, a valorar y ser valorado con las mismas, y de hecho no hemos observado una tendencia tan importante hacia valores centrales, sino incluso puede que al contrario.

## 4. RESULTADOS.

### 4.1. Datos referentes a las muestras obtenidas.

En primer lugar, es obligado advertir que dado que el método de selección de la muestra del campus de Colmenarejo difiere respecto al utilizado en los otros dos, el análisis de los datos obtenidos se hará por separado (las identificaremos como muestras A y B, refiriéndose a Getafe-Leganés y Colmenarejo respectivamente), tratando de observar a posteriori su complementariedad. Teniendo esto en cuenta, pasamos a continuación a desglosar una serie de datos generales obtenidos a partir del análisis de ambas muestras:

#### 4.1.1. Género.

Como se puede observar en la tabla I, un 57.8% de las encuestas fueron contestadas por mujeres, mientras que un 42.2% fueron contestadas por varones. Cabe señalar la curiosa distribución, casi igualada, de la residencia de Getafe así como el alto porcentaje de mujeres en Colmenarejo (más del doble que de hombres) y el de varones en Leganés (casi el triple).

**Tabla I**  
**Distribución demográfica de la muestra en función del género**

<b>Género</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Nº Indivs.</b>	<b>Porcentaje</b>
Mujer	RG	15	13.76
	RL	4	3.66
	C	44	40.36
<b>Subtotal</b>		<b>63</b>	<b>57.8</b>
Varón	RG	14	12.84
	RL	11	10.09
	C	21	19,26
<b>Subtotal</b>		<b>46</b>	<b>42.2</b>
<b>Total</b>		<b>109</b>	<b>100</b>

#### 4.1.2. Estudios y nivel de estudios que realizan.

Del total de 36 carreras ofertadas por la Universidad Carlos III en el curso 2002-2003 entre diplomaturas, licenciaturas, estudios combinados y conjuntos, ingenierías técnicas y superiores, en las muestras recogidas encontramos representadas 14, es decir, un 38.88% del total. Como se puede apreciar en la siguiente tabla, el mayor porcentaje de respuestas en ambas muestras lo constituyen las de los alumnos de primer año (31.81% del total de Getafe y Leganés y 61.53% de Colmenarejo, 49.54% entre las dos muestras). La carrera más representada en la muestra A son los estudios conjuntos de *Derecho y Economía* con un 18.18% de su total (44 respuestas), y en la B es la de *Ciencias Actuariales y Financieras*, con un 44.61% de su total (65 respuestas).

**Tabla II**  
**Distribución demográfica de las muestras en función de estudios y cursos**

Ubic.	Carrera	Curso						TU (%)	TC (%)
		1	2	3	4	5	6		
RG	<i>Ciencias y Técnicas Estadísticas</i>			1				1 (2.27)	1 (0.91)
	<i>Derecho</i>		1	3	1			5 (11.36)	(*)
	<i>Derecho y Periodismo</i>	1						1 (2.27)	1 (0.91)
	<i>Derecho y Economía</i>	3	1	3		1		8 (18.18)	8 (7.33)
	<i>Derecho y Admón. y Dir. Empresas</i>	2	2	1			1	6 (13.63)	(*)
	<i>Economía</i>	1		1	3			5 (11.36)	5 (4.58)
	<i>Admon. y Dir. Empresas</i>				1			1 (2.27)	1 (0.91)
	<i>Periodismo</i>	1	1					2 (4.54)	(*)
RL	<i>Derecho y Admón. y Dir. Empresas</i>		1	1				2 (4.54)	8 (7.33)
	<i>Ingeniería de Telecomunicación</i>	3	1		3			7 (15.9)	7 (6.42)
	<i>Ingeniería Industrial</i>	1	1					2 (4.54)	2 (1.83)
	<i>Ing. Téc. Indust.: Electricidad</i>	1						1 (2.27)	1 (0.91)
	<i>Periodismo</i>	1	1	1				3 (6.81)	5 (4.58)
<b>Subt.</b>	11 diferentes	14 (31.81)	9 (20.45)	11 (25)	8 (18.18)	1 (2.27)	1 (2.27)	<b>44</b> (100)	
C	<i>Biblioteconomía y Documentación</i>	15	2					17 (26.15)	17 (15.59)
	<i>Ciencias Actuariales y Financieras</i>	12	17					29 (44.61)	29 (26.6)
	<i>Derecho</i>	13	1					14 (21.53)	19 (17.43)
	<i>Documentación</i>				5			5 (7.69)	5 (4.58)
<b>Subt.</b>	4 diferentes	40 (61.53)	20 (30.76)	0 <sup>(0)</sup>	5 (7.69)	0 <sup>(0)</sup>	0 <sup>(0)</sup>	<b>65</b> (100)	
<b>Total</b>	14 diferentes	54 (49.54)	29 (26.6)	11 (10.09)	13 (11.92)	1 (0.91)	1 (0.91)	<b>109</b> (100)	

(\*) Total carrera, sumados en la casilla correspondiente a la última mención a dicha carrera.

TU = Total ubicación (RG, RL o C).

TC = Total carrera.

#### 4.2. Análisis de las necesidades generales de información.

##### 4.2.1. Uso general de fuentes de información.

Las preguntas 4, 5 y 6 del cuestionario trataban de analizar el valor otorgado por los encuestados a una serie de fuentes de información, las más habituales, en función de la importancia que para ellos tienen así como los tipos de información que más frecuentemente suelen necesitar y su percepción del nivel de competencia que observan en sí mismos a la hora de buscarla.

En la pregunta 4 nos acercamos al primero de los aspectos comentados. Como se puede observar en el resumen de datos presentado en la tabla III, Internet obtiene en la muestra A una muy alta valoración, seguida de la familia y amigos. Bibliotecas y periódicos obtienen también una valoración bastante positiva, mientras que radio y televisión son consideradas como las fuentes de menor importancia.

**Tabla III**  
**Fuentes de información por grado de importancia en muestra A**

<b>Fuente</b>	<b>Ning.</b>	<b>Poca</b>	<b>Media</b>	<b>Mucha</b>	<b>Imp.</b>	<b>N/c</b>	<b>Total</b>
<b>Periódicos</b>	1 (2.27)	6 (13.63)	16 ( <b>36.36</b> )	15 (34.09)	6 (13.63)	0 (0)	44 (100)
<b>Familia</b>	1 (2.27)	9 (20.45)	11 (25)	14 ( <b>31.81</b> )	9 (20.45)	0 (0)	44 (100)
<b>Televisión</b>	8 (18.18)	17 ( <b>38.63</b> )	14 (31.81)	5 (11.36)	0 (0)	0 (0)	44 (100)
<b>Amigos</b>	2 (4.54)	6 (13.63)	19 ( <b>43.18</b> )	12 (27.27)	5 (11.36)	0 (0)	44 (100)
<b>Radio</b>	7 (15.9)	14 ( <b>31.81</b> )	12 (27.27)	7 (15.9)	4 (9.09)	0 (0)	44 (100)
<b>Internet</b>	0 (0)	0 (0)	6 (13.63)	19 ( <b>43.18</b> )	18 (40.9)	1 (2.27)	44 (100)
<b>Bibliotecas</b>	2 (4.54)	7 (15.9)	14 ( <b>31.81</b> )	11 (25)	9 (20.45)	1 (2.27)	44 (100)

Los resultados obtenidos en la muestra B (tabla IV) son, en su conjunto, bastante similares a los obtenidos en la muestra A. Internet es también aquí la fuente mejor valorada, si bien la valoración de la familia es algo inferior respecto a la observada en la muestra anterior. La percepción de los amigos y periódicos como fuente de información es asimismo muy similar. Las bibliotecas reciben una valoración mucho más alta que en la muestra A, hecho quizá atribuible a la presencia de alumnos del área de Biblioteconomía y Documentación. Televisión y radio son también en esta muestra los medios peor valorados como fuente de información.

**Tabla IV**  
**Fuentes de información por grado de importancia en muestra B**

<b>Fuente</b>	<b>Ning.</b>	<b>Poca</b>	<b>Media</b>	<b>Mucha</b>	<b>Imp.</b>	<b>N/c</b>	<b>Total</b>
<b>Periódicos</b>	1 (1.53)	12 (18.46)	30 ( <b>46.15</b> )	16 (24.61)	3 (4.61)	3 (4.61)	65 (100)
<b>Familia</b>	1 (1.53)	10 (15.38)	31 ( <b>47.69</b> )	13 (20)	5 (7.69)	5 (7.69)	65 (100)
<b>Teléfono</b>	8 (12.30)	24 ( <b>36.92</b> )	17 (26.15)	10 (15.38)	0 (0)	6 (9.23)	65 (100)
<b>Amigos</b>	2 (3.07)	7 (10.76)	27 ( <b>41.53</b> )	19 (29.23)	3 (4.61)	7 (10.76)	65 (100)
<b>Radio</b>	4 (6.15)	22 ( <b>33.84</b> )	21 (32.30)	9 (13.84)	3 (4.61)	6 (9.23)	65 (100)
<b>Internet</b>	0 (0)	1 (1.53)	9 (13.84)	28 ( <b>43.07</b> )	24 (36.92)	3 (4.61)	65 (100)
<b>Bibliotecas</b>	1 (1.53)	4 (6.15)	6 (9.23)	27 ( <b>41.53</b> )	23 (35.38)	4 (6.15)	65 (100)

Consideramos que el tamaño de las muestras, sobre todo en el caso de la muestra A, hace que el análisis pormenorizado del desglose de fuentes de información por carreras haya resultado poco significativo, por lo que no presentamos sus resultados.



#### 4.2.2. Finalidad de uso de fuentes de información.

En la pregunta 5 tratamos de acercarnos a las necesidades de información de los encuestados a través de la finalidad de uso de la información que suelen buscar. Como se puede apreciar en la tabla V, hemos observado una curiosa distribución tanto en la muestra A como en la B, en la que los mayores porcentajes de valoración en función de frecuencia relativa a finalidad de uso (del 1 al 4, siendo 1 la más frecuente) coinciden con el orden de presentación de las respuestas. En otras palabras, la información que más frecuentemente necesitan los encuestados tanto de las muestra A como de la B es información para la realización de trabajos y tareas de curso, con un 47.72% y un 46.15% respectivamente, seguida de la información para el ocio con un 31.81% y un 29.23% respectivamente, la información para el aprendizaje o intereses personales con un 29.54% y un 35.38% respectivamente y finalmente la información para la resolución de problemas de la vida diaria con un 63.63% y un 40% respectivamente. La peculiaridad de esta distribución nos hace preguntarnos si los resultados obtenidos serían los mismos en caso de presentar a los encuestados las opciones disponibles en un orden distinto, reto que dejamos pendiente para próximas investigaciones.

**Tabla V**  
**Necesidades de información en función de la frecuencia en muestras A y B**

Finalidad	M	Respuestas (frecuencia)				N/c	N/v	Tot.
		1	2	3	4			
Trabajos y tareas de curso	A	21 (47.72)	11 (44)	8 (18.18)	0 (0)	2 (4.54)	2 (4.54)	44 (100)
	B	30 (46.15)	9 (13.84)	7 (10.76)	12 (18.46)	3 (4.61)	4 (6.15)	65 (100)
Ocio	A	7 (15.9)	14 (31.81)	11 (25)	6 (13.63)	4 (9.09)	2 (4.54)	44 (100)
	B	10 (15.38)	19 (29.23)	17 (26.15)	10 (15.38)	3 (4.61)	5 (7.69)	65 (100)
Aprendizaje o intereses personales	A	12 (27.27)	10 (22.72)	13 (29.54)	4 (9.09)	4 (9.09)	1 (2.27)	44 (100)
	B	9 (13.84)	17 (26.15)	23 (35.38)	8 (12.30)	8 (12.30)	0 (0)	65 (100)
Resolución problemas vida diaria	A	1 (2.27)	3 (6.81)	6 (13.63)	28 (63.63)	6 (13.63)	0 (0)	44 (100)
	B	7 (10.76)	11 (16.92)	10 (15.38)	26 (40)	10 (15.38)	1 (1.53)	65 (100)
Total	A, B							109 (100)

#### 4.2.3. Valoración de competencias en búsqueda de información.

En la pregunta 6 pedimos a los encuestados que valoraran, de la forma en que están acostumbrados a valorar y ser valorados en el entorno académico, es decir, en una escala del 1 al 10, su habilidad a la hora de buscar información en cualquier ámbito. Como se puede apreciar en la tabla VI, los valores de calificación de estas habilidades está en torno al 7 en ambas muestras, siendo un 4 la nota más baja adjudicada en el caso de A y un 3 en el caso de B, y en ambas un 10 la nota máxima.

**Tabla VI**  
**Valoración de habilidades personales de búsqueda general de información en muestras A y B**

Muestra	Respuestas	N/c	Nota media	N. baja-alta
A	44	0	<b>7.09</b>	4-10
B	65	1	<b>6.6</b>	3-10
<b>Total</b>	109			

### 4.3. Análisis del uso de Internet.

#### 4.3.1. Frecuencia de uso.

Como se puede observar en la tabla VII, la mayoría de los encuestados utilizan Internet diariamente (un 84.09% en A y un 76.92% en B), siendo la frecuencia semanal mucho menor (un 15.9% en A y un 21.53% en B) y la ocasional prácticamente anecdótica (0% en A y 1.53% en B). En ninguna de las muestras se ha observado ningún sujeto que no utilice nunca Internet.

**Tabla VII**  
Frecuencia de uso de Internet

Frecuencia	Muestra	Respuestas (%)	Total muestra
<i>Diaria</i>	A	37 ( <b>84.09</b> )	44 (100)
	B	50 ( <b>76.92</b> )	65 (100)
<i>Semanal</i>	A	7 (15.9)	44 (100)
	B	14 (21.53)	65 (100)
<i>Ocasional</i>	A	0 (0)	44 (100)
	B	1 (1.53)	65 (100)
<i>Nunca</i>	A	0 (0)	44 (100)
	B	0 (0)	65 (100)
<b>Total</b>		109	100

#### 4.3.2. Experiencia previa en el uso de Internet.

La mayor parte de los encuestados integrantes de la muestra A (véase tabla VIII) empezó a usar Internet hace unos dos o tres años (20.45% para ambos), mientras que los de la muestra B lo hicieron hace tres (29.23%). En el desglose por cursos apreciamos que la mayor parte de los encuestados en ambas muestras parecen haber empezado a usar Internet antes de entrar en la universidad. Por otra parte, cabe mencionar que no se ha encontrado en ninguna de las muestras ningún individuo que no haya usado nunca Internet.

**Tabla VIII**  
Experiencia previa de uso de Internet en muestras A y B por cursos y años

M	Curso	Respuestas (%)								Total
		<i>Este año</i>	<i>1 año</i>	<i>2 años</i>	<i>3 años</i>	<i>4 años</i>	<i>5 años</i>	<i>+ 5 años</i>	<i>Nunca</i>	
A	1	1 (7.14)	3 (21.42)	4 ( <b>28.57</b> )	4 ( <b>28.57</b> )	1 (7.14)	0 (0)	1 (7.14)	0 (0)	14 (31.81)
	2	0 (0)	1 (11.11)	2 (22.22)	2 (22.22)	3 ( <b>33.33</b> )	0 (0)	1 (11.11)	0 (0)	9 (20.45)
	3	0 (0)	1 (9.09)	2 (18.18)	3 ( <b>27.27</b> )	2 (18.18)	1 (9.09)	2 (18.18)	0 (0)	11 (25)
	4	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (12.5)	4 ( <b>50</b> )	3 (37.5)	0 (0)	8 (18.18)
	5	0 (0)	0 (0)	1 ( <b>100</b> )	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (2.27)
	6	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 ( <b>100</b> )	0 (0)	1 (2.27)

<b>TA</b>		1 (2.27)	5 (11.36)	9 ( <b>20.45</b> )	9 ( <b>20.45</b> )	7 (15.9)	5 (11.36)	8 (18.18)	0 (0)	44 (100)
<b>B</b>	1	6 (18.75)	2 (6.25)	4 (12.5)	11 ( <b>34.37</b> )	7 (21.87)	1 (3.12)	1 (3.12)	0 (0)	32 (49.23)
	2	0 (0)	0 (0)	3 (15.78)	4 (21.05)	3 (15.78)	3 (15.78)	6 ( <b>31.57</b> )	0 (0)	19 (29.23)
	3	0 (0)	0 (0)	1 (7.69)	4 (30.76)	5 ( <b>38.46</b> )	2 (15.38)	1 (7.69)	0 (0)	13 (20)
	4	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 ( <b>100</b> )	0 (0)	1 (1.53)
<b>TB</b>		6 (9.23)	2 (3.07)	8 (12.30)	19 ( <b>29.23</b> )	15 (23.07)	6 (9.23)	9 (13.84)	0 (0)	65 (100)

#### 4.3.3. Lugar de acceso a Internet.

El lugar de acceso más frecuente entre los encuestados es, como se puede apreciar en la tabla IX, el domicilio particular de los mismos en el caso de la muestra A (95.45%), categoría sobre la que cabe advertir se han incluido a aquellos que acceden desde sus habitaciones en las residencias de estudiantes, 12 en total. En el caso de la muestra B el lugar de acceso más frecuente es la universidad, si bien mantiene un porcentaje muy similar en el apartado correspondiente al acceso domiciliario. En esta muestra es también significativo el porcentaje de estudiantes que acceden desde sus puestos de trabajo (20%), siendo muy reducido en el caso de la muestra A (4.54%).

**Tabla IX**  
Lugar de acceso a Internet en muestras A y B

Frecuencia	Muestra	Respuestas (%)	Total muestra
<i>Casa</i>	A	42 ( <b>95.45</b> )	44 (100)
	B	50 (76.92)	65 (100)
<i>Universidad</i>	A	30 (68.18)	44 (100)
	B	52 ( <b>80</b> )	65 (100)
<i>Trabajo</i>	A	2 (4.54)	44 (100)
	B	13 (20)	65 (100)
<i>Cibercafé</i>	A	0 (0)	44 (100)
	B	1 (1.53)	65 (100)
<b>Total</b>	A, B		109 (100)

#### 4.3.4. Tiempo empleado en Internet.

En el caso del tiempo empleado a la semana en el uso de Internet, hemos observado (tabla X) que en el caso de la muestra A la media se sitúa en 9.44 horas, mientras que en el caso de la B ésta es algo inferior, superando en poco las 8 horas. La causa del alto porcentaje observado en la muestra B parecen ser los 7 estudiantes de Ingeniería de Telecomunicación y los 3 estudiantes de Periodismo presentes en la muestra (campus de Leganés), ya que los primeros alcanzan una media de 17.42 horas a la semana y los segundos de 14.66, cifra bastante superior a la media observada entre el resto de estudiantes encuestados.

**Tabla X**  
Tiempo empleado a la semana en Internet en muestras A y B

Muestra	Respuestas	N/c	Media horas
A	43	1	<b>9.44</b>
B	63	2	<b>8.02</b>
<b>Total</b>	109		

#### 4.3.5. Finalidad de uso de Internet.

En cuanto al tipo de información que con más frecuencia se busca en Internet, hemos observado una distribución similar a la comentada en 2.2. Según se puede apreciar en la tabla XI, el tipo de información más buscado en Internet es el correspondiente a información para trabajos y tareas de curso, con un 43.18% de las respuestas de la muestra A y un 55.38% de las de B. Como en el caso de 2.2, la resolución de problemas de la vida diaria queda relegado a un cuarto lugar por la mayoría de los encuestados tanto en A como en B (59.09% y 50.76% respectivamente). Sin embargo, la búsqueda de información para el ocio y la relativa a aprendizaje o intereses personales es más frecuentes en A que en B.

**Tabla XI**  
Tipo de información buscada en Internet en muestras A y B

Finalidad	M	Respuestas (frecuencia)				N/c	N/v	Tot.
		1	2	3	4			
<i>Trabajos y tareas de curso</i>	A	19 ( <b>43.18</b> )	8 (12.30)	10 (15.38)	3 (4.61)	2 (3.07)	2 (3.07)	44 (100)
	B	36 ( <b>55.38</b> )	6 (9.23)	5 (7.69)	11 (16.92)	4 (6.15)	3 (4.61)	65 (100)
<i>Ocio</i>	A	11 (25)	15 ( <b>34.09</b> )	6 (13.63)	5 (11.36)	5 (11.36)	2 (3.07)	44 (100)
	B	12 (18.46)	16 (24.61)	20 ( <b>30.76</b> )	10 (15.38)	6 (9.23)	1 (1.53)	65 (100)
<i>Aprendizaje o intereses personales</i>	A	10 (15.38)	13 ( <b>29.54</b> )	12 (27.27)	3 (4.61)	5 (11.36)	1 (2.27)	44 (100)
	B	7 (10.76)	23 (35.38)	25 ( <b>38.46</b> )	3 (4.61)	4 (6.15)	3 (4.61)	65 (100)
<i>Resolución problemas vida diaria</i>	A	0 (0)	2 (3.07)	8 (12.30)	26 ( <b>59.09</b> )	8 (12.30)	0 (0)	44 (100)
	B	3 (4.61)	12 (18.46)	10 (15.38)	33 ( <b>50.76</b> )	7 (10.76)	0 (0)	65 (100)
<b>Total</b>	A, B							109 (100)

#### 4.3.6. Formación en el manejo de Internet.

Como se puede observar en la tabla XII, la mayoría de los encuestados aprendió a manejar Internet por su cuenta (93.18% en el caso de A y 86.15% en el de B), siendo mucho menor el número de individuos que aprendieron a través de cursos específicos (especialmente significativo es, sin embargo, el 10.76% de la muestra B a este respecto), clases en la universidad (9.23% en el caso de B) o clases impartidas en centros escolares de secundaria (4.54% en el caso de A).

**Tabla XII**  
Formación en el manejo de Internet en muestras A y B

Frecuencia	Muestra	Respuestas (%)	Total muestra
<i>Clases C.E.S.</i>	A	2 (4.54)	44 (100)
	B	0 (0)	65 (100)
<i>Universidad</i>	A	2 (4.54)	44 (100)
	B	6 (9.23)	65 (100)
<i>Cursos</i>	A	1 (2.27)	44 (100)
	B	7 (10.76)	65 (100)
<i>Solo</i>	A	41 ( <b>93.18</b> )	44 (100)
	B	56 ( <b>86.15</b> )	65 (100)
<b>Total</b>	A, B	109 (100)	

#### 4.3.7. Valoración de la competencia de búsqueda de información en Internet.

En la pregunta número 12 del cuestionario solicitamos a los estudiantes que valoraran su habilidad a la hora de buscar información en Internet en una escala del 1 al 10, como en el caso de 2.3. Como se puede observar en la tabla XIII, la nota media que se otorgan los estudiantes de la muestra A es de 7.14, mientras para los de la B es de 6.8. En el caso de la muestra A la nota más baja asignada ha sido un 3 y la nota más alta un 10. En el caso de la muestra B, la nota más baja ha sido un 2 y la más alta también un 10.

**Tabla XIII**  
**Valoración de habilidades personales de búsqueda de información en Internet en muestras A y B**

Muestra	Respuestas	N/c	Nota media	N. baja-alta
A	44	0	<b>7.14</b>	3-10
B	65	1	<b>6.8</b>	2-10
<b>Total</b>	109			

#### 4.3.8. Servicios de Internet utilizados.

La pregunta 14 del cuestionario se interesa por los servicios de internet utilizados por los estudiantes. De los señalados, la mayoría de los encuestados de ambas muestras (tabla XIV) han elegido el correo electrónico como el servicio que utilizan con mayor frecuencia (97.72% en A y 90.76% en B), seguido del acceso a páginas web (95.45% en A y 89.23% en B) y el chat o intercambio instantáneo de mensajes de texto en entornos de diálogo (36.36% en A y 29.23% en B). Foros de discusión, listas de distribución y descarga de archivos a través de FTP parecen ser poco utilizados, si bien cabe destacar de esta última el porcentaje alcanzado en la muestra B, de un 18.46%.

**Tabla XIV**  
**Uso de servicios de Internet en muestras A y B**

Frecuencia	Muestra	Respuestas (%)	Total muestra
<i>Correo</i>	A	43 ( <b>97.72</b> )	44 (100)
	B	59 ( <b>90.76</b> )	65 (100)
<i>Pag. web</i>	A	42 ( <b>95.45</b> )	44 (100)
	B	58 ( <b>89.23</b> )	65 (100)
<i>Chat</i>	A	16 (36.36)	44 (100)
	B	19 (29.23)	65 (100)
<i>Foros</i>	A	1 (2.27)	44 (100)
	B	1 (2.27)	65 (100)
<i>Listas</i>	A	2 (4.54)	44 (100)
	B	8 (12.3)	65 (100)
<i>FTP</i>	A	4 (9.09)	44 (100)
	B	12 (18.46)	65 (100)
<b>Total</b>	A, B		109 (100)

#### 4.3.9. Hábitos de revisitación de sitios web.

Con la pregunta 15 del cuestionario pretendemos analizar las formas de revisitación de sitios web utilizadas por los estudiantes encuestados. Los datos obtenidos al respecto (tabla XV) nos indican que el botón “Back” o “Regresar” presente en los navegadores es la forma más extendida de revisitación, con un 61.36% de las respuestas de A y un 61.53% de las de B. La herramienta “Favoritos” o “Bookmarks” es la segunda forma más utilizada, con un 43.18% en A y un 46.15% en B. Por su parte, la simple anotación de los URL de los sitios parece ser un hábito bastante común entre los encuestados, con un 38.63% de las respuestas de A y un 41.53% de las de B. El acceso a los sitios ya visitados a través de la utilidad “Historial” es también una de las formas más comunes, especialmente en el caso de la muestra B, en que nos encontramos un 43.07% de individuos que la utilizan, frente a un 25% en A. El envío por correo y la impresión así como su conservación en el disco duro o disquete presentan porcentajes inferiores a los observados en otras formas de revisitación, por lo que su uso no parece ser tan extendido como en el caso de las anteriores.

**Tabla XV**  
**Hábitos de revisitación en muestras A y B**

<b>Forma</b>	<b>Muestra</b>	<b>Respuestas (%)</b>	<b>Total muestra</b>
<i>Botón “Back”</i>	A	27 (61.36)	44 (100)
	B	40 (61.53)	65 (100)
<i>“Historial”</i>	A	11 (25)	44 (100)
	B	28 (43.07)	65 (100)
<i>Disco duro/disquete</i>	A	4 (9.09)	44 (100)
	B	9 (13.84)	65 (100)
<i>Favoritos/Bookmarks</i>	A	19 (43.18)	44 (100)
	B	30 (46.15)	65 (100)
<i>Envío por correo</i>	A	10 (22.72)	44 (100)
	B	15 (23.07)	65 (100)
<i>Impresión</i>	A	8 (18.18)	44 (100)
	B	18 (27.69)	65 (100)
<i>Anotación</i>	A	17 (38.63)	44 (100)
	B	27 (41.53)	65 (100)
<b>Total</b>	A, B		109 (100)

#### **4.3.10. Localización de recursos de interés.**

A través de la pregunta 16 del cuestionario quisimos saber cómo suelen encontrar los encuestados los recursos que consideran de mayor interés. Como se puede apreciar en la tabla XVI, la mayoría de los encuestados las encuentra a través de buscadores (97.72% en el caso de la muestra A y 96.92% en el caso de la B). La segunda forma de localización más frecuente en ambas muestras son los amigos, con un 59.09% en el caso de la A y un 47.69% en el de la B. Profesores y compañeros de clase, con porcentajes bastante similares entre sí (en torno al 21% en A y al 37% en B), serían las siguientes formas de localización en orden de importancia, seguidas de los medios de comunicación (22.72% en A y 26.15% en B) y finalmente los directorios, que parecen bastante desconocidos o de poca utilidad para los encuestados (9.09% en A y 23.07% en B).

**Tabla XVI**  
**Localización de recursos en muestras A y B**

Forma	Muestra	Respuestas (%)	Total muestra
<i>Buscadores</i>	A	43 (97.72)	44 (100)
	B	63 (96.92)	65 (100)
<i>Directorios</i>	A	4 (9.09)	44 (100)
	B	15 (23.07)	65 (100)
<i>Amigos</i>	A	26 (59.09)	44 (100)
	B	31 (47.69)	65 (100)
<i>Compañeros de clase</i>	A	10 (22.72)	44 (100)
	B	24 (36.92)	65 (100)
<i>Profesores</i>	A	9 (20.45)	44 (100)
	B	24 (36.92)	65 (100)
<i>Medios de comunicación</i>	A	10 (22.72)	44 (100)
	B	17 (26.15)	65 (100)
<b>Total</b>	A, B		109 (100)

### 3.11. Otras consideraciones respecto al acceso, manejo y uso de la información.

Con la última pregunta del cuestionario hemos pretendido analizar las actitudes de los encuestados hacia algunos aspectos de especial importancia para el estudio de las competencias en el manejo de información (tabla XVII), en particular aquellos relativos a las formas de acceso a la información, su satisfacción con los resultados obtenidos, su capacidad de evaluación crítica de recursos y el uso ético de los mismos. En este sentido, hemos observado lo siguiente:

1. En ambas muestras son pocos los que manifiestan ser conscientes de seguir un plan para buscar la información que necesitan (29.54% en A y 21.53% en B), siendo mayor el porcentaje correspondiente a aquellos que reconocen no seguir ningún plan (34.09% en A y 32.3% en B) y sobre todo el de indecisos (36.36% en A y 40% en B).

2. La mayoría de los encuestados de ambas muestras afirman saber cómo expresar lo que quieren en buscadores y otras herramientas de búsqueda (59.09% en A y 47.69% en B). En un porcentaje bastante cercano se encuentran los indecisos (40.9% en A y 44.61% en B), siendo muy escaso o nulo el número de individuos que no saben cómo expresar sus necesidades de información en herramientas de búsqueda (0% en A y 3.07%).

3. Los encuestados se muestran mucho más inseguros a la hora de valorar los resultados que obtienen de sus búsquedas (81.81% de indecisos en A y 63.07% en B), siendo mucho más bajo el porcentaje de aquellos que afirman obtener resultados precisos y válidos (15.9% en A y 30.76% en B) y muy escaso el de aquellos que no están satisfechos en absoluto con sus resultados (2.27% en A y 1.53% en B).

4. La mayoría de los encuestados de ambas muestras afirman invertir más tiempo del que desearían en la búsqueda de información (43.18% en A y 49.23% en B), si bien hay un significativo número de encuestados que manifiestan no hacerlo (20.45% en A y 16.92% en B) y un importante porcentaje de indecisos (36.36% en A y 26.15% en B).

5. En cuanto a los recursos que encuentran en sus búsquedas de información en la red sin haberlas buscado expresamente (lo que en el entorno anglosajón se denomina “*serendipity*”), la mayoría afirma que se trata de un hecho frecuente (72.72% en A y 52.3% en B), mientras que otros lo consideran ocasional (22.72% en A y 38.46% en B) y pocos niegan que les suceda (4.54% en A y 4.61% en B).

6. Los encuestados de ambas muestras afirman en su mayoría no perderse en numerosas ocasiones a medida que siguen enlaces en la Web (45.45% en A y 47.69% en B), si bien un alto porcentaje reconocen que es algo que les sucede a veces (36.36% en A y 30.76% en B) y un más reducido número de ellos afirman que efectivamente es algo que les sucede en numerosas ocasiones (18.18% en A y 16.92% en B).

7. En términos generales, los encuestados parecen estar bastante satisfechos con la información que tienen a su disposición a través de Internet. En el caso de la muestra B esto es especialmente patente (47.69% en la casilla “Sí” y 43.07% en “A veces”), mientras que en el caso de la A los sujetos tienden a la indecisión (45.45% en “Sí” y 47.72% en “A veces”). Son pocos los encuestados que manifiestan no estar en absoluto satisfechos con la información que Internet les ofrece (6.81% en A y 3.07% en B).

8. En cuanto a la capacidad de valorar si la información que se encuentra parece o no válida de acuerdo a los objetivos planteados, si está manipulada o tiene sesgos de cualquier tipo y se tienen en cuenta, encontramos que en el caso de la muestra A los encuestados están más seguros de saber hacerlo que los de la muestra B (50% en A y 36.92% en B), si bien el grado de indecisión es bastante alto en ambas (40.9% en A y 46.15% en B). El porcentaje de individuos que afirman no saber evaluar la información que encuentran en Internet es relativamente bajo, si bien preocupante (9.09% en A y 10.76% en B).

9. La mayoría de los encuestados de ambas muestras afirman citar en sus trabajos los documentos web que han consultado para la preparación de los mismos (36.36% en A y 49.23% en B), si bien otros muchos reconocen que no es algo que hagan frecuentemente (34.09% en A y 29.23% en B) e incluso otros, eso sí, los menos, afirman no hacerlo nunca (29.54% en A y 18.46% en B).

**Tabla XVII**  
**Respuestas a pregunta 17 en muestras A y B**

Afirmación	Muestra	Respuestas (%)				Total
		Sí	No	A/v	N/c	
1	A	13 (29.54)	15 (34.09)	16 ( <b>36.36</b> )		44 (100)
	B	14 (21.53)	21 (32.3)	26 ( <b>40</b> )	4 (6.15)	65 (100)
2	A	26 ( <b>59.09</b> )	0 (0)	18 (40.9)		44 (100)
	B	31 ( <b>47.69</b> )	2 (3.07)	29 (44.61)	3 (4.61)	65 (100)
3	A	7 (15.9)	1 (2.27)	36 ( <b>81.81</b> )		44 (100)
	B	20 (30.76)	1 (1.53)	41 ( <b>63.07</b> )	3 (4.61)	65 (100)
4	A	19 ( <b>43.18</b> )	9 (20.45)	16 (36.36)		44 (100)
	B	32 ( <b>49.23</b> )	11 (16.92)	17 (26.15)	5 (7.69)	65 (100)
5	A	32 ( <b>72.72</b> )	2 (4.54)	10 (22.72)		44 (100)
	B	34 ( <b>52.3</b> )	3 (4.61)	25 (38.46)	3 (4.61)	65 (100)
6	A	8 (18.18)	20 ( <b>45.45</b> )	16 (36.36)		44 (100)
	B	11 (16.92)	31 ( <b>47.69</b> )	20 (30.76)	3 (4.61)	65 (100)
7	A	20 ( <b>45.45</b> )	3 (6.81)	21 ( <b>47.72</b> )		44 (100)
	B	31 ( <b>47.69</b> )	2 (3.07)	28 ( <b>43.07</b> )	4 (6.15)	65 (100)
8	A	22 ( <b>50</b> )	4 (9.09)	18 (40.9)		44 (100)
	B	24 (36.92)	7 (10.76)	30 ( <b>46.15</b> )	4 (6.15)	65 (100)
9	A	16 ( <b>36.36</b> )	13 (29.54)	15 (34.09)		44 (100)
	B	32 ( <b>49.23</b> )	12 (18.46)	19 (29.23)	2 (3.07)	65 (100)



<b>Total</b>	A, B	109 (100)
--------------	------	-----------

## 5. CONCLUSIONES.

Como se ha podido apreciar en la exposición de resultados, hemos observado una gran complementariedad entre los correspondientes a ambas muestras, lo que en cierta manera otorga una mayor solidez al conjunto de los mismos. No es, sin embargo, garantía alguna de que estos resultados sean extrapolables al conjunto de la población a estudiar, dadas las limitaciones ya comentadas. Las conclusiones a las que podemos llegar se refieren, por tanto, a las muestras estudiadas, y sólo estudios posteriores podrán ratificar y ampliar su validez:

1. Internet constituye, con diferencia, la fuente de información de mayor importancia para los estudiantes universitarios encuestados (4.2.1), mostrándose bastante satisfechos con lo que ésta les ofrece (4.3.11).

2. La información que éstos buscan con mayor frecuencia en Internet es aquella que necesitan para realizar trabajos y tareas de curso. Este hecho, que contrasta con los resultados de Perry, Perry y Hosack-Curlin (1998), está sin embargo en consonancia con los resultados obtenidos por Martínez (2002).

3. La mayoría acceden diariamente (lo que contrasta con los datos observados en la Encuesta del INE ya comentados) desde su lugar de residencia (en consonancia con los datos ofrecidos por el *Estudio General de Medios 2002*) o desde la universidad y la utilizan una media de 8 a 9 horas a la semana, tiempo que les parece excesivo en lo concerniente a sus búsquedas de información.

4. La mayor parte de estos estudiantes empezaron a usar Internet recientemente, generalmente hace unos tres años, y antes de ingresar en la universidad.

5. La mayoría han aprendido a usar Internet por su cuenta, y sin embargo se sienten muy seguros a la hora de buscar información en este medio, de hecho más que a la hora de buscar información en su vida diaria en cualquier medio y con cualquier propósito, lo que podría ser interpretado como una falsa sensación de seguridad, muy propia del uso de Internet, según las observaciones de McFadden (2001) y O'Hanlon (2002).

6. Para la realización de sus búsquedas, los estudiantes encuestados utilizan sobre todo los buscadores, en los que, afirman, saben expresar lo que quieren, si bien los resultados no parecen satisfacerles demasiado. La poca diversidad de herramientas utilizadas así como la negativa percepción respecto a sus resultados podrían revelar una falta de destreza en la utilización de las mismas así como el desconocimiento de otras posibilidades de recuperación.

7. Es especialmente destacable el gran valor otorgado a las amistades por los estudiantes encuestados tanto como fuente de información como fuente de recursos útiles en Internet.

8. Las formas de revisitación preferidas por los estudiantes encuestados podrían indicar cierto desconocimiento del pleno potencial de algunas de ellas, ya que el uso de la anotación como forma de revisitación es superior a la que se podría esperar, mientras que el

uso de otras herramientas más adecuadas, como podrían ser los “Bookmarks”, presenta un tímido porcentaje.

9. Los estudiantes encuestados muestran cierta inseguridad a la hora de seguir un plan concreto para obtener la información que desean como a la hora de evaluar la información que encuentran o incluso de citarla, lo que podría indicar una necesidad de mejora en su formación en habilidades de acceso, manejo y uso de la información.

## NOTAS

[1] Véanse, por ejemplo, los trabajos de revisión de Fourie (2002), Jansen y Pooch (2001) y Savolainen (1998) o la revisión realizada en los trabajos de Brown y Sellen (2001) o de Hargittai (2002a y 2002b).

## BIBLIOGRAFÍA

ADAMS, J. A.; BONK, S. C. (1995). Electronic information technologies and resources: Use by university faculty and faculty preferences for related library services. *Colleges & Research Libraries*, vol. 56, pp. 119-131.

APPLEBEE, Ann; CLAYTON, Peter (2000). Australian academic use of the Internet: implications for university administrators. *Internet Research*, vol. 10, n. 2, pp. 141-149.

--- ; CLAYTON, Peter; PASCOE, Celina (1997). Australian academic use of the Internet. *Internet Research*, vol. 7, n. 2, pp. 85-94.

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, AIMC. *Estudio General de Medios. Resumen General, febrero a noviembre de 2002* [en línea]. [Consultado mediante registro el 13 de diciembre de 2002]. Disponible en: <<http://www.aimc.es>>.

BAIGORRI, Artemio; et al. (2000). Universitarios de primera y universitarios de segunda. Desigualdades de acceso a las nuevas tecnologías de la información en el alumnado universitario [en línea]. *I Congreso Internacional “Retos de la alfabetización tecnológica en un mundo en red”, Cáceres, del 30 de noviembre al 2 de diciembre de 2000* [Consultado el 18 de diciembre de 2002]. Disponible en: <[http://168.143.67.65/congreso/\\_ponencias/ponencia-130.pdf](http://168.143.67.65/congreso/_ponencias/ponencia-130.pdf)>.

BELL, H.; TANG, N. K. H. (1998) The effectiveness of commercial Internet Web sites: A user’s perspective. *Internet Research*, vol. 8, n. 3, pp. 219-228.

BROWN, Barry; SELLEN, Abigail (2001). Exploring Users’ Experiences of the Web [en línea]. *First Monday*, vol. 6, n. 9, September [Consultado el 14 de noviembre de 2002]. Disponible en: <[http://www.firstmonday.dk/issues/issue6\\_9/brown/index.html](http://www.firstmonday.dk/issues/issue6_9/brown/index.html)>.

BRUCE, Harry (1998). User satisfaction with information seeking on the internet. *Journal of the American Society for Information Science*, vol. 49, n. 6, pp. 541-556.

--- (1999). Perceptions of the Internet: what people think when they search the Internet for information. *Internet Research*, vol. 9, n. 3, pp. 187-199.

COCKBURN, A.; MCKENZIE, B. (2001). What do web users do?: an empirical analysis of web use. *International Journal of Human-Computer Studies* vol. 54, n. 6, pp. 903-922.

COTHEY, V. (2002). A longitudinal study of World Wide Web user's information searching behavior. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, vol. 53, n. 2, pp. 67-78.

DALGLEISH, Andrew; HALL, Robert (2000). Uses and perceptions of the World Wide Web in an information seeking environment. *Journal of Librarianship and Information Science*, vol. 32, n. 3, pp. 104-116.

FOURIE, Ina (2002). A review of web information-seeking/searching studies (2000-2002): implications for research in the South African context [en línea]. *ProLISSA: proceedings of the second biennial DISSAnet Conference* (24-25 October 2002, Pretoria) [Consultado el 7 de julio de 2003] Disponible en: <<http://www.dissanet>>.

HARGITTAI, E (2002a). Beyond logs and surveys: in-depth measures of people's Web use skills. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, vol. 53, n. 14, pp. 1239-1244.

--- (2002b). Second-level digital divide: differences in people's online skills [en línea]. *First Monday*, vol. 7, n. 4, April [Consultado el 17 de diciembre de 2002]. Disponible en: [http://www.firstmonday.dk/issues/issue7\\_4/hargittai/index.html](http://www.firstmonday.dk/issues/issue7_4/hargittai/index.html).

HE, Peter Wei; JACOBSON, Trudi E. (1996). What are they doing with the internet? A study of user information seeking behaviors. *Internet Reference Services Quarterly*, vol. 1, n. 1, pp. 31-51.

HERRING, Susan Davis (2001). Using the World Wide Web for Research: Are Faculty Satisfied?. *The Journal of Academic Librarianship*, vol. 27, n. 3, pp. 213-219.

HÖLSCHER, Christoph; STRUBE, Gerhard (2000). Web search behavior of Internet experts and newbies. *Computer Networks*, n. 33, pp. 337-346.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2002). Educación y Cultura. En: *Encuesta a hogares españoles sobre tecnologías de la información y la comunicación. Informe preliminar, 2002* [en línea]. [Consultado el 13 de diciembre de 2002]. Disponible en: <http://www.ine.es/daco/daco42/cmt/cmt2002.doc>.

JANSEN, B. J.; POOCH, U (2001). A review of Web searching studies and a framework for future research. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, vol. 52, n. 3, pp. 235-246.

KUHLTHAU, Carol Collier (1996). *Seeking meaning: a process approach to library and information services*. Norwood: Ablex Corporation.

LAZINGER, S. S.; BAR-LLAN, J.; PERITZ, B. C. (1997) Internet use by faculty members in various disciplines: A comparative case study. *Journal of the American Society for Information Science*, vol. 48, n. 6, pp. 508-518.

MARTÍNEZ GONZÁLEZ, Raquel Amaya, et al. (2002). El uso de las tecnologías de la información y la comunicación por parte de los estudiantes universitarios y su diferenciación en función del género [en línea]. *II Congreso europeo de tecnologías de la información en la educación y la ciudadanía: una visión crítica*, Barcelona, 26-28 de junio [Consultado el 20 de enero de 2002]. Disponible en: <<http://web.udg.es/tiec/orals/c85.pdf>>.

O'HANLON, N. (2002). Net knowledge: performance of new college students on an Internet skills proficiency test. *Internet and Higher Education*, vol. 5, n. 1, pp. 55-66.

PERRY, Clifford F. (1995). Travelers on the Internet [en línea]. *Online*, March [Consultado el 22 de noviembre de 2002]. Disponible en: <<http://www.onlinemag.net/OL1995/MarOL95/perry.html>>.

PERRY, Timothy T.; PERRY, Leslie Anne; HOSACK-CURLIN, Karen (1998). Internet use by university students: an interdisciplinary study on three campuses. *Internet Research*, vol. 8, n. 2, pp. 136-141.

SANZ CASADO, Elías (1994). *Manual de estudios de usuarios*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez; Pirámide.

SAVOLAINEN, Reijo (1998). Use studies of electronic networks: A review of empirical research approaches and challenges for their development. *Journal of Documentation*, vol. 54, n. 3, pp. 332-351.

SLAOUTI, Diane (2002). The World Wide Web for academic purposes: old study skills for new?. *English for Specific Purposes*, vol. 21, n. 2, pp. 105-124.

VOORBIJ, Henk J. (1999). Searching Scientific Information on the Internet: A Dutch Academic User Survey. *Journal of the American Society for Information Science*, vol. 50, n. 7, pp. 598-615.

WEN-HUA, Ren (2000). Library instruction and college student self-efficacy in electronic information searching. *The Journal of Academic Librarianship*, Vol. 26, n. 5, pp. 323-328.

## Anexo: Modelo de encuesta

### Datos demográficos:

1. Sexo:  Varón  Mujer
2. Carrera que estás estudiando \_\_\_\_\_
3. Curso \_\_\_\_\_

### A) NECESIDADES DE INFORMACIÓN:

4. **En general**, ¿qué tipo de información sueles necesitar más frecuentemente? (valora, en cada caso, del 1 al 4 –o 5 si fuera necesario-, siendo 1 la más frecuente)

Información para:

- Realización de trabajos y tareas de curso.
- Ocio.
- Aprendizaje o intereses personales no directamente relacionados con tus estudios.
- Información para resolver problemas de la vida diaria.
- Otros \_\_\_\_\_

5. Cuando necesitas información, ¿a dónde acudes? Marca con un círculo el número correspondiente al **grado de importancia** que tienen las siguientes fuentes para ti:

	<i>Ninguna</i>	<i>Poca</i>	<i>Media</i>	<i>Mucha</i>	<i>Imprescindible</i>
Periódicos	1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____
Familiares	1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____
Televisión	1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____
Amigos	1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____
Radio	1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____
Internet	1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____
Biblioteca	1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____
Otras	_____				

6. ¿Cómo calificarías tu **habilidad general** a la hora de buscar información en cualquier ámbito en una escala del 1 al 10? (marca con un círculo)

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_ 6 \_\_\_\_\_ 7 \_\_\_\_\_ 8 \_\_\_\_\_ 9 \_\_\_\_\_ 10 \_\_\_\_\_

## B) USO DE INTERNET:

7. ¿Con qué **frecuencia** utilizas Internet?

- Diariamente     Semanalmente     Rara vez     Nunca

8. ¿Cuándo empezaste a usar Internet?

- Este año     Hace 1 año     2     3     4     5     Más de 5 años     Nunca lo he usado

9. ¿Desde dónde accedes normalmente a Internet? (puedes señalar varias)

- Casa     Universidad     Trabajo     Cybercafé     Otros \_\_\_\_\_

10. ¿Cuánto tiempo empleas a la semana en el uso de Internet?

Nº horas a la semana: \_\_\_\_ (aproximadamente)

11. ¿Cómo aprendiste a usar Internet?

- A través de clases impartidas en mi centro escolar de secundaria.  
 A través de clases impartidas en la Universidad.  
 Asistí a uno o varios cursos específicos.  
 Aprendí por mi cuenta.  
 Otros \_\_\_\_\_

12. ¿Cómo calificarías tu habilidad a la hora de buscar información en Internet en una escala del 1 al 10? (marca con un círculo)

1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_ 6\_\_ 7\_\_ 8\_\_ 9\_\_ 10

13. ¿Qué tipo de información sueles buscar en Internet con más frecuencia? (valorar, en cada caso, del 1 al 4 –o 5 si fuera necesario-, siendo 1 la más frecuente)

Información para:

- Realización de trabajos y tareas de curso.  
 Ocio (música, juegos, etc.).  
 Aprendizaje o intereses personales no directamente relacionados con tus estudios.  
 Información para resolver problemas de la vida diaria.  
 Otros \_\_\_\_\_

14. ¿Qué servicios sueles utilizar más frecuentemente? (puedes señalar varias)

- Correo electrónico.  
 Páginas web.

- Chat (Instant Messenger, IRC, etc.)
- Foros de discusión.
- Listas de distribución.
- FTP (File Transfer Protocol, transferencia de ficheros).
- Otros \_\_\_\_\_

15. ¿Cómo sueles volver a los sitios web que te han interesado? (puedes señalar varias)

- Utilizo el botón “Back” (“Regresar”) de mi navegador.
- Utilizo el “Historial” de mi navegador.
- Los guardo en mi disco duro o disquete.
- Utilizo la herramienta “Favoritos” o “Bookmarks”.
- Me los mando por correo electrónico.
- Imprimo todo lo que me interesa.
- Apunto las direcciones.
- Otros \_\_\_\_\_

16. ¿Cómo sueles encontrar las direcciones más interesantes? (puedes señalar varias)

- A través de buscadores (Google, Altavista, etc.).
- A través de directorios (Yahoo, por ejemplo).
- A través de amigos.
- A través de compañeros de clase.
- A través de profesores.
- A través de los medios de comunicación.
- Otros \_\_\_\_\_

17. Señala si estás de acuerdo o no con las siguientes afirmaciones:

- | Sí                       | No                       | A veces                  |  |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Sigo un plan para buscar la información que necesito.  |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Sé cómo expresar lo que quiero en buscadores y otras herramientas de búsqueda (bases de datos, etc.).                                  |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Obtengo resultados precisos y válidos.   |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Invierto más tiempo del que me gustaría en buscar información.   |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Encuentro muchas cosas que en principio no buscaba.  |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | En numerosas ocasiones me pierdo a medida que sigo enlaces.  |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Me satisface la información existente en Internet.   |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Sé valorar si la información que encuentro es o no válida, si está manipulada o tiene sesgos de cualquier tipo, y los tengo en cuenta. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Cito en mis trabajos los documentos web que he consultado.   |