

Año 11, número 20, marzo-agosto 2021

Tipologías de navegación en plataformas digitales: el caso de los estudiantes del sur de Tamaulipas

Typologies of navigation on digital platforms: the case of students from southern Tamaulipas

María Consuelo Lemus Pool*

<http://orcid.org/0000-0001-8098-4182>

Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

Rocío López González**

<http://orcid.org/0000-0001-7597-5126>

Universidad Veracruzana, México

[Recibido 12/11/2020. Aceptado para su publicación 22/02/2021]
DOI <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a11n20.579>

Resumen

En este trabajo se presentan resultados de una investigación realizada en la zona conurbada del sur de Tamaulipas, en la cual se analizaron las tipologías de navegación en internet de algunos jóvenes estudiantes mexicanos de entre 15 y 29 años, con la finalidad de caracterizar las variables más significativas en cada tipo de navegación (como las sociodemográficas y el acceso), y contrastar, en cada una, las habilidades digitales, las autopercpciones y las experiencias del uso de la tecnología que describen a cada perfil. La metodología empleada es cuantitativa y se desarrolla un análisis de componentes principales. Posteriormente, se aplica un análisis de regresión para identificar las variables que caracterizan a cada tipo de usuario. En los resultados se identificaron cinco tipos de navegación: buscador de información, colaborativo, entretenimiento, comunicativo-lúdico y socializador, en donde la condición del acceso continúa siendo un aspecto sustantivo. Si bien no se identificaron diferencias a partir de la edad, nivel educativo u ocupación de los jóvenes, sí prevalece un fuerte componente en materia de género. En general, este trabajo invita a reflexionar sobre la importancia de explorar y reconocer que no

todos los jóvenes navegan de forma similar ni con la misma intensidad o habilidades para hacer frente a las nuevas capacidades que la sociedad demanda para ser funcional y competitivo en los entornos digitales.

Palabras clave

Internet; juventud; estudiante; enseñanza y formación; gestión del conocimiento.

Abstract

This paper presents the results of research in the southern conurbation of Tamaulipas analyzing the types of internet browsing of some young Mexican students between the age of 15 and 29, to characterize the most significant variables in each type of navigation (such as sociodemographic and access), and contrast, in each one, digital skills, self-receptions and experiences of using technology that describe each profile. The methodology used is quantitative, using a principal component analysis (PCA) that identified five types of navigation. Subsequently, a regression analysis was applied to present the variables that characterize each type of user. In the results, five types of navigation were identified: information search, collaborative, entertainment, communicative-playful and socializing, where the condition of access continues to be a crucial aspect. Although no differences were identified based on the age, educational level, or occupation of the young people, a strong gender component prevails. This work invites reflection on the importance of exploring and recognizing that not all young people navigate in the same way, and not with the same intensity or skills to face the new capacities that society demands to be functional and competitive in digital environments.

Keywords

Internet; youth; student; education and training; knowledge management.

Introducción

En México, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2019), a través de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), expone que las tres principales actividades de los usuarios de internet se focalizan en el entretenimiento (91.5%), la obtención de información (90.7%) y la comunicación (90.6%). En el caso de los estudios identificados entre los jóvenes estudiantes de este país sobre la apropiación de las tecnologías digitales, los resultados reiteran estos tres grandes rubros de acción dentro de la red: el entretenimiento, la información y la comunicación, con el añadido de otra actividad propia de la edad: la socialización (Crovi, 2016; Gómez, 2019; Ramírez-Martinell y Casillas, 2015).

El dónde y el cómo se navega en internet constituyen una cuestión clave en el marco de la educación escolarizada, pues se ha comprobado que estas habilidades y conocimientos provenientes de la educación no formal de los estudiantes tienen importantes componentes de motivación intrínseca en el aprendizaje, la colaboración con pares y los procesos de autoaprendizaje mediante la exploración lúdica (Pereira, 2019).

Una de las estrategias para aprehender la complejidad de niveles en cuanto al uso de las tecnologías digitales es la segmentación de perfiles que sirven de base para la intervención y permiten la construcción de tipologías comprensivas sobre la diversidad de frecuencias, actividades y comportamientos dentro de los entornos digitales (Brandtzæg & Heim, 2011). La construcción de las tipologías ha resultado ser clave en los estudios de mercadotecnia (Krairit, 2018; Ortegón, 2013; Shipps & Phillips, 2013) para el análisis de las audiencias (Al-Menayes, 2014; Callejo, 2016) e, incluso, en los estudios de salud pública (Tzavela *et al.*, 2017), pues permiten medir y definir los patrones de variación del uso, así como reconocer los comportamientos comunes en medio de la heterogeneidad de formas y aplicaciones de estas herramientas.

En el ámbito educativo se han generado múltiples contribuciones para visibilizar los diversos patrones de uso y apropiación de las tecnologías digitales (Eynon & Malmberg, 2011; Rahman, 2014; Torres-Díaz *et al.*, 2016), sobre todo para evidenciar que las diferencias tienen como trasfondo la brecha digital (es decir, la distribución desigual en el acceso a las tecnologías de la información y la comunicación [TIC]), tanto en su primera dimensión, relacionada con el acceso, como en su segunda, vinculada con las habilidades de uso (Scheerder, Van Deursen & Van Dijk, 2017; Van Deursen & Mossberger, 2018; Van Deursen & Van Dijk, 2019).

En la dimensión del acceso, la generalización de los dispositivos con conexión a internet (teléfonos, tabletas, computadoras, entre otros), así como la multiplicación de estrategias para garantizar el acceso universal de la población a estos recursos, parece ser un avance para remontar las desigualdades sociales; sin embargo, continúa en evidencia que, además del acceso a los dispositivos, se requiere atender la creciente diferencia de las habilidades, los tipos de usos y los resultados en internet (Van Deursen & Van Dijk, 2019).

Cabe destacar que los estudios vinculados a la brecha digital tienen sus limitantes. En primer lugar, debido a que una tipología generalmente nunca es completamente pura, pues se acerca más al alcance que tienen los tipos ideales de acción propuestos por Weber (2002). En segundo lugar, cada investigación realiza propuestas de tipologías a partir de la relación de variables diferentes, de modo que no es posible encontrar una tipología generalizada sobre cómo clasificar la navegación en Internet.

Debido a lo anterior, Brandtzæg (2010) propuso un modelo unificado de usuarios (MUT) a través de una revisión sistemática de literatura entre el año 2000 y 2010, en el cual integró 22 tipologías donde empleó las variables frecuencia de uso (alto, medio, bajo y no-uso) y la variedad de usos (alto, medio, bajo y no-uso), lo que dio como resultado seis categorías de usuarios: avanzados, instrumentales, de entretenimiento y socializadores, espectadores, esporádicos y no-usuarios. Este modelo tuvo un aporte importante al explicitar

que existen niveles de uso y que los perfiles pasan condiciones básicas de la brecha digital, como el acceso a las TIC. No obstante, dejó pendiente profundizar en otros aspectos como las habilidades digitales (operacionales, formales, informacionales y estratégicas) y las variables actitudinales (Van Deursen & Van Dijk, 2015b).

En este sentido, el presente artículo tiene como objetivo analizar las tipologías de navegación en internet de estudiantes de entre 15 y 29 años, pertenecientes al nivel medio superior y superior del sur de Tamaulipas, México, de escuelas públicas y privadas; la finalidad es caracterizar las variables más significativas en cada tipo de navegación y contrastar las habilidades digitales (instrumentales, de comunicación y colaboración, de gestión de la información, de resolución de problemas y de participación) (UNESCO, 2018), las autopercepciones y las experiencias de uso de la tecnología que describen a cada perfil.

Construcción de tipologías de navegación en la red

Los estudios que se han realizado sobre las tipologías de navegación en internet comprenden un amplio corpus de referencias que abarcan campos de conocimiento diversos. La finalidad principal de establecer una tipología es reducir la información de las variables del uso a una serie de indicadores que permitan modelar el comportamiento más típico de los usuarios al momento de navegar en los entornos digitales (Brandtzæg & Heim, 2011). Así, al establecer perfiles con características homogéneas, que representan las acciones más frecuentes de amplios grupos heterogéneos de usuarios, se ha logrado estratificar la complejidad de la interacción social en los entornos digitales. Debido a la naturaleza conceptual de las tipologías, diversos autores las han vinculado a la brecha digital, con el fin establecer las condiciones, las características y los procesos que estos perfiles presentan (Borg & Smith, 2018; Muñoz y Segovia, 2019; Van Deursen & Van Dijk, 2019).

Una de las principales ventajas de establecer tipologías radica en el fuerte poder explicativo del comportamiento a partir de las categorías de cada tipo para, posteriormente, caracterizar las condiciones de cada una respecto a sus datos sociodemográficos, socioeconómicos, de acceso y uso de las tecnologías. Con el empleo de la técnica del análisis por clústeres, Van Deursen y Van Dijk (2014) modelaron las diferencias de uso de internet en la población holandesa, lo que dio como resultado significativas variables de género, edad, nivel educativo y experiencia para explicar su tipología. En ese sentido, encontraron que las personas con bajos niveles de educación y las personas discapacitadas utilizan internet durante más horas al día en su tiempo libre que las poblaciones con mejores condiciones de educación y empleo.

Blank (2013) identificó los procesos de creación de contenido en internet al realizar una tipología de toda la población de Gran Bretaña, a partir de un análisis de componentes principales. En este estudio se identificó que hay tres perfiles de producción de mensajes, denominados: "contenido especializado", "contenido social y de entretenimiento" y "contenido político". A partir de una regresión logística multivariada, se identificó que el nivel socioeconómico bajo se adscribe más a la producción de mensajes de corte social y de entretenimiento, mientras que el de tipo político era casi exclusivo de las personas con un nivel socioeconómico alto; por lo tanto, se vinculó la clase social con las habilidades cognitivas para la generación de contenido en internet.

Otras investigaciones realizadas desde el campo cuantitativo se han enfocado más al ámbito de la segmentación de las audiencias, pero al mirar sus resultados a través de la brecha digital, subyacen de forma significativa la importancia de determinadas variables para explicar los tipos de usos de internet y el comportamiento de los usuarios al navegar.

Entre las condicionales explicativas del comportamiento en los entornos digitales más destacadas se encuentran la edad y el sexo: en primer lugar, los usuarios más jóvenes presentan tendencias de navegación con un mayor tiempo de uso, pero con un menor número de actividades (Borg & Smith, 2018; Hurtado y Fernández, 2014; Santín y Álvarez, 2017; Tzavela *et al.*, 2017). En segundo lugar, en términos del acceso, en el tiempo y el tipo de uso, así como en el nivel de habilidades digitales, las mujeres alcanzan menores niveles en comparación con los hombres (Blank, 2013; Blank & Groselj, 2014; Carbonai & Abdala, 2017; Krairit, 2018; Rahman, 2014). Es preciso mencionar que son escasas las aproximaciones a las tipologías de los usuarios desde una mirada cualitativa (Fortier & Burkell, 2016; Meyen *et al.*, 2010).

En relación con la brecha digital y la escolaridad, hay algunos estudios que plantean que el nivel educativo es una variable explicativa de las actividades en internet (Blank, 2013; Blank & Groselj, 2014; Van Deursen & Van Dijk, 2014 y 2015b), ya que se constata que los usuarios de nivel superior poseen un mayor capital social que les permite realizar acciones más articuladas dentro de la red y tener un mayor repertorio de interacciones digitales (Shipps & Phillips, 2013). Sin embargo, derivado de la globalización del estilo de vida occidental actual, existe un debate respecto al peso de variables como el nivel educativo, debido al consumo generalizado de entornos como las redes sociales digitales (Giraldo, Tejedor y Carniel, 2017; Tejedor, Carniel y Giraldo, 2018).

Las herramientas de búsqueda de información y colaborativas son propias del contexto de los estudiantes (Arribas, Islas y Gutiérrez, 2019; Gavilán, Martínez y Fernández, 2017; Gutiérrez-Portlán, Román y Sánchez, 2018; Thomas *et al.*, 2017), así como las plataformas de consumo audiovisual

como videos, películas y música (Azurmendi, 2018; Pedrero, Barrios y Medina, 2019; Pereira, 2019).

Por lo anterior, las preguntas de investigación que guiaron este estudio fueron: ¿cuáles son las tipologías de navegación que representan la navegación en internet de los jóvenes estudiantes de la zona conurbada del sur de Tamaulipas?, ¿cuál es la incidencia de los perfiles sociodemográficos y el acceso a las tecnologías digitales en cada tipología de navegación?, ¿cuáles son las habilidades digitales, las autopercepciones y las diversas experiencias en la navegación que caracterizan a cada perfil de navegación?

Estrategia metodológica

Para dar respuesta a las preguntas planteadas, se recuperó información de los datos derivados de una investigación mayor, desarrollada durante el año 2019 en los municipios de Tampico, Ciudad Madero y Altamira, en el estado de Tamaulipas, México, titulada “Jóvenes y tecnologías digitales. Diagnóstico del uso y apropiación de plataformas digitales en la zona conurbada del sur de Tamaulipas”, en la cual se diseñó y aplicó una encuesta para evaluar el uso y la apropiación de diversas plataformas digitales (de información, de intercambio o comercio electrónico, redes sociales digitales, educativas y de aprendizaje, así como de entretenimiento).

Cabe destacar que, aunque en México existen diversos estudios cuantitativos sobre el uso y la apropiación de las tecnologías digitales entre los jóvenes estudiantes (Crovi, 2016, 2018; González-Lizárraga y López-González, 2015; Ortiz-Henderson, 2015), no fue posible identificar un cuestionario validado previamente que se adecuara a los objetivos de interés del estudio,¹ como es el caso de la construcción de tipologías de navegación de los jóvenes en la red en los distintos tipos de plataformas.

Por esta razón, se elaboró un instrumento que fue validado en su contenido, criterio y constructo a partir de una revisión de expertos. Posteriormente, para su calibración y la validez de la confiabilidad de las respuestas, se realizó una prueba piloto entre 106 estudiantes de nivel superior, y a su resultado se aplicó el estadístico de alfa de Cronbach, en la que se obtuvo una puntuación promedio de 0.75 en los 57 reactivos analizados, con lo cual se garantizó la consistencia interna.

El marco muestral se elaboró con el listado de las instituciones de educación media superior y superior, y de las escuelas públicas y privadas que conforman la zona conurbada del sur de Tamaulipas (región que integra los municipios de Tampico, Ciudad Madero y Altamira). A partir del listado, se seleccionaron, de manera aleatoria simple, doce instituciones: seis del nivel

medio superior, tres públicas y tres privadas, una por cada municipio estudiado, así como seis del nivel superior, tres públicas y tres privadas, una por cada municipio (ver tabla 1).

Tabla 1. Escuelas seleccionadas y fechas de levantamiento de datos

Nivel	Tipo	Municipio	Nombre de la escuela	Fechas de levantamiento
Medio superior	Pública	Tampico	Centro de Bachillerato Tecnológico, Industrial y de Servicios No. 103	14 de noviembre de 2018
		Madero	Centro de Estudios Tecnológicos, Industrial y de Servicios No. 109	29 de noviembre de 2018
		Altamira	Centro de Bachillerato Tecnológico, Industrial y de Servicios No. 105	13 de noviembre de 2018
	Privada	Tampico	Preparatoria UVM (Universidad del Valle de México)	6 de marzo de 2019
		Madero	Prepa Madero (Grupo Educativo Madero)	29 de noviembre de 2018
		Altamira	Bachillerato Anáhuac (Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas)	4 de febrero de 2019
Superior	Pública	Tampico	Universidad Autónoma de Tamaulipas, Campus Sur	8 de febrero de 2019
		Madero	Instituto Tecnológico de Ciudad Madero	19 de febrero de 2019
		Altamira	Universidad Tecnológica de Altamira	29 de enero de 2019
	Privada	Tampico	Universidad del Valle de México	6 de marzo de 2019
		Madero	Escuela Particular Normal Superior "Lic. Benito Juárez A.C."	26 de febrero de 2019
		Altamira	IEST Anáhuac (Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas)	15 de febrero de 2019

Fuente: elaboración propia.

Con ello, la muestra fue estadísticamente representativa de la zona sur de Tamaulipas, con un 95% de nivel de confianza y un margen de error de +/- 2 %. A partir de esto, se estimó el levantamiento de 1 222 cuestionarios, lo cual permitió tener un nivel de representatividad muestral según el tipo de escuela, pública o privada (+/- 300 cuestionarios por cada tipo) y el nivel educativo, medio superior o superior (+/- 600 cuestionarios en cada nivel).

La recolección de datos dentro de las escuelas del nivel superior fue de tipo incidental; es decir, se realizó en las áreas comunes de la institución, como el comedor o las áreas verdes, donde se solicitó la participación voluntaria de

los estudiantes, lo cual aseguró heterogeneidad en las facultades y carreras representadas. En el caso del nivel medio superior, donde participaron menores de edad, se llevó a cabo un muestreo por racimos de una etapa. Cada escuela autorizó tres o cuatro salones de cada uno de los grados académicos y se aplicó el cuestionario (se contó con el consentimiento informado por parte de los padres). La tabla 2 muestra la representatividad y distribución de la muestra.

Tabla 2. Distribución y representatividad de la muestra

Nivel	Tipo de escuela	Número de cédulas aplicadas			Total	Margen de error (%)
		Escuela en Tampico	Escuela en Cd. Madero	Escuela en Altamira		
Medio superior	Pública	77	99	110	286	-4.6
	Privada	79	106	110	295	-1.6
Superior	Pública	104	110	110	324	+8.0
	Privada	118	91	108	317	+ 5.6
ZCST*	Total	378	406	438	1 222	+ 1.8

* Zona conurbada del sur de Tamaulipas.

Fuente: elaboración propia.

En relación con el tratamiento de la información, se trabajó el análisis descriptivo e inferencial en el programa SPSS y, posteriormente, se empleó Stata para efectuar un análisis de componentes principales (ACP) que permitiera identificar los perfiles de navegación en internet de los jóvenes estudiantes de la zona. El ACP es una técnica que permite reducir a una mínima cantidad de componentes la variabilidad total observada en un grupo de datos, con lo cual se genera un nuevo conjunto de observaciones que se ordenan por la cantidad de varianza original que describen (Maxim, 2002).

Para determinar el número de componentes, se utilizaron las variables de intensidad de uso (qué tan frecuentemente utiliza) y el nivel de interacción (solo visualizo, reenvío información, participo, comento o reenvío el contenido y elaboro mi propio contenido) de cada plataforma digital evaluada, con las que se construyeron variables *dummy* y, a partir de este resultado, se obtuvieron cinco componentes relevantes en el gráfico de sedimentación, debido a que sus valores propios (*eigenvalues*) resultaron ser mayores a 1. Con esto, se definieron cinco perfiles con características particulares, es decir, cinco tipologías de navegación cuyas cargas factoriales identifican determinados patrones comunes de actividades relacionadas en cada uno de los componentes.

Posteriormente, para caracterizar de manera comparativa la incidencia de diversas variables dentro de cada tipología, se realizó una regresión de mínimos cuadrados ordinarios, en la que se utilizó como variable dependiente la tipología de usuarios. Las variables independientes correspondieron a:

- 1) Los datos sociodemográficos como edad, sexo, escolaridad de los padres, tipo de escuela, nivel educativo, ocupación (estudiar y trabajar), localidad de residencia.
- 2) El acceso, como la posesión de internet en casa, *laptop* o computadora, teléfono celular, tableta y consola de videojuegos.
- 3) Habilidades digitales, como contar con las destrezas para grabar y editar con una cámara, producir publicaciones propias, considerarse una persona con influencia al contar con un determinado número de seguidores, tener relevancia en una comunidad virtual, considerarse activista, tener la capacidad de discutir o argumentar en los espacios digitales, poder sistematizar y compartir conocimiento en línea, y considerarse autodidacta.
- 4) Diversas percepciones y experiencias con las nuevas tecnologías respecto a su potencial de socialización, comunicación, eficiencia, transformación social, influencia en la esfera pública y comunicación con las instituciones.

Resultados

Los resultados obtenidos corresponden a 1 222 jóvenes, de los cuales, 48% pertenece al nivel medio superior ($n=581$) y 52% al nivel superior ($n=641$). En cuanto al tipo de escuela, están distribuidos equitativamente según el tipo de institución educativa (públicas $n=610$ y privadas $n=612$). Los participantes presentan una media de 18 años, aunque el rango de edad oscila entre los 15 y los 29 años. Muy cercana a la tendencia poblacional, la distribución por género es de 54% mujeres y 46% hombres. En cuanto a las características socioeconómicas de los participantes, es posible observar que 65% de los jóvenes pertenecen a los dos estratos más altos (AB y C+), según la metodología de medición de la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión Pública (2018).

Los cinco componentes principales identificados en este estudio muestran que existen grupos de usuarios de internet cuyos patrones de navegación siguen rutas comunes, de acuerdo con el uso de las diversas plataformas digitales evaluadas. En relación con las cargas factoriales identificadas en cada variable, estos cinco perfiles se nombraron en respuesta al tipo de entornos que predominaron en cada componente: buscador de información, colaborativo, entretenimiento, comunicativo-lúdico y socializador (ver tabla 3).

Para el primer perfil, el buscador de información, destaca que es el único cuya navegación se vincula a todos los sitios de información general (blogs, páginas de noticias, opinión o medios, páginas de marcas comerciales, páginas de instituciones) al igual que los de intercambio de contenido y productos.

Tabla 3. Cargas factoriales del análisis de componentes principales

Tipo de plataforma	Variables	Tipología de navegación				
		Buscador de información	Colaborativo	Entretenimiento	Comunicativo-lúdico	Socializador
De información	Usa blogs	0.4562				
	Usa páginas de noticias, opinión o medios	0.4537				
	Usa páginas de marcas comerciales	0.4007				
	Usa páginas de instituciones	0.4075		-0.1734		
De intercambio	Usa plataformas de descargas de contenido	0.3870		0.1579		
	Usa plataformas de comercio electrónico	0.2805		0.2493		0.1619
Redes sociales digitales	Usa Facebook				0.4649	0.1768
	Usa Twitter					0.5348
	Usa Instagram				0.1918	0.5757
	Usa WhatsApp				0.5116	
	Usa Snapchat		0.1745			0.4945
Educativas	Usa foros	0.4713		-0.1789		
	Usa wikis o páginas de construcción colaborativa de contenidos		0.4545			
	Usa páginas web educativas/escolares		0.3528		-0.1594	
	Usa buscadores académicos		0.3803		0.2725	
	Usa sitios de tutoriales o consejos		0.4082			
De entretenimiento	Usa videojuegos			0.4295	-0.2262	
	Usa plataformas de videos o películas libres y gratuitos		0.1788		0.4307	
	Usa plataformas de música			0.5516		
	Usa plataformas de videos o películas por suscripción			0.5423	0.1745	

Nota: Cargas factoriales tras rotación de Normalización Varimax con Kaiser. N=1 222. Las cargas factoriales menores de 0.15 fueron omitidas por no ser representativas.

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al segundo, el colaborativo, su navegación está definida por todas las plataformas educativas (foros, wikis o páginas de construcción colaborativa de contenidos, páginas web educativas o de la escuela, buscadores académicos, sitios de tutoriales o consejos), además del uso de la red social Snapchat y las plataformas de videos o películas libres y gratuitos.

El perfil entretenimiento representa al usuario cuya navegación se realiza en plataformas de recreación y ocio (videojuegos, música y videos o películas por suscripción), así como de intercambio (descarga de contenido y comercio electrónico) junto con las páginas institucionales. En el perfil comunicativo-lúdico también es relevante una navegación en páginas de entretenimiento audiovisual (plataformas de videos o películas, tanto gratuitos como de suscripción), aunque destacan algunas páginas educativas (buscadores académicos, páginas web educativas o escolares y foros), así como las redes sociales digitales Facebook, WhatsApp e Instagram.

El perfil socializador manifiesta una navegación que tiene una mayor centralización en las redes sociales. A diferencia del comunicativo-lúdico, es un usuario que se centra en Twitter, Instagram, Snapchat y, en menor medida, Facebook. Las plataformas de comercio electrónico adquieren preponderancia en este perfil. De forma teórica, se refiere a un usuario que, si bien está centrado en la comunicación lúdica de las redes, muestra la capacidad de una evaluación de información más profunda en términos de seguridad digital y creación de contenido propio (Establés, Guerrero-Pico y Contreras, 2019).

Al observar la distribución de estos perfiles encontramos que no son excluyentes; un mismo joven puede navegar de diversas maneras en función de la intensidad de uso y del nivel de navegación desplegado en cada plataforma. No obstante, en su conjunto, el perfil socializador es el preponderante, aunque es el que integra un número menor de plataformas a su navegación. De la misma manera, el perfil entretenimiento es el de menor porcentaje de participación, pero el que emplea un mayor número de plataformas (ver tabla 4).

Tabla 4. Distribución de los perfiles de navegación

Perfil de navegación	Participación (%)	Cantidad de plataformas (media)
Buscador de información	22.50	18.52
Colaborativo	24.88	18.26
Entretenimiento	19.64	18.88
Comunicativo/lúdico	24.30	18.42
Socializador	27.17	17.84

Nota: *Participación* es el porcentaje de personas que utilizan las plataformas que conforman cada perfil. La suma no da 100, puesto que los perfiles no son excluyentes. *Cantidad de plataformas* se refiere al número de plataformas que, en promedio, utilizan quienes están categorizados en cada perfil. El valor máximo son 20 plataformas.

Fuente: elaboración propia.

Al observar estos resultados a partir de las regresiones planteadas, la lectura de las características de cada perfil muestra diversos aspectos para comprender y profundizar en cada tipología (ver tabla 5).

Tabla 5. Caracterización de los tipos de usuarios

Variables	Tipología de navegación				
	Buscador de información	Colaborativo	Entrenamiento	Comunicativo /lúdico	Socializador
Sociodemográficas					
Edad	-0.0483	-0.0998***	-0.0247	-0.0216	0.0159
Mujer	-0.0369	0.2091*	-0.1655*	0.2227**	0.2585**
Universidad	0.0305	0.0604	-0.0380	-0.0133	-0.0995
Escuela privada	-0.2672**	0.0279	0.0169	0.2708***	0.2114**
Trabaja y estudia	0.0435	-0.0492	0.0219	-0.0198	-0.0705
Proviene de localidad rural	0.3998*	0.0488	-0.4053**	-0.1196	-0.2931
Acceso					
Internet en casa	0.0969	0.1178	0.5694***	0.3938***	0.3378**
Laptop propia	0.1702	0.0530	-0.0745	0.0249	0.0095
Laptop y desktop propia	-0.2821	0.0601	-0.5538	0.0474	-0.5943
Teléfono celular propio	0.5395	0.6054*	1.1542***	0.9899***	0.7254**
Tableta propia	0.2019*	0.2263*	0.1777*	0.0587	0.2523**
Consola de videojuegos propia	0.4253***	0.2019*	0.5263***	0.0122	0.1593
Habilidades digitales					
Cuenta con las destrezas para grabar con una cámara, editar y elaborar una narración coherente	0.0270	-0.0219	-0.0219	0.0669*	0.0047
Se considera un productor activo de contenidos digitales	0.0225	0.0103	0.0463	0.0127	0.0633
Se considera una persona con influencia porque tiene seguidores	0.0494	0.0344	0.0745	-0.0303	0.1094*
Se considera una persona relevante en una comunidad virtual	0.0123	0.0528	0.0373	-0.0556	0.0090
Se considera una persona activista	-0.0373	-0.0486	-0.0246	0.0133	-0.0595
Tiene las habilidades para discutir o argumentar en los espacios virtuales	0.0454	0.0168	0.0478	-0.0233	-0.0082

Variables	Tipología de navegación				
	Buscador de información	Colaborativo	Entrenamiento	Comunicativo /lúdico	Socializador
Tiene las habilidades para compartir conocimiento en las plataformas digitales	0.0264	0.0145	-0.0343	0.0009	0.0284
Si no sabe algo, inmediatamente lo busca en internet (autoaprendizaje)	0.1025*	0.1317**	0.0519	0.0594	0.0787*
Percepciones y experiencias de las tecnologías digitales					
Cree que la web permite relaciones con familia-amigos a distancia	-0.0192	-0.0021	0.0193	0.0718*	-0.0248
Cree que las personas se aíslan más	0.0097	-0.0394	-0.0119	0.0053	-0.0860*
Ha sufrido acoso o <i>bullying</i>	0.0158	0.0098	0.0491	-0.0795**	0.0055
Cree que las personas pierden mucho el tiempo en ellas	-0.0098	0.0310	-0.0236	0.1514***	0.0215
Cree que es posible lograr un cambio social a través de ellas	0.0089	0.1275**	0.0943*	0.0612	0.0212
Cree que cualquiera puede ser una persona con influencia o figura pública sin tener muchos recursos	0.0081	0.0156	0.0154	0.0285	-0.0282
Cree que puede crear con ellas su propio medio de comunicación	0.0132	0.0341	0.0009	0.0271	0.0026
Cree que la información publicada en internet es confiable	0.0751	0.0526	0.0107	0.0697	0.0769
Ha usado plataformas digitales para comunicarse con alguna con una empresa, un programa de televisión o el gobierno	0.1797***	0.1188**	0.0749*	0.0263	0.0354
Constante	-1.1369	0.2007	-2.3756***	-1.8766**	-1.8683**
N	1171	1171	1171	1171	1171
R2 Ajustada	0.0965	0.1071	0.2104	0.1452	0.0935

Nota: existen categorías omitidas por su carácter dicotómico, las cuales son hombre, bachillerato, localidad urbana, escuela pública, solamente estudia, foráneo. Los coeficientes son regresiones de mínimos cuadrados ordinarios. *p<0.05. **p<0.01. ***p<0.001.

Fuente: elaboración propia.

Entre los aspectos que destacan en estos resultados está el hecho de que no fue significativa la condición laboral, lo cual puede deberse a que solo una pequeña cantidad de personas estudian y trabajan (19%); se trata de un grupo homogéneo de alumnos que tienen dedicación casi exclusiva a sus estudios. Por otra parte, tampoco resultó relevante la posesión de equipo de cómputo (*laptop* y *desktop* propias), lo cual permite corroborar el uso cada vez más generalizado de los dispositivos móviles como el principal lugar de acceso (Gutiérrez-Rentería, Santana y Pérez, 2017; Pedrero *et al.*, 2019).

Para el perfil *buscador de información*, destaca que no tiene incidencia el sexo del usuario ni la edad. En cuanto a la conectividad, es probable que no cuenten con internet en el hogar. Quienes encajan en este perfil estudian en una institución pública y provienen de una localidad rural. Asimismo, estas personas cuentan con una tableta y una consola de videojuegos, lo que indica la posesión de una diversidad de dispositivos. En cuanto a las habilidades digitales, se consideran personas que buscan en internet aquello que desconocen, lo que refleja la generalizada tendencia al autoaprendizaje (Boyd, 2014). Sus percepciones y experiencias con las tecnologías digitales indican solo un aspecto funcional y pragmático de la tecnología, pues como herramientas solo fueron relevantes para comunicarse con alguna institución. Este perfil es identificado en diversos estudios que concluyen que estos usuarios poseen el nivel más básico y funcional del uso de internet (Blank, 2013; Blank & Groselj, 2014; Brandtzæg, 2010; Brandtzæg & Heim, 2011; Luchman, Bergstrom & Krulikowski, 2014; Van Deursen & Van Dijk, 2014).

En el caso del perfil colaborativo, las variables de sexo y edad son las que tienen mayor peso, pues en su mayoría son mujeres quienes cumplen con esta característica. En cuanto a la edad, el perfil está más vinculado a las estudiantes de preparatoria (15-17 años) que a las universitarias. Otro aspecto es que no incide el tipo de escuela ni el tipo de localidad donde residan. El perfil colaborativo presenta más infraestructura de acceso, pues cuentan con internet en casa, teléfono celular, tableta y consola de videojuegos.

En cuanto a las habilidades digitales, también son personas que inmediatamente buscan en internet aquello que desconocen. Sus percepciones indican un tono más esperanzador respecto a estas herramientas, pues creen que es posible lograr un cambio social a través de las nuevas tecnologías, aunque también se centran en el aspecto funcional, ya que destaca únicamente su uso para contactar con alguna institución.

Estas características son similares a las que Fernández, Lazkano & Eguskiza (2018) encuentran en el contexto de España, pues para las actividades centradas en la colaboración, las mujeres utilizan más fuentes de información complementaria para el uso escolar, y también son mayormente de instituciones privadas. El perfil colaborativo se vincula con personas que ingresan a la red

para dos actividades centrales: realizar las tareas asociadas con la escuela y pasar momentos de esparcimiento, como indican otros estudios que también reconocen este perfil, en el que se reflejan habilidades operacionales, formales e informacionales, y las experiencias derivadas del entretenimiento les permite ganar pericia en la navegación (Borg & Smith, 2018; Rahman, 2014; Van Deursen & Van Dijk, 2015b).

El perfil entretenimiento es el único donde la variable del género tiene un peso mayor respecto a los hombres. Asimismo, preponderantemente son del ámbito urbano, aunque no incide el tipo de escuela al que asisten. Los usuarios del tipo entretenimiento son hombres con altos niveles de conectividad, ya que cuentan con internet en casa, teléfono celular, tableta y consola de videojuegos. De igual manera que el colaborativo, consideran que es posible lograr un cambio social a través de las nuevas tecnologías y las han usado para comunicarse con alguna institución.

Fernández, Lazkano & Eguskiza (2018) encuentran un resultado similar y señalan que los hombres suelen jugar en modalidades en grupo mientras que las mujeres en solitario. Callejo (2016) corrobora este perfil entre menores de 25 años del mismo país, ya que los usuarios de videojuegos probablemente son, en su mayoría, varones. Este perfil muestra un empleo estratégico de la información, pero muy alejado de la navegación escolar, pues prevalecen las plataformas de esparcimiento y las comunidades virtuales (de intercambio o de ventas) y solo se observa un uso concreto de búsqueda de información (Van Deursen & Van Dijk, 2015a).

En el comunicativo-lúdico son las mujeres quienes destacan en este perfil sin importar el rango de edad. Asimismo, es más probable que asistan a escuelas de educación privada sin importar el tipo de localidad donde vivan. En cuanto a la conectividad, cuentan con internet en casa y es muy relevante el uso del teléfono móvil. En relación con las habilidades digitales, poseen las destrezas para grabar con una cámara, editar y elaborar una narración coherente, por lo que también es probable la generación de contenido propio. Además, son personas que no consideran haber sufrido acoso o *bullying* en las plataformas digitales, pero tienen una opinión desfavorable respecto a la percepción de que las personas pierden mucho tiempo en las redes sociales.

Este perfil es el que guarda un equilibrio más funcional entre las actividades escolares, de socialización y las recreativas. En otros análisis, se ha constatado que este tipo de usuarios son los que prevalecen en el grupo de edad estudiado, entre 16 y 29 años (Al-Menayes, 2014; Brandtzæg & Heim, 2011) y que, aunque muchos presentan habilidades operacionales, formales e informacionales, pocos alcanzan las estratégicas (Livingstone & Helsper, 2007; Van Deursen & Mossberger, 2018; Van Deursen & Van Dijk, 2015b).

Por último, en el perfil socializador se identifican mujeres que asisten a escuelas privadas sin importar la localidad donde residen. Cuentan con internet en casa y utilizan el teléfono móvil y las tabletas. En cuanto a sus habilidades, se consideran personas con influencia debido al número de seguidores que tienen en las redes sociales y son autodidactas. Sus experiencias refieren un potencial de vinculación, pues no creen que las nuevas tecnologías aíslen a las personas. Este perfil tiene relación con los hallazgos del estudio de Brandtzæg (2010), que concluye que este perfil se sitúa en la medianía del nivel de habilidades y el número de actividades, ya que sobresalen las habilidades operacionales y formales.

Consideraciones finales

Entre los jóvenes de esta investigación, la navegación en los diversos entornos de la red sigue patrones y rutas complejas, ya que la alfabetización digital de los estudiantes tiene niveles heterogéneos y no puede hablarse de una *generación digital* o *nativos digitales* que dominen por igual los múltiples entornos de internet. En este sentido, el aporte principal de este trabajo radica en establecer la diversidad de experiencias que se producen al navegar en internet, y situar esta práctica a la luz de las variables más significativas en cada tipo de navegación.

Por lo tanto, se constata que las diferencias de las habilidades de uso van de la mano con aspectos como el sexo (Gray, Gainous & Wagner, 2017), la localidad de procedencia (urbana o rural) (Martínez-Domínguez & Mora-Rivera, 2020; Toudert, 2018), el tipo de escuela, el acceso a las tecnologías digitales (Scheerder *et al.*, 2017; Van Deursen & Van Dijk, 2019), e incluso la motivación (Radovanović, Hogan & Lalić, 2015), así como el capital cultural y social (Blank, 2013; Blank & Dutton, 2019).

Sobresale que la condición del acceso continúa siendo crucial, puesto que el tipo de navegación buscador de información, un usuario funcional y pragmático, pero que refleja las habilidades más básicas de nivel operacional, está vinculado a las personas que no cuentan con internet en el hogar, que asisten a escuelas públicas, que provienen, en su mayoría, de una localidad rural y tienen más limitaciones de actividades y experiencias al usar las plataformas digitales.

Lo anterior corrobora la literatura que indica que no solo basta poseer el acceso, sino también la calidad de la conexión para el desarrollo de otras capacidades y destrezas al navegar (Goncalves, Oliveira & Cruz-Jesus, 2018; Serrano-Cinca, Muñoz-Soro & Brusca, 2018; Van Deursen & Van Dijk, 2019). El entorno escolar se convierte en un nivelador de oportunidades de acceso y, en este

sentido, la escuela pública en el sur de Tamaulipas evidencia mayores retos al recibir estudiantes provenientes de poblaciones rurales de la región circunvecina.

Los demás tipos de navegación, el colaborativo, entretenimiento, comunicativo-lúdico y socializador, están caracterizados por tener las condiciones de acceso resueltas (cuentan con internet en casa, tienen diversos dispositivos propios) y presentan habilidades en un nivel básico e intermedio para ser funcionales en los entornos digitales (Blank & Groselj, 2014; Brandtzæg, 2010; Eynon & Malmberg, 2011). En este caso, su distribución es más homogénea, tanto en escuelas públicas como privadas, por lo que podría considerarse que el tipo de escuela, cuando el estudiante proviene del ámbito urbano, no tiene una incidencia tan relevante.

En cuanto a la importancia de las variables sociodemográficas como predictoras del tipo de navegación, diversos estudios indican que la generalización del acceso y el uso de estas herramientas ocasiona que pierdan su poder explicativo (Borg & Smith, 2018; Castaño, Duart y Sancho, 2012); sin embargo, en este estudio, si bien no existen diferencias a partir de la edad, nivel educativo u ocupación, prevalece un fuerte componente en materia de género, respecto a los perfiles vinculados con las mujeres (el colaborativo, comunicativo-lúdico y socializador) y los hombres (entretenimiento).

Esto puede explicarse a partir de los resultados de estudios previos, que identifican los atributos femeninos asignados a estas actividades (Al-Menayes, 2014; Rahman, 2014), así como que el capital social que se negocia en este tipo de prácticas comunicativas y de socialización es preponderante para ganar más oportunidades de movilidad social y económica (Blank & Groselj, 2014; Hargittai, 2010; Meyen *et al.*, 2010; Zillien & Hargittai, 2009).

Las actividades que corresponden a los roles masculinos están fuertemente marcadas por su participación en las comunidades virtuales donde se les reconoce por su nivel de pericia, como el caso de los videojuegos (Callejo, 2016), o por la capacidad de participar, tomar la palabra o negociar (Carbonai & Abdala, 2017).

Un planteamiento que puede incidir en el peso que adquiere la variable del sexo al momento de clasificar las tipologías de los usuarios es el tiempo de uso, ya que la literatura que corrobora la brecha digital por géneros plantea que los hombres tienen más años de uso de las TIC que las mujeres (Gray, Gainous & Wagner, 2017; Jiang & Luh, 2017). Este factor incide en la experiencia que se adquiere a través de la práctica (Van Deursen & Van Dijk, 2014), pero también en el sentido que enmarca para qué fines se emplea la tecnología (Crovi, 2018).

En estos hallazgos se corrobora que las tres tipologías de navegación en donde las mujeres tienen mayor peso (el perfil colaborativo, comunicativo-

lúdico y socializador), son las que vinculan la navegación con la comunicación, la socialización y la búsqueda de información para ser funcionales en el ámbito escolar, en lo que destaca que ninguno de los perfiles resalta por alcanzar habilidades estratégicas como es el caso de los hombres.

En suma, se considera que este estudio plantea una propuesta para clasificar el uso de las TIC en las instituciones educativas, al hacer hincapié en la realización de diagnósticos y la construcción de las tipologías de navegación en la red preponderantes en sus contextos escolares, que permite explorar y reconocer que no todos los jóvenes navegan de forma similar ni con la misma intensidad o habilidades digitales, sobre todo, para repensar las políticas pertinentes encaminadas a los procesos formativos y las prácticas escolares de los jóvenes desde sus necesidades e intereses reales en materia de las TIC.

Entre las principales limitaciones del estudio se encuentra el enfoque regional local de esta investigación, pues se requiere, sin duda, un acercamiento a estas tipologías y su comportamiento a nivel nacional, y que se trabaje con bases de datos más robustas que permitan una inferencia estadística más generalizada.

Por último, es posible plantear que los patrones de cada perfil de navegación se van definiendo por intereses personales y finalidades de uso de las herramientas (Hargittai & Marwick, 2016; Liikkanen & Salovaara, 2015; Scheerder, Van Deursen & Van Dijk, 2017). En este sentido, consideramos relevante continuar realizando estudios que contribuyan a identificar la heterogeneidad del acceso, el uso y la apropiación de las TIC entre los jóvenes.

Como bien se sabe, el tema de la apropiación de la tecnología cambia constantemente, más aún en esta pandemia que se vive actualmente por el Covid-19, donde seguramente los tipos de navegación se reconfigurarán a partir de las nuevas realidades de navegación, en donde la vida cotidiana de los jóvenes se ha trasladado a los entornos digitales.

Referencias

- Al-Menayes, J. (2014). An Empirical Test of the Social Media User Typology Framework. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(4), 23–28. <https://doi.org/10.9790/0837-19442328>
- AMAI. (2018). *Nivel Socio Económico AMAI 2018*. Nota Metodológica. Recuperado de: <https://nse.amai.org/nse/>
- Arribas, A.; Islas, O. & Gutiérrez, F. (2019). De prosumidores a observadores: una tendencia emergente en Internet y en los jóvenes ecuatorianos. Resultados del estudio del World Internet Project, Ecuador. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 969–996. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1367-50>
- Azurmendi, A. (2018). Reconectar con la audiencia joven. Narrativa transmedia para la transformación de la televisión de servicio público en España, Francia, Alemania y

- Reino Unido. *Revista Latina de Comunicacion Social*, 73, 927–944. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1289>
- Blank, G. (2013). Who Creates Content?: Stratification and content creation on the Internet. *Information Communication and Society*, 16(4), 590–612. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.777758>
- Blank, G. & Dutton, W. (2019). *OxIS 2019 Report: Perceived Threats to Privacy Online: The Internet in Britain*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3522106>
- Blank, G. & Groselj, D. (2014). Dimensions of Internet use: Amount, variety, and types. *Information Communication and Society*, 17(4), 417–435. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.889189>
- Borg, K. & Smith, L. (2018). Digital inclusion and online behaviour: five typologies of Australian internet users. *Behaviour and Information Technology*, 37(4), 367–380. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2018.1436593>
- Boyd, D. (2014). *It's complicated. The social lives of networked teens*. Yale University Press. <https://doi.org/10.1039/b916505n>
- Brandtzæg, P. (2010). Towards a unified media-user typology (MUT): A meta-analysis and review of the research literature on media-user typologies. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 940–956. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.02.008>
- Brandtzæg, P. & Heim, J. (2011). A typology of social networking sites users. *Web Based Communities*, 7(1), 28–51. <https://doi.org/10.1504/IJWBC.2011.038124>
- Brandtzæg, P.; Heim, J. & Karahasanović, A. (2011). Understanding the new digital divide—A typology of Internet users in Europe. *International Journal of Human-Computer Studies*, 69, 123–138. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2010.11.004>
- Callejo, M. J. (2016). Variables explicativas de la audiencia de videojuegos entre los españoles menores de 25 años. *Comunicacion y Sociedad*, 25, 43–69. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i25.4421>
- Carbonai, D. & Abdala, P. R. Z. (2017). Engajamento cívico e internet. Notas de pesquisa, a partir de uma tipologia. *Sociedade e Estado*, 32(2), 521–532. <https://doi.org/10.1590/s0102-69922017.3202011>
- Castaño, J.; Duart, J. M. & Sancho, T. (2012). Una segunda brecha digital entre el alumnado universitario. *Cultura y Educacion*, 24(3), 363–377. <https://doi.org/10.1174/113564012802845695>
- Crovi, D. (2016). *Redes sociales digitales. Lugar de encuentro, expresión e interacción para los jóvenes*. UNAM / La Biblioteca.
- Crovi, D. (2018). *Prácticas comunicativas en entornos digitales*. UNAM / La Biblioteca.
- Establés, M.; Guerrero-Pico, M. & Contreras, R. (2019). Jugadores, escritores e influencers en redes sociales: procesos de profesionalización entre adolescentes. *Revista Latina de Comunicacion Social*, 74, 214–236. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1328>
- Eynon, R. & Malmberg, L. E. (2011). A typology of young people's Internet use: Implications for education. *Computers and Education*, 56(3), 585–595. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2010.09.020>
- Fernández, A.; Lazcano, I. & Eguskiza, L. (2018). Nativos digitales: Consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales online. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, 26(57), 61–69. <https://doi.org/https://doi.org/10.3916/C57-2018-06>
- Fortier, A. & Burkell, J. (2016). Display and control in online social spaces: Towards a typology of users. *New Media & Society*, 20(3), 845–861. <https://doi.org/10.1177/1461444816675184>
- Gavilán, D.; Martínez, G., & Fernández, S. (2017). Universitarios y redes sociales informativas: Escepticos totales, moderados duales o pro-digitales. *Comunicar*.

- Revista Científica de Educomunicación*, 25(53), 61–70.
<https://doi.org/10.3916/C53-2017-06>
- Giraldo, S.; Tejedor, S. & Carniel, R. (2017). Motivaciones de uso de las redes sociales de los estudiantes de periodismo de América Latina y España. *Informação & Sociedade*, 27(3), 191–203. <https://doi.org/10.22478/ufpb.1809-4783.2017v27n3.34691>
- Gómez Navarro, D. A. (2019). Uso de las tecnologías de la información y la comunicación por universitarios mayas en un contexto de brecha digital en México. *Región y Sociedad*, 31. <https://doi.org/10.22198/rys2019/31/1130>
- Goncalves, G.; Oliveira, T. & Cruz-Jesus, F. (2018). Understanding individual-level digital divide: Evidence of an African country. *Computers in Human Behavior*, 87, 276–291. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.05.039>
- González-Lizárraga, M. G. & López-González, R. (2015). *Cultura digital en la Universidad de Sonora*. Universidad de Sonora.
- Gray, T. J.; Gainous, J. & Wagner, K. M. (2017). Gender and the Digital Divide in Latin America*. *Social Science Quarterly*, 98(1), 326–340. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12270>
- Gutiérrez-Portlán, I.; Román, M. & Sánchez, M. del M. (2018). Estrategias para la comunicación y el trabajo colaborativo en red de los estudiantes universitarios. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, 26(54), 91–100. <https://doi.org/10.3916/C54-2018-09>
- Gutiérrez-Rentería, M. E.; Santana, J. & Pérez, M. (2017). Smartphone: Usos y gratificaciones de los jóvenes en México en 2015. *Palabra Clave*, 20(1), 47–68. <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.1.3>
- Hargittai, E. (2010). Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the “Net Generation.” *Sociological Inquiry*, 80(1), 92–113. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.2009.00317.x>
- Hargittai, E. & Marwick, A. (2016). “What can i really do?” Explaining the privacy paradox with online apathy. *International Journal of Communication*, 10, 3737–3757. Recuperado de: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4655>
- Hurtado, M. A. & Fernández Falero, M. del R. (2014). Reconciliando las tipología de usuarios de internet. *Razón y Palabra*, 89, 40–18. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1995/199536848034>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2019). *En México hay 80.6 millones de usuarios de internet y 86.5 millones de usuarios de teléfonos celulares: ENDUTIH 2019*. Comunicado de Prensa No. 103/20. Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ENDUTIH_2019.pdf
- Jiang, W. J. & Luh, Y. H. (2017). Gender digital divide in a patriarchal society: what can we learn from Blinder–Oaxaca decomposition? *Quality and Quantity*, 51(6), 2555–2576. <https://doi.org/10.1007/s11135-016-0409-z>
- Krairit, D. (2018). The new face of internet user typology: The case of Thailand. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(2), 58–79. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762018000200106>
- Liikkanen, L. A. & Salovaara, A. (2015). Music on YouTube: User engagement with traditional, user-appropriated and derivative videos. *Computers in Human Behavior*, 50, 108–124. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.067>
- Livingstone, S. & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4), 671–696. <https://doi.org/10.1177/1461444807080335>

- Luchman, J. N.; Bergstrom, J. & Krulikowski, C. (2014). A motives framework of social media website use: A survey of young Americans. *Computers in Human Behavior*, 38, 136–141. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.016>
- Martínez-Domínguez, M. & Mora-Rivera, J. (2020). Internet adoption and usage patterns in rural Mexico. *Technology in Society*, 60. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101226>
- Maxim, P. (2002). *Métodos cuantitativos aplicados a las ciencias sociales*. Oxford University Press.
- Meyen, M.; Pfaff-Rüdiger, S.; Dudenhöffer, K. & Huss, J. (2010). The internet in everyday life: A typology of internet users. *Media, Culture and Society*, 32(5), 873–882. <https://doi.org/10.1177/0163443710374792>
- Muñoz, J. M. & Segovia, B. (2019). Como interactuan los adolescentes con los videojuegos? Preferencias y habilidades performativas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 360–282. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1335>
- Ortegón, L. (2013). Comportamiento del consumidor en páginas webs. Tipología de usuarios y respuesta visual ante la comunicación de marca. *Poliantea*, 8(14), 33–50. <https://doi.org/10.15765/plnt.v8i14.65>
- Ortiz-Henderson, G. (2015). *Educación, interculturalidad y tecnologías digitales jóvenes del municipio de Lerma de Villada, Estado de México*. Juan Pablos Editores.
- Pedrero, L. M.; Barrios, A. & Medina, V. (2019). Adolescentes, smartphones y consumo de audio digital en la era de Spotify. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, 27(60), 103–112. <https://doi.org/10.3916/C60-2019-10>
- Pereira, S. (2019). El aprendizaje de los jóvenes con medios digitales fuera de la escuela: De lo informal a lo formal. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, 27(58), 41–50. <https://doi.org/10.3916/C58-2019-04>
- Radovanović, D.; Hogan, B. & Lalić, D. (2015). Overcoming digital divides in higher education: Digital literacy beyond Facebook. *New Media and Society*, 17(10), 1733–1749. <https://doi.org/10.1177/1461444815588323>
- Rahman, N. (2014). The Usage and Online Behavior of Social Networking Sites among International Students in New Zealand. *The Journal of Social Media in Society*, 3(2), 65–81. Recuperado de: <https://thejsms.org/tsmri/index.php/TSMSRI/article/view/76>
- Ramírez-Martinell, A. & Casillas, M. A. (2015). *Internet en educación superior*. Editorial Brujas / SocialTIC.
- Santín, M. & Álvarez, J. (2017). El protagonismo de las redes sociales en la dieta informativa de los millenials, En J. Álvarez & G. de Haro (eds.), *Millennials La Generación Emprendedora* (pp. 72–105). Ariel / Fundación Telefónica / Editorial Planeta.
- Scheerder, A.; Van Deursen, A. & Van Dijk, J. (2017). Determinants of Internet skills, use and outcomes: A systematic review of the second- and third-level digital divide. *Telematics and Informatics*, 34(8), 1607–1624. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.07.007>
- Serrano-Cinca, C.; Muñoz-Soro, J. F. & Brusca, I. (2018). A Multivariate Study of Internet Use and the Digital Divide*. *Social Science Quarterly*, 99(4), 1409–1425. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12504>
- Shipps, B. & Phillips, B. (2013). Social networks, interactivity and satisfaction: Assessing socio-technical behavioral factors as an extension to technology acceptance. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 8(1), 35–52. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762013000100004>

- Tejedor, S.; Carniel, R. & Giraldo, S. (2018). Los estudiantes de Comunicación en las redes sociales: estudio comparativo entre Brasil, Colombia y España. *Transinformação*, 30(2), 267–276. <https://doi.org/10.1590/2318-08892018000200010>
- Thomas, L.; Briggs, P.; Hart, A. & Kerrigan, F. (2017). Understanding social media and identity work in young people transitioning to university. *Computers in Human Behavior*, 76, 541–553. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.021>
- Torres-Díaz, J. C.; Duart, J. M.; Gómez-Alvarado, H. F.; Marín-Gutiérrez, I. & Segarra-Faggioni, V. (2016). Usos de Internet y éxito académico en estudiantes universitarios. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, XXIV(48), 61–70. <https://doi.org/10.3916/C48-2016-06>
- Toudert, D. (2018). Brecha digital, uso frecuente y aprovechamiento de Internet en México. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 79, 01. <https://doi.org/10.29101/crcs.v0i79.10332>
- Tzavela, E. C.; Karakitsou, C.; Halapi, E. & Tsitsika, A. K. (2017). Adolescent digital profiles: A process-based typology of highly engaged internet users. *Computers in Human Behavior*, 69, 246–255. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.032>
- UNESCO. (2018). *Marco de competencias de los docentes en materia de TIC*. Recuperado de: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371024>
- Van Deursen, A. & Mossberger, K. (2018). Any Thing for Anyone? A New Digital Divide in Internet-of-Things Skills. *Policy and Internet*, 10(2), 122–140. <https://doi.org/10.1002/poi3.171>
- Van Deursen, A. & Van Dijk, J. (2014). The digital divide shifts to differences in usage. *New Media and Society*, 16(3), 507–526. <https://doi.org/10.1177/1461444813487959>
- Van Deursen, A. & Van Dijk, J. (2015a). Internet skill levels increase, but gaps widen: a longitudinal cross-sectional analysis (2010–2013) among the Dutch population. *Information Communication and Society*, 18(7), 782–797. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.994544>
- Van Deursen, A. & Van Dijk, J. (2015b). Toward a Multifaceted Model of Internet Access for Understanding Digital Divides: An Empirical Investigation. *Information Society*, 31(5), 379–391. <https://doi.org/10.1080/01972243.2015.1069770>
- Van Deursen, A. & Van Dijk, J. (2019). The first-level digital divide shifts from inequalities in physical access to inequalities in material access. *New Media and Society*, 21(2), 354–375. <https://doi.org/10.1177/1461444818797082>
- Weber, M. (2002). *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. Fondo de Cultura Económica.
- Zillien, N. & Hargittai, E. (2009). Digital Distinction: Status-Specific Types of Internet Usage. *Social Science Quarterly*, 20(9), 274–291. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6237.2009.00617.x>

Este artículo es de acceso abierto. Los usuarios pueden leer, descargar, distribuir, imprimir y enlazar al texto completo, siempre y cuando sea sin fines de lucro y se cite la fuente.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO:

Lemus Pool, M. C. y López González, R. (2021). Tipologías de navegación en plataformas digitales: el caso de los estudiantes del sur de Tamaulipas. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 11(20). <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a11n20.579>

* Doctora en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México. Maestra y licenciada en Comunicación. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del CONACYT. Actualmente es profesora e investigadora en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, de la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Integrante del cuerpo académico Medios, sociedad, cultura y tecnología (UAT-CA-173). Cuenta con publicaciones en el campo de la comunicación alternativa, participativa y comunitaria, así como la apropiación social de las nuevas tecnologías. Research ID: https://www.researchgate.net/profile/Maria_Lemus_Pool. Correo electrónico: clemus@docentes.uat.edu.mx

** Doctora en Pedagogía por la Universidad Nacional Autónoma de México. Maestra en Innovación Educativa por la Universidad de Sonora. Licenciada en Ciencias de la Educación por el Instituto Tecnológico de Sonora. Investigadora del Centro de Investigación e Innovación en Educación Superior de la Universidad Veracruzana. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores del CONACYT, nivel 1. Integrante del cuerpo académico Educación, cultura y sociedad. Líneas de interés: uso de las tecnologías digitales y trayectorias juveniles. Research ID: https://www.researchgate.net/profile/Rocio_Lopez_Gonzalez. Correo electrónico: rociolopez@uv.mx

¹ La revisión sistemática de literatura se realizó con el empleo del servicio *Discovery Service* de la Universidad Nacional Autónoma de México. Se realizó la búsqueda en todos los recursos de la universidad disponibles en la base de datos EBSCO, entre los años 2015 y 2020, y se usó la clave booleana escala AND apropiación AND tecnología.