

El fenómeno de las necesidades de información en el contexto de la Web 2.0 en estudiantes de administración en el municipio de Atlixco, Puebla

Albano Torres-Gómez*

Artículo recibido:

21 de julio de 2022

Artículo aceptado:

3 de octubre de 2022

Artículo de investigación

RESUMEN

Este trabajo analiza el fenómeno de las necesidades de información a partir de su surgimiento, comportamiento y satisfacción, integrando los rasgos del usuario 2.0. Los sujetos de estudio son alumnos del área administrativa de la Sede Atlixco del Complejo Regional Mixteca de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP).

Mediante la aplicación de un cuestionario, se encontró que la comunidad estudiantil presenta un sentido de pertenencia en construcción con la región de Atlixco; prefiere la modalidad presencial y percibe que su experiencia educativa es de la misma calidad en comparación con la del campus de la capital. Por otro lado, sus

* Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, Universidad Nacional Autónoma de México
albano.torres@comunidad.unam.mx

necesidades de información se centran principalmente en la salud emocional, el desarrollo profesional, los viajes y el desarrollo personal. Los recursos y fuentes de información predominantes son los sitios web, las redes sociales y los videos.

Además, se identificó que esta comunidad estudiantil muestra habilidades que corresponden a los rasgos del usuario 2.0; sin embargo, no reportan una satisfacción completa a sus necesidades de información, debido a la aplicación parcial de los criterios de relevancia, precisión, vigencia, utilidad y organización durante su comportamiento informativo.

Palabras clave: Necesidades de información; Comportamiento informativo; Satisfacción de usuarios; Usuario 2.0

The phenomenon of information needs in the context of Web 2.0 in management students in the municipality of Atlixco, Puebla

Albano Torres-Gómez

ABSTRACT

This paper analyzes the phenomenon of information needs, from its emergence, behavior and satisfaction; integrating the features of the user 2.0. The subjects of the study are students of the administrative area of the Atlixco branch of the Complejo Regional Mixteca of the Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP).

Through the application of a questionnaire, it was found that the student community presents a sense of belonging in construction with the region of Atlixco; they prefer the face-to-face modality and perceive that their educational experience is of the same quality compared to the campus of the capital. On the other hand, their information needs are mainly focused on emotional health, professional development, travel and personal development. The predominant resources and sources of information are websites, social networks and videos.

In addition, it was identified that this student community shows skills that correspond to the traits of 2.0 user; however, they do not report a complete satisfaction in their information needs; due to the partial application of

the criteria of relevance, accuracy, currency, usefulness and organization during their information behavior.

Keywords: Information needs; Information behavior; User satisfaction; 2.0 users

INTRODUCCIÓN

Una de las metas que tienen las universidades públicas mexicanas consiste en lograr una mayor cobertura que cumpla con criterios de calidad para reducir las brechas educativas en el país (ANUIES, 2018). Bajo esta línea de trabajo, la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP, 2016) creó el Complejo Regional Mixteca, el cual incluye una sede en el municipio de Atlixco, en donde se ofrecen las licenciaturas de administración de empresas y administración turística (BUAP, 2022).

En este contexto, se considera pertinente conocer las necesidades de información que tienen los estudiantes universitarios de zonas regionales como base fundamental en la toma de decisiones a nivel pedagógico, considerando su contexto y sus recursos disponibles (Zapata-Morán, Berlanga-Ramírez y Salazar-Mata, 2021), para que el conocimiento generado ayude a fortalecer la identidad colectiva, la integración y la participación social respetando las particularidades de cada territorio y su población (Conde Rubio, Sánchez Vanderkast y Martínez Ojeda, 2021).

Por lo anterior, este documento plantea las siguientes interrogantes: ¿Cuáles son las necesidades de información de los estudiantes del área de la administración en la Sede Atlixco del Complejo Regional Mixteca?, ¿Cómo es el comportamiento informativo que manifiestan?, ¿Qué nivel de satisfacción tienen como resultado de ese comportamiento? y ¿Cuáles son las características del uso de la Web 2.0 que presenta esta comunidad de usuarios?

APROXIMACIÓN TEÓRICO-CONCEPTUAL

Para abordar las interrogantes descritas previamente, se parte de la perspectiva del estudio de usuarios, la cual permite un acercamiento cognitivo para comprender los procesos de pensamiento y aprendizaje de los alumnos en relación con sus necesidades y su comportamiento informacional (Hernández Salazar, 2013). La importancia de conocer el fenómeno de las necesidades de

información radica en que se considera el origen de las estrategias que implementan los usuarios para cubrir sus necesidades, lo que ha generado una diversidad de propuestas conceptuales para su estudio (Afzal, 2017) como, por ejemplo, los patrones identificados por Krikelas (1983), y los planteamientos de Kuhlthau (1991) y de Savolainen (2014).

De manera particular, el Modelo Teórico de las Necesidades de Información (NEIN) prioriza la fase del surgimiento de las necesidades de información como el proceso fundamental que da forma a la manifestación del comportamiento de los usuarios para lograr una satisfacción positiva, permitiendo abordar este fenómeno con un grado mayor de complejidad, lo que implica avanzar hacia la explicación de este fenómeno (Gómez García, 2020: 166-170). De esta manera, se retoma dicha propuesta con el fin de sentar las bases que permitan estudiar el fenómeno de las necesidades de información en los estudiantes de nivel superior, cuyo planteamiento se compone de las siguientes fases de análisis: surgimiento de las necesidades de información, manifestación a través del comportamiento y nivel de satisfacción (Calva González, 2007: 18-20).

Una característica particular del modelo NEIN es que también ofrece una base práctica y flexible para estudiar al usuario dentro del contexto tecnológico de la Web 2.0, a partir de la propuesta de perfil del usuario 2.0, el cual es entendido como un sujeto que ha desarrollado destrezas enfocadas a cubrir sus necesidades de información en un ambiente dominado por los teléfonos inteligentes y la presencia de las redes sociales (Calva, 2017: 9), ya que integra los aspectos contextuales que rodean al usuario, por ejemplo, el lugar donde vive y estudia, además del ambiente tecnológico en el que se desenvuelve (Villaseñor Rodríguez, 2017: 13-14).

Entre de los rasgos generales que comparten los usuarios 2.0 están: 1) El de ser creador y difusor de contenido, 2) Convertirse a sí mismo en una fuente de información, 3) Participar activamente en la construcción de narrativas (historias) individuales y colectivas mediante el lenguaje audiovisual, y 4) Generar un sentido social desde su individualidad en un ambiente democrático (Villaseñor Rodríguez y Calva González, 2017: 101-103).

Dado que la variedad de perfiles de usuarios 2.0 es muy grande y variada, su investigación requiere una aproximación conceptual dinámica e integradora que se adapte a cada caso de estudio (Villaseñor Rodríguez, 2017: 16). En consecuencia, con el fin de profundizar en el análisis de los rasgos generales descritos previamente, este trabajo propone la integración de algunas dimensiones del modelo de competencias *transmedia* desarrollado por el equipo del proyecto Transmedia Literacy (2018), cuyo objetivo es comprender cómo consumen, producen, crean y aprenden los estudiantes en los entornos característicos de la Web 2.0 (Scolari, 2018: 14-19).

Bajo este enfoque, se entiende la *transmedialidad* como la expansión y circulación de los contenidos generados por la interacción comunicativa de los usuarios mediante su participación a través de los medios y las plataformas tecnológicas (Scolari, Lugo Rodríguez y Masanet, 2019). Esta naturaleza mediática enriquece y complementa la comprensión de los flujos de intercambio de información que realizan los usuarios en el contexto de la Web 2.0 (Caldera Serrano, 2017). En la *Tabla 1* se presentan únicamente aquellas categorías de competencia *transmedia* seleccionadas por ser compatibles con los rasgos característicos del usuario 2.0 mencionados previamente.

Rasgos del usuario 2.0	Dimensión compatible de competencia <i>transmedia</i>
1) Ser creador y difusor de contenido.	1) Producción de contenido. Prácticas y explicaciones sobre el uso de medios y recursos de información (Pereira y Moura, 2018).
2) Convertirse a sí mismo en una fuente de información.	2) Gestión social e individual. Habilidad para autogestionar sus recursos y tiempo, tanto como su propia identidad (Koskimaa, 2018).
3) Participar activamente en la construcción de narrativas mediante el lenguaje audiovisual.	3) Narrativas y estéticas. Uso transversal e integral de medios, recursos y plataformas para expresar identidades y reconocer visiones del mundo a través de la narrativa. (Guerrero-Pico y Lugo, 2018).
4) Generar un sentido social desde su individualidad en un ambiente democrático.	4) Ideología y ética. Detección y reflexión sobre connotaciones ideológicas de los contenidos y la legitimidad, precisión e implicaciones sociales de las fuentes de información (Masanet y Establés, 2018).

Tabla 1. Relación entre los rasgos del usuario 2.0 y las dimensiones compatibles del modelo de competencias *transmedia*

Fuente: elaboración propia a partir de *Transmedia Literacy* (2018), y Villaseñor Rodríguez y Calva González (2017: 101-103)

METODOLOGÍA

El diseño de este trabajo de investigación es de enfoque cuantitativo con un alcance exploratorio-descriptivo. Se solicitó la participación de los estudiantes de sexto semestre de la Licenciatura en Administración de Empresas y de la Licenciatura en Administración Turística, de la sede Atlixco del Complejo Regional Mixteca de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Considerando lo anterior, se trabajó bajo un muestreo no probabilístico por conveniencia, de acuerdo con la disponibilidad de los sujetos, logrando la participación de la totalidad de alumnos activos de esa generación en esos planes de estudio, cuya distribución por sexo se puede apreciar en la *Tabla 2*.

Licenciatura	Hombres	Mujeres	Total
Licenciatura en Administración de Empresas	12	17	29
Licenciatura en Administración Turística	5	26	31
Total	17	43	60

Tabla 2. Distribución por sexo y licenciatura de los estudiantes encuestados
Fuente: elaboración propia

La estrategia de investigación consistió en la aplicación de un cuestionario (véase el Anexo 1) que contiene 50 reactivos, los cuales corresponden a las categorías de variables del fenómeno de necesidades de información y características del usuario 2.0, con sus respectivas dimensiones de análisis (Tabla 3). El proceso de aplicación de la encuesta se realizó durante el mes de abril de 2022, durante el regreso a clases presenciales luego del confinamiento a causa del Covid-19. Para facilitar la recolección de datos se usó la aplicación en línea Google Forms.

Variables	Dimensiones
Contexto del usuario	Edad, Relación con el municipio de Atlixco, Dificultad experimentada con Covid-19, y Modalidad preferida de estudio.
Surgimiento de Necesidades de Información	Causas de surgimiento y Necesidades de Información.
Comportamiento Informativo	Uso de Fuentes y Recursos
Satisfacción de Necesidades de Información	Relevancia, Precisión, Vigencia, Uso y Organización
Características de usuario 2.0 a partir de competencias <i>transmedia</i>	Producción de contenido, Gestión social e individual, Narrativas y estéticas, e Ideología y ética.

Tabla 3. Variables de análisis del fenómeno de necesidades de información y sus dimensiones
Fuente: elaboración propia

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En cuanto a las características de los usuarios en este trabajo de investigación, se presenta una edad general promedio de 22 años. También se reporta que un 40% de la comunidad no había seleccionado esta sede como primera opción para estudiar su licenciatura. Además, el nivel de identificación que sienten los estudiantes con el municipio de Atlixco se distribuye de la siguiente manera: Nada identificado (10%), Ligeramente identificado (17%),

Moderadamente identificado (46%), Muy identificado (22%) y Extremadamente identificado (5%). Más aún, se indagó sobre la percepción que se tiene entre la diferencia que implica estudiar en esta sede regional y el campus central en la capital del estado, reportando lo siguiente: Nada (18%), Poca (22%), Alguna (28%) y Bastante (32%).

Dentro de los elementos contextuales relevantes para esta comunidad de aprendizaje, se contempló saber el nivel de dificultad que se experimentó a causa de la pandemia de Covid-19, comentando lo siguiente: Nada complicada (3%), Ligeramente complicada (15%), Moderadamente complicada (35%), Muy complicada (35%) y Extremadamente complicada (12%). Aunado a esta situación, el 62% de estudiantes piensa que aprende mejor en la modalidad presencial, en comparación con el 33% que considera que una experiencia híbrida (mezcla de presencial y a distancia) es la mejor opción, mientras que únicamente un 5% optó por la modalidad en línea.

Surgimiento de necesidades de información

De manera inicial, se presenta la frecuencia de las causas del surgimiento de una necesidad de información (*Tabla 4*), en donde la mayor frecuencia se concentra en aprender algo nuevo, tener temas de conversación social y ayudar a otras personas, aunque en estos dos últimos casos, también se observa porcentajes mínimos en los que nunca se presenta esta situación.

Causa	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Hacer tareas	0%	2%	23%	45%	30%
Aprender algo nuevo	0%	3%	7%	42%	48%
Tener temas de conversación	2%	5%	25%	28%	40%
Dudas sobre el ámbito laboral	0%	2%	18%	47%	33%
Ayudar a otras personas	3%	12%	20%	27%	38%

Tabla 4. Frecuencia de causas del surgimiento de necesidades de información

Fuente: elaboración propia

Luego, se muestra la lista de necesidades de información reportadas por los estudiantes, las cuales están ordenadas según el número de menciones (*Tabla 5*); cabe señalar que sólo se muestran aquellas respuestas que aparecieron más de

una vez. Destacan temas relacionados con el desarrollo emocional y personal, así como intereses respecto a la carrera que estudian, desglosados en viajes, finanzas, administración e inversiones.

Necesidades de información		
(23) Salud emocional	(6) Idiomas	(3) Medicina
(16) Desarrollo profesional	(6) Medio ambiente	(3) Mercadotecnia
(16) Viajes	(6) Noticias	(3) Moda
(11) Desarrollo personal	(5) Finanzas	(3) Música
(11) Redes Sociales	(5) Inversiones	(3) Política
(10) Salud física	(5) Psicología	(2) Arte
(9) Alimentación	(4) Industria textil	(2) Cuidado animal
(8) Economía	(4) Negocios	(2) Feminismo
(7) Administración	(3) Agricultura	(2) Historia
(7) Cultura	(3) Educación	(2) Liderazgo
(7) Deportes	(3) Gestión del tiempo	(2) Problemas sociales
(7) Gastronomía	(3) Libros	(2) Veganismo
(7) Tecnología	(3) Logística	

Tabla 5. Lista de necesidades de Información
Fuente: elaboración propia

Manifestación del comportamiento informativo

Como primer elemento de interés en el comportamiento informativo que los estudiantes manifiestan para satisfacer sus necesidades de información se encuentra la frecuencia de uso de diversas fuentes (Tabla 6). La categoría que mayor frecuencia presenta es la de videos, seguido de apuntes y fuentes de datos; por el otro lado, los periódicos y las revistas son de poco interés para los encuestados. En el resto de los casos parece haber una distribución de consumo más variada.

Fuente	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Libros	7%	22%	53%	13%	5%
Periódicos	25%	57%	15%	3%	0%
Revistas	12%	40%	23%	22%	3%
Apuntes de clase	0%	8%	18%	52%	22%

Opinión de <i>influencers</i>	17%	17%	30%	23%	13%
Videos	2%	2%	18%	51%	27%
<i>Podcasts</i>	10%	23%	18%	35%	13%
Diccionarios	10%	35%	40%	15%	0%
Fuentes de datos (INEGI)	10%	16%	35%	17%	22%

Tabla 6. Frecuencia de uso de fuentes de información
Fuente: elaboración propia

En segundo lugar, se consideró la frecuencia de uso de distintos recursos de información disponibles (Tabla 7). La concentración que tienen los sitios web es significativa, aunque acudir a los profesores y compañeros de clase sigue siendo una práctica muy común en esta comunidad estudiantil; también las redes sociales tienen una presencia significativa para la mitad de los encuestados. Cabe señalar que la biblioteca sólo se usa de manera esporádica, pero está por encima de los museos, los cuales son el recurso con la menor frecuencia.

Recurso	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Preguntar a profesores	2%	5%	23%	43%	27%
Preguntar a compañeros	0%	5%	20%	50%	25%
Bibliotecas	2%	30%	45%	17%	7%
Museos	27%	33%	23%	12%	5%
Sitios web	0%	0%	3%	20%	77%
Redes Sociales	10%	17%	23%	25%	25%
Expertos en el área	3%	17%	25%	35%	20%
Congresos, seminarios o coloquios	11%	32%	27%	20%	10%
Bases de datos bibliográficas	5%	28%	18%	34%	15%

Tabla 7. Frecuencia de uso de recursos de información
Fuente: elaboración propia

Satisfacción de Necesidades de Información

La pregunta inicial que abre esta fase del fenómeno de necesidades de información está relacionada con la frecuencia con la que los sujetos encuentran la información que necesitan cuando tienen una necesidad; reportando de manera general: Nunca (0%), Rara vez (3%), Ocasionalmente (67%) y Siempre (30%); entendiendo de esta manera que aproximadamente solo un tercio de los encuestados tendrían una satisfacción completa. Para profundizar en los aspectos que forman parte de esa percepción, se preguntó el nivel de importancia que los estudiantes aplican a los criterios de relevancia, precisión, vigencia, utilidad y organización (*Tabla 8*).

Criterios	Nada	Poco	Algo	Bastante
¿Qué tan relevante es para mi vida la información que consumo?	0%	8%	47%	45%
¿Qué tan exigente soy con la precisión de la información que consumo?	0%	13%	62%	25%
¿Qué tan importante es la vigencia de la información que consumo?	4%	18%	55%	23%
¿Qué tan útil en la vida real es la información que consumo?	0%	12%	45%	43%
¿Qué tan bueno te sientes para ordenar y organizar la información que encuentras?	2%	13%	57%	28%

Tabla 8. Valoración de criterios de satisfacción de necesidades de información
Fuente: elaboración propia

Aquí se puede identificar que la relevancia de la información que se consume tiene una fuerte relación con la vida cotidiana de los estudiantes, aunque no necesariamente se considera de mucha utilidad en la vida real. Por otro lado, la vigencia y la habilidad para organizar la información tiende a frecuencias más bajas.

Características del usuario 2.0

Como propuesta para ahondar en la comprensión de los rasgos del usuario 2.0 se solicitó a los estudiantes describir su nivel de dominio en distintas habilidades que forman parte de las competencias transmedia, llegándose a los resultados presentados en la *Tabla 9*, en donde las competencias narrativas y estéticas muestran poca relevancia para los encuestados; por el otro lado, se muestra mucha confianza para el uso y manejo de las redes sociales, con un

dominio variado en la producción de contenidos y la competencia relacionada con aspectos ideológicos y éticos. Además, se preguntó la frecuencia con la que ocupan más tiempo en las redes sociales para distraerse en lugar de informarse, reportando los siguientes porcentajes: Nunca (0%), Raramente (3%), Ocasionalmente (37%), Frecuentemente (43%) y Muy Frecuentemente (17%).

Competencias	Dimensiones	Nada	Poco	Algo	Bastante
Producción	Crear y editar fotografías y videos	2%	22%	41%	35%
	Escribir textos	4%	23%	50%	23%
	Usar el software de Office	2%	12%	53%	33%
Gestión social e individual	Usar redes sociales (Instagram, Tik Tok o Facebook)	0%	15%	32%	53%
	Gestionar mi propio tiempo	0%	23%	54%	23%
	Cuidar la información que comparto públicamente en redes	2%	8%	33%	57%
	Colaborar con otras personas	3%	13%	44%	40%
Narrativas y Estéticas	Jugar con videojuegos	42%	28%	15%	15%
	Actividades artísticas (música, teatro, baile, etc.)	12%	27%	37%	24%
Ideología y Ética	Diferenciar información real de información falsa (fake news)	5%	13%	54%	28%
	Reconocer cuando quieren influirme con ideas diferentes a las que tengo	5%	3%	39%	53%

Tabla 9. Valoración de habilidades de competencia transmedia

Fuente: elaboración propia.

DISCUSIÓN

Durante la pandemia de Covid-19, se observó un aumento generalizado en las habilidades para usar la Web 2.0 de la población estudiantil (Amaral, Santos y Basílio Simões, 2020); sin embargo, la mayoría de los alumnos en Atlixco (95%) sigue pensando que aprende mejor en la modalidad escolarizada. Al mismo tiempo, las necesidades de información con mayor frecuencia fueron Salud emocional y Desarrollo profesional. Esto refleja la complejidad de los tipos de problemas que enfrenta esta comunidad de usuarios, los cuales son parte de los factores internos de las necesidades de información (Sarkar et al., 2019) y la necesidad de expresarse que tienen los estudiantes en entornos digitales (Vixtha Vázquez, 2017).

Así mismo, la alta frecuencia de consumo de los contenidos audiovisuales (27%) como fuente de información, el uso predominante de los sitios web como principal recurso y el uso ocasional de la biblioteca (45%), determina un escenario que confirma tendencias similares en cuanto al perfil del usuario 2.0 según Fuentes Gatica (2016); además, estos comportamientos pueden ser un factor importante de cambio cultural (Binsahl, Chang y Bosua, 2020), en donde la biblioteca puede convertirse en un espacio que aproveche estas preferencias para fortalecer el aprendizaje de la comunidad.

Por otro lado, el nivel de satisfacción sólo es completo en el 30% de los casos, situación que se explica parcialmente con la aplicación fragmentada de los criterios de valoración de información que consumen. Lo que lleva a pensar que un aumento en el uso de las tecnologías de la Web 2.0 no repercute necesariamente en un aprovechamiento completamente efectivo, tal como lo mencionan Limas (2020) y Abdulkhakova *et al.* (2021).

En cuanto a las competencias *transmedia* que se integran para analizar las características del usuario 2.0 en esta comunidad de usuarios. Los estudiantes reportan habilidades suficientes en el ámbito de la Producción de contenido y en la Gestión social e individual, pero no un dominio completo. Esto puede explicarse porque el desarrollo efectivo de esta competencia requiere más que solamente el acceso, debe venir acompañado de procesos reflexivos, buenos hábitos de uso y manejo efectivo del tiempo. Especialmente considerando que el 60% de los sujetos de este estudio comentan una alta distracción derivada del uso de redes sociales.

Sin embargo, esta comunidad no reporta un dominio generalizado en el uso de los videojuegos, aunque cabe la posibilidad de que esto cambie en el futuro. Finalmente, la habilidad reportada para identificar información falsa en internet fue nula o poca en el 18% de los estudiantes, lo que contrasta con la cantidad de estudiantes (53%) que reportan ser aptos para reconocer la influencia de ideas distintas a las propias; esta aparente disparidad puede indicar la posibilidad de que los estudiantes sobreestiman su nivel de competencia para manejar aspectos éticos e ideológicos en internet.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Dentro de los factores externos e internos que describen a los estudiantes de la Sede Atlixco de la BUAP se identifican: Una baja preferencia por seguir aprendiendo en modalidad a distancia pese al acercamiento educativo que tuvieron con la Web 2.0 durante la pandemia. Además, no perciben diferencias significativas en la experiencia educativa que tienen en comparación con

el campus central en la capital del estado y tampoco muestran un interés por seguir estudiando la carrera en una modalidad a distancia.

Se establece que el surgimiento de las necesidades de información de esta comunidad de usuarios generalmente se da por la inquietud de aprender algo nuevo y como elemento de socialización. Además, sus necesidades de información giran principalmente en torno de la salud emocional, el desarrollo profesional, los viajes, el desarrollo personal y las redes sociales. En cuanto al uso de fuentes de información, la preferencia de los contenidos audiovisuales ha desplazado a los libros y a los periódicos impresos. Respecto a los recursos, el panorama refleja una amplia predilección por los sitios web y las redes sociales, pero sin dejar de lado la práctica de acudir a los profesores y a los mismos compañeros para resolver sus dudas.

Sin embargo, no llegan a una satisfacción completa de las necesidades de información; esto puede explicarse por la aplicación parcial de los criterios de relevancia, precisión, vigencia, utilidad y organización durante su comportamiento informativo. Pese a que los rasgos del usuario 2.0 se manifiestan claramente en los sujetos de estudio, su análisis a partir de las competencias *transmedia* muestra que el aprovechamiento efectivo y responsable de las tecnologías para generar conocimiento aún no se da de manera integral. Para finalizar, se presentan las siguientes recomendaciones:

El impacto del Covid-19 en la vida de los alumnos y su necesidad de información en torno a la salud emocional indican la pertinencia de acciones de apoyo psicológico.

Se sugiere un programa desde la perspectiva de la alfabetización informacional para mejorar el aprovechamiento de recursos de información, en donde la biblioteca puede ser un elemento de apoyo fundamental.

La integración de las competencias *transmedia* en la investigación del fenómeno de necesidades de información ofrece una alternativa viable y útil; se sugiere explorar sus posibilidades de aplicación en otros casos de estudio.

Agradecimientos

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) por la beca otorgada en el marco de la Convocatoria 2021 “Estancias Posdoctorales por México”, con el número de solicitud: 857797.

También doy las gracias al Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información (IIBI), perteneciente a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), por todo el apoyo brindado para la realización de la estancia posdoctoral académica.

REFERENCIAS

- Abdulkhakova, Aislu R., Guzela M. Kormishina, Olga A. Kalegin, Galina V. Matveeva, Ludmila E. Savich, y Nadezda G. Yashina. 2021. "Necessidades de Informações dos Alunos do Instituto Ambiente Educacional Eletrônico". *Laplage Em Revista* 7 (3D): 511-520.
<https://doi.org/10.24115/S2446-6220202173D1742p.511-520>
- Afzal, Waseem. 2017. "A proposed methodology for the conceptualization, operationalization, and empirical validation of the concept of information need". *Information Research* 22 (3).
<http://informationr.net/ir/22-3/paper761.html>
- Amaral, Inês, Sílvia Correia Santos, y Rita Basílio Simões. 2020. "Transmedia Literacy and Teaching Strategies in the Digital Environment during the Covid-19 Pandemic". Trabajo presentado en 13th Annual International Conference of Education, Research and Innovation. Conferencia en línea, 9-10 de noviembre.
<https://doi.org/10.21125/iceri.2020.1519>
- ANUIES (Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior). 2018. Visión y Acción 2030. *Propuesta de la ANUIES para renovar la educación superior en México. Diseño y concertación de políticas públicas para impulsar el cambio institucional*. México: Publicaciones ANUIES.
http://www.anui.es.mx/media/docs/avisos/pdf/VISION_Y_ACCION_2030.pdf
- Binsahl, Haifa, Shanton Chang, y Rachel Bosua. 2020. "Cross-Cultural Digital Information-Seeking Experiences: The Case of Saudi Arabian Female International Students". *Journal of International Students* 10 (4): 872-91.
<https://doi.org/10.32674/jis.v10i3.1573>
- BUAP (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla). 2016. "Reforma a los artículos 6, 15, 22, 23, 25, 31, 33, 81 y 83 del Estatuto Orgánico de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla". *Gaceta Universidad BUAP. Suplemento* 35 (209): 8-11.
https://repositorio.buap.mx/rdci/public/inf_public/2016/0/suplemento_g209_2_.pdf
- BUAP (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla). 2022. "Complejos regionales".
<https://admission.buap.mx/content/complejos-regionales>
- Caldera Serrano, Jorge. 2017. "Interactuación 2.0 entre medios de comunicación televisivos y usuarios: Uso de redes sociales en medios españoles y mexicanos". En *Usuarios 2.0 de la información audiovisual y textual*, coordinado por Juan José Calva González, 37-62. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.
- Calva González, Juan José. 2007. *El fenómeno de las necesidades de información: investigación y modelo teórico*. México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.
- Calva González, Juan José. 2017. "Usuarios 2.0: Definición". En *Usuarios 2.0 de la información audiovisual y textual*, coordinado por Juan José Calva González, 7-12. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.
- Conde Rubio, Ileana, Egbert John Sánchez Vanderkast, y Enrique Martínez y Ojeda. 2021. "Las bibliotecas desde la mirada del desarrollo local". *Revista Prefacio* 5 (7): 7-23.
<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/PREFACIO/article/view/35722>

- Fuentes Gatica, Luis Alberto. 2016. "Análisis de la búsqueda de información académica utilizando la Web 2.0, por los alumnos de la materia de Fisiología de la carrera de Biología de la Facultad de Ciencias de la UNAM". En *Comunidades de usuarios, necesidades de información y servicios bibliotecarios: investigaciones*, coordinado por Juan José Calva González, 129-150. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.
- Gómez García, Juan Antonio. 2020. "El giro hermenéutico en los estudios de usuarios de información". En *Usuarios en diferentes contextos informativos: Aspectos teóricos y prácticos*, coordinado por Juan José Calva González, 165-186. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.
- Guerrero-Pico María del Mar, y Nohemí Lugo. 2018. "Competencias narrativas y estéticas". En *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*, editado por Carlos Alberto Scolari, 65-73. Barcelona: Transliteracy H2020 Research and Innovation Actions.
- Hernández Salazar, Patricia. 2013. "El fenómeno usuarios de la información desde un enfoque cognitivo". *Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información* 27 (61): 107-131.
[https://doi.org/10.1016/S0187-358X\(13\)72556-5](https://doi.org/10.1016/S0187-358X(13)72556-5)
- Koskimaa, Raine. 2018. "Competencias de gestión". En *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*, editado por Carlos Alberto Scolari, 38-48. Barcelona: Transliteracy H2020 Research and Innovation Actions.
- Krikelas, James. 1983. "Information-seeking behavior: Patterns and concepts". *Drexel Library Quarterly* 19 (2): 5-20.
- Kuhlthau, Carol C. 1991. "Inside the search process: information seeking from the user's perspective". *Journal of the American Society for Information Science* 42 (5): 361-371.
- Limas, Brianna. 2020. "The evolving information needs and behaviors of undergraduates. School of Information". *Student Research Journal*, 10 (2).
<https://doi.org/10.31979/2575-2499.100203>
- Masanet, María-José, y María-José Establés. 2018. "Competencias en la prevención de riesgos, ideología y ética". En *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*, editado por Carlos Alberto Scolari, 74-82. Barcelona: Transliteracy H2020 Research and Innovation Actions.
- Pereira, Sara, y Pedro Moura. 2018. "Competencias de producción". En *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*, editado por Carlos Alberto Scolari, 26-37. Barcelona: Transliteracy H2020 Research and Innovation Actions.
- Sarkar, Shawon, Matthew Mitsui, Jiquan Liu, y Chirag Shah. 2020. "Implicit information need as explicit problems, help, and behavioral signals". *Information Processing & Management* 57 (2)
<https://doi.org/10.1016/j.ipm.2019.102069>
- Savolainen, Reijo. 2014. "Emotions as motivators for information seeking: A conceptual analysis". *Library & Information Science Research* 36 (1): 59-65.
<https://doi.org/10.1016/J.LISR.2013.10.004>

- Scolari, Carlos Alberto. 2018. "El proyecto de investigación Transmedia Literacy". En *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*, editado por Carlos Alberto Scolari, 9-13. Barcelona: Transliteracy H2020 Research and Innovation Actions.
- Scolari, Carlos Alberto, Nohemi Lugo Rodríguez, y Maria-José Masanet. 2019. "Educación Transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes". *Revista Latina de Comunicación Social* 74: 116-132.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1324>
- Transmedia Literacy. 2018. *Alfabetismo Transmedia en la nueva ecología de los medios: Libro blanco*. Barcelona: Transliteracy H2020 Research and Innovation Actions.
<http://hdl.handle.net/10230/33910>
- Villaseñor Rodríguez, Isabel. 2017. "Usuarios 2.0: características y tipología". En *Usuarios 2.0 de la información audiovisual y textual*, coordinado por Juan José Calva González, 13-24. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.
- Villaseñor Rodríguez, Isabel, y Juan José Calva González. 2017. "El perfil del Usuario 2.0 de la información audiovisual y textual: Análisis y discusión". En *Usuarios 2.0 de la información audiovisual y textual*, coordinado por Juan José Calva González, 101-103. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.
- Vixtha Vázquez, Fernando. 2017. "Interactividad y Multimedialidad: elementos que la Hipermediación aporta a la Comunicación Educativa." *Razón y Palabra* 21 (98): 206-220
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199553113015>
- Zapata-Morán, María Gabriela, Jorge Hipólito Berlanga-Ramírez, y Hugo Salazar-Mata. 2021. "La paradiplomacia universitaria, las transformaciones de las universidades ante el COVID 19". *Revista Política, Globalidad y Ciudadanía* 7 (14): 233-253.
<https://doi.org/10.29105/pgc7.14-11>

Para citar este texto:

- Torres-Gómez, Albano. 2023. "El fenómeno de las necesidades de información en el contexto de la Web 2.0 en estudiantes de administración en el municipio de Atlixco, Puebla". *Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información* 37 (94): 13-31.
<http://dx.doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2023.94.58681>

Anexo 1

CUESTIONARIO

Instrucciones:

Contesta las siguientes preguntas

Sección: *Contexto del usuario*

1 Edad: _____ 2 Sexo: _____ 3 Licenciatura: _____

4 ¿Estudiar en el campus Atlixco fue tu primera opción? Sí () No ()

5 ¿Qué tan identificado te sientes con el municipio de Atlixco?

Nada identificado () Ligeramente identificado () Moderadamente identificado ()

Muy identificado () Extremadamente identificado ()

6 ¿Crees que hay mucha diferencia entre estudiar en una sede regional o en ciudad universitaria en la capital? Nada () Poca () Alguna () Bastante ()

7 ¿Qué tan complicada fue tu experiencia a partir de la situación provocada por la pandemia del Covid 19? Nada complicada () Ligeramente complicada ()

Moderadamente complicada () Muy complicada () Extremadamente complicada ()

8 ¿En qué modalidad aprendes mejor?

Modalidad presencial () Modalidad híbrida () Modalidad en línea ()

Sección: *Surgimiento de Necesidades de Información*

Marca la frecuencia con la que te ves motivado a buscar información en las siguientes situaciones:

Causa	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
9 Hacer tareas					
10 Aprender algo nuevo					
11 Tener temas de conversación					
12 Dudas sobre el ámbito laboral					
13 Ayudar a otras personas					

14 Escribe los 5 temas de los que más te interesa buscar información:

Sección: *Comportamiento Informativo*

Indica con una X la frecuencia de uso por cada una de las siguientes fuentes de información.

Fuente	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
15 Libros					
16 Periódicos					
17 Revistas					
18 Apuntes de clase					
19 Opiniones de influencers					
20 Vídeos					
21 Podcasts					
22 Diccionarios					
23 Fuentes de datos (INEGI)					

Indica con una X la frecuencia de uso por cada uno de los siguientes recursos de información.

Recurso	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
24 Preguntar a profesores					
25 Preguntar a compañeros					
26 Bibliotecas					
27 Museos					
28 Sitios web					
29 Rede sociales					
30 Expertos en el área					
31 Congresos, seminarios o coloquios					
32 Bases de datos bibliográficas					

Sección: *Satisfacción de Necesidades de Información*

33 ¿Con qué frecuencia encuentras la información que quieres cuando tienes una duda? Nunca () Rara vez () Ocasionalmente () Siempre ()

Indica con una X la valoración que le das a los siguientes criterios:

Criterios	Nada	Poco	Algo	Bastante
34 ¿Qué tan relevante es para mi vida la información que consumo?				
35 ¿Qué tan exigente soy con la precisión de la información que consumo?				
36 ¿Qué tan importante es la vigencia de la información que consumo?				
37 ¿Qué tan útil en la vida real es la información que consumo?				
38 ¿Qué tan bueno te sientes para ordenar y organizar la información que encuentras?				

Sección: *Características de usuario 2.0 a partir de competencias transmedia*

39 ¿Con qué frecuencia piensas que usas más tiempo en redes sociales para distraerte en lugar de informarte? Nunca () Raramente () Ocasionalmente () Frecuentemente () Muy frecuentemente ()

Marca con una X. ¿Qué tan hábil te consideras para realizar las siguientes actividades?

Dimensiones	Nada	Poco	Algo	Bastante
40 Crear y editar fotografías y videos				
41 Escribir textos				
42 Usar el <i>software</i> de Office				
43 Usar redes sociales (Instagram, Tik Tok o Facebook)				
44 Gestionar mi propio tiempo				
45 Cuidar la información que comparto en redes				
46 Colaborar con otras personas				
47 Jugar videojuegos				
48 Actividades artísticas (música, teatro, baile, etc.)				
49 Diferenciar información real de información falsa				
50 Reconocer cuando me quieren influir con ideas diferentes a las que tengo				