

HÁBITOS LECTORES  
EN LA ERA DIGITAL  
PROPUESTAS PRÁCTICAS

---

ESPERANZA BAUSELA HERRERAS

ISBN: 978-84-9085-209-5

Todos los derechos reservados. Ni la totalidad ni parte de este libro, incluido el diseño de la cubierta, puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra ([www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com); 91 702 19 70 / 93 272 04 47)



## HÁBITOS LECTORES EN LA ERA DIGITAL: PROPUESTAS PRÁCTICAS



Esperanza Bausela Herreras

Todos los derechos reservados. Ni la totalidad ni parte de este libro, incluido el diseño de la cubierta, puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, [www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

© Esperanza Bausela Herreras  
Madrid, 2014

Editorial DYKINSON, S.L.  
Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid  
Teléfono (+34) 915442846 - (+34) 915442869  
e-mail: [info@dykinson.com](mailto:info@dykinson.com)  
<http://www.dykinson.es>  
<http://www.dykinson.com>  
Consejo Editorial véase [www.dykinson.com/quienessomos](http://www.dykinson.com/quienessomos)

ISBN: 978-84-9085-209-5

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	3
INTRODUCCIÓN .....	5
I. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: HÁBITOS LECTORES EN FORMATO PAPEL Y EN FORMATO DIGITAL.....	6
Introducción y planteamiento del problema. ....	6
Objetivos de investigación: general y específicos.....	7
Marco teórico.....	8
Leer no es lo mismo que comprender. ....	9
Lectura de textos en papel.....	12
Lectura de textos en pantalla.....	13
Estudios comparativos de lectura en papel versus lectura en pantalla: Impacto en la comprensión lectora. ....	13
Lectura en papel > Lectura en pantalla.....	15
Lectura en papel = Lectura en pantalla.....	16
Estudios comparativos de lectura en papel versus lectura en pantalla desarrollados en el contexto español.....	17
Relevancia o beneficios del proyecto.....	18
Diseño metodológico. ....	19
Método.....	19
Hipótesis de investigación.....	19
Población y muestra (diseño muestral). ....	20
Referencia de los estudios CIS a utilizar.....	23
Otras fuentes de datos.....	23
Instrumento de recogida de datos: Cuestionario autoadministrado a través de internet.....	25
Plan de explotación de datos. ....	27
Cronograma y temporalización.....	28
Presupuesto. ....	29
II. EXPLOTACIÓN DE DATOS .....	30
Planteamiento del objetivo de la investigación.....	30
Identificación de las variables seleccionadas para el análisis .....	32
Descripción de las variables. ....	37
Análisis de datos.....	51
Cálculo de intervalos de confianza para la media muestral.....	51

Cálculo intervalos de confianza para proporciones.....	53
Comparar la media de una muestra con la media de una población.....	55
Comparar la media de dos muestras (relacionadas y sin relacionar).....	57
Comparar las proporciones de dos variables categóricas.....	63
Correlación entre variables.....	65
Resumen de conclusiones.....	67
III. CUESTIONARIO: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	70
Cuestionario.....	70
Proceso de diseño.....	70
Población a la que va dirigido.....	71
Fases en la elaboración.....	71
Validez y fiabilidad.....	74
Diferencias entre cuestionario y entrevistas.....	75
IV. DISEÑO DE UN CUESTIONARIO: LECTURA EN PAPEL VERSUS LECTURA EN DIGITAL: HÁBITOS LECTORES DE DOCENTES Y ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES.....	76
Objetivos del cuestionario.....	76
Precedentes.....	76
Rasgos básicos de su diseño.....	79
Operacionalización de conceptos.....	81
Relación de preguntas propuestas.....	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	86
ANEXOS.....	91
ANEXO 01: Cuestionario.....	92
ANEXO 02: Tarjetas.....	105
ANEXO 03: Libro de códigos.....	109
ANEXO 04: Presentación del cuestionario.....	115
ANEXO 05: Carta de presentación.....	121
ANEXO 06: Carta dirigida a docentes.....	123
ANEXO 07: Carta dirigida a estudiantes.....	125
ANEXO 08: Guía de autoaplicación del cuestionario.....	127
ÍNDICE DE FIGURAS.....	130
ÍNDICE DE TABLAS.....	131

## INTRODUCCIÓN

Estas hojas pretenden ser una guía que permita al alumnado de Grado que cursan materias relacionadas con la metodología de investigación educativa, así, como estudiantes de máster y doctorandos, que tengan interés en conocer y en disponer de unos ejemplos del diseño de un proyecto de investigación, de análisis de datos y de un instrumento de recogida de datos (cuestionario).

Esta guía está estructurada en cuatro secciones, a través de las cuales, el alumnado podrá ir aprendiendo operaciones básicas y practicando a medida que va aprendiendo, basados en una temática concreta: Lectura en la era digital.

El presente texto ha sido estructurado en cuatro bloques de contenido que tienen como fin contribuir al desarrollo de los siguientes objetivos:

- i) Diseñar y desarrollar un proyecto de investigación.
- ii) Desarrollar un análisis de datos exploratorio partiendo de una matriz de datos elaborada por el Consejo de Investigaciones Sociológicas.
- iii) Conocer los fundamentos teóricos de una técnica de recogida de datos: cuestionario.
- iv) Diseñar un cuestionario de recogida de datos.

Los cuatro objetivos pretenden contribuir al desarrollo de diversas competencias de investigación a desarrollar en Trabajos Final de Máster, Trabajos Fín de Grado y Doctorado:

- i) Diseño y desarrollo de proyectos de investigación.
- ii) Análisis de datos de tipo descriptivo, univariados y bivariados.
- iii) Instrumento de recogida de datos: cuestionario.

Esperamos que esta guía cumpla el objetivo de ser eso, una guía, que facilite la comprensión de estos contenidos, siendo ahora, el alumnado quien valorará su utilidad.

## **I. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: HÁBITOS LECTORES EN FORMATO PAPEL Y EN FORMATO DIGITAL.**

*Ejemplo 1 del diseño de un proyecto de investigación que tiene como finalidad conocer los hábitos lectores en población de educación superior.*

### **Introducción y planteamiento del problema.**

La expansión de la lectura en formato digital está dejando de ser una profecía para convertirse en una realidad cotidiana en el contexto educativo. La difusión de los dispositivos móviles multifuncionales no hace sino multiplicar su impacto y difusión. En el año 2012 la OECD se planteaba la pregunta *¿Están preparados los chicos y las chicas para la era digital?* Los resultados de este estudio revelaron diferencias entre las habilidades de los chicos y las chicas en el dominio digital, siendo estas diferencias más notables en los extremos de la escala de competencia, es decir, entre los estudiantes con peores y mejores resultados.

Esta realidad (la lectura digital) está también afectando al mundo educativo en educación superior. El acceso a la información académica en formato digital por parte de los estudiantes y docentes universitarios ya no se reduce a la consulta de libros de texto, propios o en biblioteca..., sino que cada vez más, se utilizan los textos accesibles en formato digital, a través de las plataformas digitales de aprendizaje (moodle, aLF, webCet, blackboard...).

Las innegables ventajas y facilidades de los textos en formato digital pueden servir para mejorar e integrar los contenidos educativos, aumentar la interactividad... Sin embargo, se abren también necesidades ante este tipo de lectura, que requiere nuevas estrategias y nuevas herramientas tanto para los docentes como para los estudiantes.

Entramos en la etapa de la lectura digital, de la lectura *on line*, de la lectura de hipertextos.... lo que hace necesario disponer de aplicaciones que nos permitan guiar y mecanizar nuestro trabajo sobre los textos digitales. Es necesario igualmente dotar, a los usuarios de estos dispositivos (docentes y estudiantes) de las competencias que permitan y faciliten la comprensión lectora.

En este contexto de la era digital nos planteamos las siguientes *preguntas de investigación*:

- ¿Qué perfil sociodemográfico, político y socioeconómico define a los lectores (docentes y estudiantes) que optan por la lectura en papel? y ¿los que optan por la lectura en digital?
- ¿Qué formación y experiencia en el uso de las TICs (Tecnologías de la Información y la Comunicación) tienen los lectores (docentes y estudiantes universitarios) en formato papel o en digital?
- ¿Cuáles son los hábitos lectores de estudiantes y docentes universitarios en formato papel? y en ¿formato digital?
- ¿Existe alguna asociación entre el formato de presentación (papel *versus* digital) y la capacidad de comprensión lectora? y ¿Qué formato (papel o digital) tiene más impacto en la comprensión lectora?
- ¿Cuáles son las principales razones, ventajas e inconveniente de la lectura en papel? y ¿de la lectura en digital?
- ¿Existen aspectos que se pueden mejorar para potenciar la lectura en pantalla desde la perspectiva de los lectores (estudiantes y profesores universitarios)?

La principal finalidad de la investigación, que planteamos en el presente proyecto, es conocer los hábitos lectores de estudiantes y docentes universitarios en formato papel y en formato digital. Se trata de profundizar en: (i) los factores que facilitan y dificultan la lectura en pantalla en comparación con la lectura tradicional en formato papel; (ii) las ventajas e inconvenientes de ambos soportes (papel – pantalla); (iii) el impacto positivo o negativo en los procesos de comprensión de la lectura en formato digital y (iv) posibles propuestas de mejora de los dispositivos en formato digital para potenciar los procesos de comprensión lectora en pantalla.

### **Objetivos de investigación: general y específicos.**

Como *objetivo general* nos planteamos analizar los hábitos lectores de estudiantes y docentes universitarios en formato papel *versus* formato digital.

Para dar respuesta a las preguntas de investigación anteriormente planteadas, nos planteamos como *objetivos específicos* de investigación:

- Analizar el perfil sociodemográfico/político y socioeconómico de los lectores (docentes y estudiantes universitarios) en formato papel y en formato digital y el contexto educativo /recursos de la información y la comunicación con fines educativos.
- Analizar la formación y experiencia en el uso de las TICs (Tecnologías de la Información y la Comunicación) de los lectores (docentes y estudiantes universitarios) en formato papel o en digital.
- Comparar los motivos, ventajas y desventajas que manifiestan los lectores (docentes y estudiantes) en función del formato (papel o digital).
- Comparar hábitos lectores de estudiantes y docentes universitarios en formato Papel y en formato Digital.
- Conocer las estrategias de comprensión lectora que desarrollan los lectores (docentes y estudiantes) en formato papel y en formato digital.
- Detectar aspectos susceptibles de mejora para potenciar la comprensión lectora en formato Digital entre los estudiantes y docentes universitarios.

### **Marco teórico.**

Empezamos esta revisión bibliográfica con una breve aclaración sobre qué es leer - diferenciando entre procesos de decodificación lectora y procesos de comprensión lectora - desde la perspectiva de la psicología cognitiva (paradigma del procesamiento de la información) para concluir afirmando que *leer no es lo mismo comprender*.

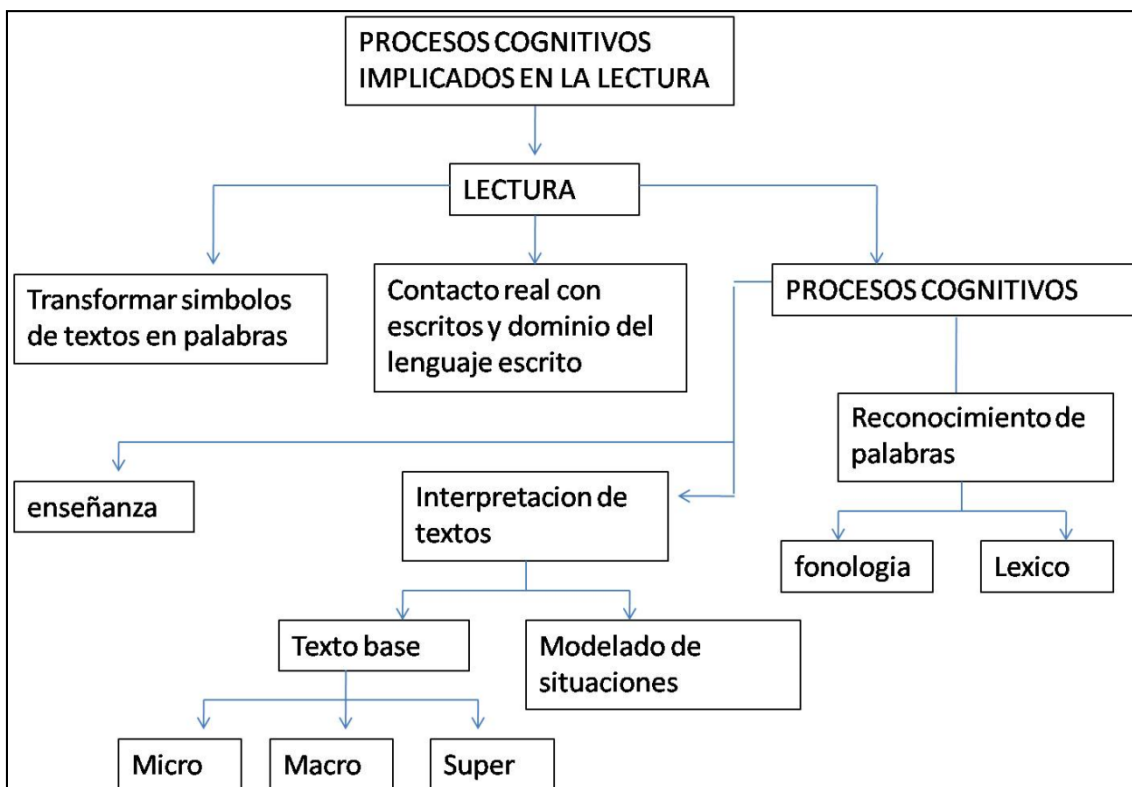
A continuación, analizamos qué supone actualmente leer en la era digital y las nuevas demandas. Las investigaciones y estudios actuales apuntan a nuevas estrategias para leer en los diferentes soportes digitales: (i) La *Asociación Internacional de Lectura*, indica la insuficiencia en la conceptualización de lectura porque las nuevas tecnologías exigen nuevas estrategias lectoras. (ii) El *Grupo de Lectura Rand*, señala que la emergencia de textos alternativos conlleva la necesidad de adquirir nuevas formas de comprensión y utilización de los mismos.

Finalizamos esta breve revisión analizando algunos estudios que se han realizado comparando el impacto en los procesos de comprensión lectora de la lectura en pantalla y la lectura en formato digital.

### **Leer no es lo mismo que comprender.**

Leer es una actividad compleja e implica: (i) decodificar un sistema de señales y símbolos abstractos (*aprender a leer*) y extraer el significado del texto e (ii) integrar el resto de conocimientos almacenados en la memoria para poder hacer uso de esa información (*leer para aprender*) (Bruning, Schraw, y Ronning, 2002). Esta segunda fase (*leer para aprender*) se puede identificar como aprendizaje a partir de textos (ver García Madruga, 2006), pudiendo alcanzar diferentes niveles entre los lectores (González, 2004).

Ambas fases se encuentran interrelacionadas y asociadas (Sánchez, 1988), así se encuentra que escolares con dificultades en el análisis fonémico tienen menor rendimiento en comprensión lectora silenciosa (Bravo, Bermeloso y Pinto, 1988). En la Figura 1 se presentan los procesos cognitivos implicados en la lectura (decodificación – comprensión) desde la perspectiva del procesamiento de la información.



**Figura 1.** Procesos cognitivos implicados en la lectura  
 [Tomado de [http://fidelquitoria11.blogspot.com.es/2011/03/procesos-cognitivos-implicados-en-la\\_03.html](http://fidelquitoria11.blogspot.com.es/2011/03/procesos-cognitivos-implicados-en-la_03.html)]

*Saber leer* no es sólo decodificar palabras y encadenar significados. Existen diferentes modelos que tratan de describir y /o explicar el proceso o procesos cognitivos implicados en esta habilidad lingüística (ver Vieiro y Gómez, 2004). Básicamente, los investigadores distinguen tres tipos de modelos: ascendentes (parte del procesamiento de las letras, palabras, frases...), descendentes (parte de sus conocimientos previos) e interactivos (relación entre los conocimientos previos y el contenido del texto). Con el objetivo de no extendernos, recomendamos al lector interesado consultar León (1991a, b).

En este contexto y centrándonos en la comprensión lectora propiamente dicha, podemos entender esta competencia lingüística como un proceso en el que intervienen procesos perceptivos, lingüísticos y cognitivos y que va más allá de la habilidad de extraer el significado de un texto (Alonso y Mateos, 1985). Colomer (2005) se refiere a la lectura comprensiva como la capacidad de identificar la información explicitada en el texto, a la lectura interpretativa, que es la que descubre

los sentidos ocultos del texto en base a la experiencia del lector y a la lectura valorativa, que es la que formula juicios de valor sobre lo escrito.

De ahí, que se pueda decir que la comprensión de textos “*para aprender leyendo*” suponga extracción de la microestructura y descubrimiento de la macroestructura (Van Dijk y Kintsch, 1983).

La *etapa de comprensión lectora*, vinculada estrictamente a los procesos semánticos se puede descomponer en tres subprocesos (Vieiro y Gómez, 2004): (i) extracción del significado del texto, consiste en asignar los papeles de agente de la acción, objeto de la acción y lugar donde ocurre la acción, (ii) integración de la nueva información en la memoria y (iii) fase constructiva e inferencial.

La comprensión lectora como actividad cognitiva se ve *afectada por numerosas variables*, las cuales pueden ser agrupadas en torno a tres dimensiones (González, 2004): (i) En el *contexto* se incluye: el entorno educativo, el entorno familiar y los libros de texto. (ii) En relación al *sujeto*, se centran en los conocimientos previos del lector (Fernández, 1999), estrategias de aprendizaje (Ponce y Mayer, 2014), motivación y capacidad de la memoria de trabajo (Navalón, Ato y Rabadán, 1989). (iii) Finalmente, el tercer aspecto se relaciona con el conocimiento de las demandas y el nivel de dificultad que tiene la *tarea que se va a realizar* (descriptivos o narrativos) (Carney, 1992) y los objetivos que se plantean (argumentativos, narrativos, instructivos, expositivos, descriptivos...).

Leer de forma comprensiva es una actividad compleja, como hemos comentado en líneas precedentes, que ha sido objeto de estudio desde diferentes perspectivas y que han tratado de analizar y conocer la variabilidad interindividual (ver Wigent, 2013). Existen diferencias en los procesos cognitivos que interviene en la lectura en una persona inexperta, aprendiz o niño y un lector experto, habilidoso o adulto (Xavier, De Cara y Ziegler, 2007).

Sánchez (1988) analiza y compara a lectores competentes con lectores menos capaces, encontrando que éstos últimos tienen una *representación menos estructurada* y aislada del resto de conocimientos previos.

González (2004), por su parte, asegura que los buenos lectores no tienen una mayor capacidad total de la *memoria de trabajo* como una mayor eficacia del procesamiento, con lo que su capacidad real se amplía al utilizar los recursos disponibles.

Oakhill y Garnham (1988) señala que los lectores menos expertos tienen dificultades en decidir qué información es importante y tienen un pobre acceso a la información relevante, por lo tanto a realizar inferencias. Durante el proceso de aprendizaje a partir de textos, los lectores de superior nivel de comprensión utilizan *estrategias* en mayor número y más frecuentemente (González, 2004) entre éstas: toma de notas, resumen, esquema, formulación y contestación de preguntas (autopreguntas).

#### **Lectura de textos en papel.**

Fortunati y Vincent (2014) analizan los principales rasgos de la lectura en papel partiendo de un análisis cualitativo. De este estudio se pueden extraer como principales resultados que la lectura en papel y en pantalla puede ser indiferente si los textos a leer son cortos. Si el texto es largo, por lo general, se prefiere la lectura en papel sobre la lectura en pantalla. Además, la diferencia de la lectura en papel y en pantalla también está relacionada con el tipo de texto a leer. Así, cuando el texto es agradable el soporte papel es preferible, si el texto requiere estrategias de lectura (textos científicos o técnicos o textos de trabajo) la pantalla es preferible, lo que significa tener disponible un PC (*Personal Computer*) y todas las aplicaciones conectadas, tales como, cambio de letra, zoom, cortar, pegar, acceso a la web y calculadora.

Entre los aspectos positivos destacados por los participantes en el estudio está que la lectura en papel cansa menos la vista, son más fáciles de transportar y se pierden menos características, en el supuesto de un cambio accidental. Además, permiten una

mayor libertad de movimientos y de posturas, que podemos adoptar al leer. Cuando se lee en papel se puede cambiar de postura, se pueden pasar las páginas, existe una mayor diversidad en el formato (portadas, papel, tipografía, tamaño, encuadernación...) y se puede ser activo físicamente sobre los textos (se pueden tomar notas, subrayar...); siendo más fácil, además, centrar la atención en papel que en pantalla. Además, es también más relajante.

La lectura en papel es inmediata y está libre de preocupaciones por aspectos como: la electricidad, nivel de la batería o el acceso a Internet como ocurre con la lectura en pantalla.

El único aspecto negativo que refieren los participantes en el estudio es el referente a la búsqueda de palabras en el propio texto, que está confiado a la memoria, siendo difícil ir directamente a algún aspecto o palabras que se desea revisar.

#### **Lectura de textos en pantalla.**

Fortunati y Vincent (2014) igualmente analizan la lectura de textos en pantalla y destacan la facilidad para encontrar las palabras en un texto y palabras claves mediante búsquedas informáticas.

Entre los aspectos negativos destacan que la lectura en pantalla “es muy dura”, dependiendo de la tipología y dimensiones de la pantalla, generando problemas de vista. Es un tema recurrente, que la lectura en pantalla implica más fatiga visual en comparación con la lectura en papel. Otro aspecto negativo, está relacionado con la despersonalización del texto al escribir con un teclado.

#### **Estudios comparativos de lectura en papel versus lectura en pantalla: Impacto en la comprensión lectora.**

El continuo desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación conlleva rápidas e importantes transformaciones en el mundo, afectando a todas las esferas de la vida, incluidas el ámbito educativo de nivel universitario. Actualmente,

por ejemplo, nos enfrentamos a la lectura en línea o la lectura en formato digital a través de las plataformas digitales de aprendizaje.

La flexibilidad y la versatilidad de los ordenadores hizo aventurar, hace unos años, la llegada de la “*oficina sin papeles*” (Thomas, 2006). Sin embargo, la experiencia demuestra que esta predicción fue un poco prematura. Gladwell (2002) no estaba de acuerdo con este pronóstico, atribuyéndolo a la existencia de otro fenómeno que hace referencia a “*la vida social del papel*”, es decir, la resistencia de la gente al cambio y al uso de la lectura digital, ya que estamos altamente habituados a leer sosteniendo algo entre las manos y nos resistimos a los cambios. Además, el papel es sumamente útil para los procesos de lectura; los lectores pueden detenerse, pueden retroceder...; es espacialmente flexible (puede fácilmente desplazarse por el pupitre, puede ser útil para ciertos hábitos de lectura individual en relación al tamaño y a la portabilidad); e idóneo para permitir a los lectores tomar notas o incluir marca páginas en los propios libros sin alterar el texto original.

Diferentes estudios (véase por ejemplo el desarrollado por Peronard, 2007) han tratado de analizar y comparar el efecto que tiene la lectura en papel *versus* la lectura digital sobre las estrategias implicadas en los procesos de lectura en función del tipo de formato (ver Lanir, Booth y Hawkey, 2010).

Estos estudios no han aportado evidencias empíricas suficientemente sólidas y generalizables sobre los procesos cognitivos implicados en la lectura en función de los diferentes formatos de presentación (DeStefano y LeFevre, 2007).

Sin embargo, hemos de señalar que no todos los textos digitales son hipertextos. Noyes y Garland (2003, 2008) señalan la existencia de una serie de factores que están mediando y condicionando los resultados de estos estudios y que están relacionados con aspectos ergonómicos, factores humanos y con el propio diseño. A pesar de la alta calidad de los medios electrónicos, el papel tiene unas cualidades que no pueden proporcionar a fecha de hoy los medios electrónicos (conectividad, compatibilidad, portabilidad, tamaño, peso, ergonomía, usabilidad, duración de las baterías, precio, salida de voz, formato...) (Dyson y Kipping, 1997; Holzinger *et al.*, 2011; Lanir, Booth y

Hawkey, 2010). A estas dificultades “*externas al lector*” se une otras limitaciones “*internas del lector*” relacionadas con el desarrollo de mapas cognitivos que permiten la lectura y la navegación en los libros electrónicos (Li, Chen y Yang, 2013).

Seguidamente analizamos las dos posturas en torno a las cuales han girado tradicionalmente los estudios que comparan la lectura en pantalla versus lectura en papel.

#### **Lectura en papel > Lectura en pantalla.**

Un estudio desarrollado recientemente por Mangen, Walgermo y Bronnack, (2013) obtienen como principales resultados que los estudiantes que leen textos en formato papel puntúan significativamente más alto en los tests de comprensión lectora, que los estudiantes que leen textos en formato digital.

Los estudios, también, apuntan a que el conocimiento parece ser asimilado mejor y su recuperación es más rápida cuando es presentado en formato papel que en formato digital, ya que existen menos interferencias en los procesos de esquematización y consecuentemente son más fácilmente aplicados (Garland y Noyes, 2004).

Ackerman y Lauterman (2012) concluyen en un estudio en el que comparan la comprensión lectora en papel y en pantalla en situaciones de examen en condiciones de presión del tiempo, que el aprendizaje en papel es más eficiente y permite un autoevaluación del conocimiento más ajustado. Por el contrario, los resultados refuerzan que la autoregulación del aprendizaje en pantalla es inferior, siendo los factores tecnológicos lo que contribuye a explicar estos resultados.

Un interesante estudio es el desarrollado por Kerr y Symons (2006) con escolares que consideran que estos resultados pueden estar condicionados por una variable relacionada con el tiempo de exposición para leer los textos (como hemos visto en el estudio anterior el tiempo de exposición es una variable que no puede ser obviada). Así, los resultados indican que leen más lentamente en formato digital que en formato papel, siendo más eficientes en la comprensión de textos cuando leen en formato

papel que en formato digital. Estos resultados varían cuando se les da un tiempo suficiente para leer en formato digital. En esta situación, los niveles de comprensión se igualan en formato papel y en formato digital.

**Lectura en papel = Lectura en pantalla.**

Existen otros estudios que se apartan de los estudios anteriores (Siegenthaler, Wurtz, Bergamin y Groner, 2013) que consideran que la lectura en formato digital es muy similar a la lectura en papel.

Los estudios disponibles que tratan de analizar las diferencias y las semejanzas entre la lectura en un texto digital (monitor de un ordenador o de un *e-book*) frente a la tradicional lectura de un libro (ver, por ejemplo los tests PISA impulsados desde la OECD en 2011) no son fácilmente comparables. Los datos de estos estudios muestran más confusiones y contradicciones que semejanzas.

Lo que si podemos extraer de estos estudios, sin embargo, es que las nuevas generaciones de nativos digitales presentan ciertos rasgos que han sido objeto de estudio y análisis. Así, Tompson (2013) analiza - las principales características de los nativos digitales, los potenciales beneficios y los potenciales riesgos - y destaca los siguientes: (i) Deseo por la velocidad e incapacidad para tolerar un ritmo lento en su entorno, (ii) deseo por las multitareas, (iii) prefieren dibujos antes que textos, (iv) tienden a procesar la información de forma no lineal, (v) prefieren la colaboración y la conectividad constante, (vi) prefieren el aprendizaje a través de la actividad antes que a través de la lectura y la audición, (vii) mezcla de trabajo y juego, (viii) la tecnología es parte de su contexto habitual y no se sienten cómodos en contextos que carecen de tecnologías.

Considerando los resultados de estos estudios (aunque sería necesario realizar una revisión más exhaustiva), podemos concluir señalando que las competencias en lectura están cambiando con el uso de las tecnologías digitales, pero que las interacciones entre el formato papel y el formato digital no son mutuamente excluyentes (Fortunati

y Vicent, 2014) y qué no disponemos de evidencias empíricas suficientemente sólidas que nos permitan conocer qué tipo de lectura (papel o pantalla) tiene más impacto sobre los procesos de comprensión lectora.

### **Estudios comparativos de lectura en papel versus lectura en pantalla desarrollados en el contexto español.**

En relación al estudio de la lectura en formato digital no se han realizado estudios en profundidad en nuestro contexto, sólo podemos destacar algunos estudios que de forma tangencial han incorporado algunas cuestiones en relación a la lectura digital. Seguidamente destacamos algunos estudios que han sido desarrollados por diversas instituciones:

i) *En el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), podemos destacar varios estudios que se han centrado en torno a la lectura y que incluyen algunas cuestiones en torno a la lectura digital: Hábitos de lectura, radioaudición y televisión (Nº1039), Tiempo libre y hábitos de lectura (I) (Nº2280), Tiempo libre y hábitos de lectura (II) (Nº2478), Hábitos de lectura de diarios (Nº2537) y Percepción social de las encuestas (II) (Nº2676).*

ii) El *Instituto Nacional de Estadística (INE)* hemos localizado diversos estudios respecto a la lectura de prensa diaria, prensa deportiva y su relación por Comunidades Autónomas y nivel de estudios (por ejemplo, el estudio sobre medios de comunicación – prensa- desarrollado en (2010-2011) que incluyen también la lectura digital.

iii) Desde la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) se desarrollan los estudios PISA, matemáticas y lectura, para la población de 16-65 años (PIAAC), cuyos informes son difundidos desde el *Instituto Nacional de Evaluación Educativa (INEE)*. En el caso de España, los resultados de PISA 2012 en lectura digital, muestran que el rendimiento en lectura digital está por debajo de la lectura en papel. Mientras que en otros países nórdicos europeos, como, por ejemplo, Islandia y Suecia, los estudiantes rindieron más en lectura digital que en lectura impresa.

## **Relevancia o beneficios del proyecto.**

Estimamos que este estudio puede ser especialmente relevante ya que ahonda en un tema que no ha sido considerado con especial incidencia e insistencia, como hemos visto en la sección precedente.

Este proyecto puede proporcionar evidencias empíricas que nos permitan conocer quiénes son los “usuarios” de la lectura en pantalla, qué impacto tiene la lectura en pantalla sobre los hábitos lectores y sobre los procesos cognitivos implicados en la comprensión lectora. Así como, las preferencias de los usuarios por una formato u otro (papel o pantalla), las ventajas e inconvenientes de los mismos. También, contribuirá a conocer las dificultades que con mayor incidencia y frecuencia se producen en la lectura en formato digital, las estrategias que utilizan los lectores en este formato, así como detectar los aspectos susceptibles de mejora de los actuales soportes que permiten la lectura digital.

Con este estudio tratamos de proporcionar evidencias empíricas que permitan responder a la cuestión *¿estamos preparados para la lectura en la era digital en la Universidad? o ¿existe la “brecha digital” entre estudiantes y docentes universitarios?*

Las principales contribuciones esperables del proyecto que presentamos se pueden analizar desde una doble vertiente, pensando en la tetralogía AGIL (*Adaptation, Goal Attainment, Integration y Latency*):

I) *Contribución investigadora*: Consolidar un equipo de investigación, integrando a investigadores del ámbito de las Ciencias Sociales y Jurídicas y una línea clara de investigación sobre la *lectura en formato digital en el contexto educativo de educación superior*.

II) *Contribución al impacto bibliométrico*: Aportar información desconocida en la literatura, por lo que la probabilidad de publicación sería alta en revistas alto impacto en el I.S.I o Scopus y participar en eventos nacionales e internacionales que permitan la difusión de los resultados obtenidos a la comunidad científica.

## **Diseño metodológico.**

### **Método.**

En coherencia con los objetivos formulados anteriormente, la naturaleza de la situación de investigación y de la información a recoger, optamos por desarrollar una investigación de *carácter eminentemente cuantitativa*.

Optamos por una *metodología cuantitativa* ya que el fin último del estudio es establecer relaciones en términos matemáticos (comparativos y de asociación), poniendo especial énfasis en la explicación, contrastación empírica y medición objetiva.

### **Hipótesis de investigación.**

En relación con nuestros objetivos de investigación nos planteamos como hipótesis de partida:

- Existe un perfil sociodemográfico/político y socioeconómico que caracteriza a los lectores (docentes y estudiantes universitarios) en formato papel y en formato digital.
- Los lectores (docentes y estudiantes universitarios) en formato digital tienen una formación y experiencia en el uso de las TICs (Tecnologías de la Información y la Comunicación) que los define, caracteriza y diferencia de los lectores (docentes y estudiantes universitarios) en formato papel.
- Existen diferencias en los hábitos lectores de estudiantes y docentes universitarios en formato papel y en formato digital.
- Existen diferencias en los motivos, ventajas y desventajas que manifiestan los lectores (docentes y estudiantes) en función del formato (papel o en digital).

- Existen diferencias en los hábitos lectores de estudiantes y docentes universitarios en formato papel y en formato digital en las tres fases de la lectura: antes, durante y después.
- Las estrategias de comprensión lectoras que desarrollan los lectores (docentes y estudiantes) son diferentes en función del formato (papel *versus* digital).
- Se detectan aspectos susceptibles de mejora para potenciar la comprensión lectora en formato digital entre los estudiantes y docentes universitarios.

### **Población y muestra (diseño muestral).**

- **Ámbito:** Nacional.
- **Universo:** Población española, ambos sexos, igual o mayor a 18 años.

Docentes y estudiantes de educación superior.

Universidades públicas, privadas y otros entes públicos.

Toda la información del profesorado y estudiantes universitarios en España será obtenida de la consulta de la página web de la Secretaria General del Consejo de Coordinación Universitaria del Servicio del profesorado universitario del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y del Instituto Nacional de Estadística.

- **Tamaño de la muestra:** 2.500 entrevistas
- **Afijación:** Proporcional al peso poblacional: 184 cuestionarios a los docentes universitarios y 2315 cuestionarios a los estudiantes universitarios. Se obtiene, aproximadamente 1 cuestionario docente por cada 13 cuestionarios estudiantes.
- **Ponderación:** La ponderación se realizará en proporción a las unidades muestrales que constituyen cada estrato, ya que la tasa de respuesta no es idéntica en todos los estratos.
- **Puntos de muestreo:** Universidades públicas, privadas y otros entes públicos del territorio nacional.

- **Procedimiento de muestreo:**

Estratificado por conglomerados con selección de las unidades de primera etapa de forma proporcional (docentes y estudiantes).

*Estratificación:* En relación a las submuestras (estudiantes y docentes universitarios)

l) Los estratos de la *submuestra de estudiantes universitarios* se ha obtenido en función de los 3 tipos de universidades (pública, privada y de otros entes públicos).

*Polietápico:* Se realizan cuatro etapas sucesivas. Las unidades primarias de muestreo son las Universidades; las segundas unidades son las Facultades; las terceras unidades

de análisis son el grupo-clase (estudiantes); las últimas unidades de análisis son los estudiantes (ver Figura 2).

- *Selección de las Universidades y Facultades*, de forma aleatoria y proporcional al peso de la población objeto de estudio.
- *Selección del grupo-clase*. Se optará por un muestreo aleatorio por conglomerados proporcional al peso de la población objeto de estudio.
- *Selección de los estudiantes universitarios* dentro de cada conglomerado se seleccionarán no más de 10 estudiantes por conglomerado, con independencia del tamaño de los conglomerados. Se realizará aleatoriamente, utilizando por ejemplo tablas de números aleatorios generados con el Excel y con los procedimientos estadísticos disponibles del SPSS y por cuotas de sexo y nivel de estudio (grado-posgrado).



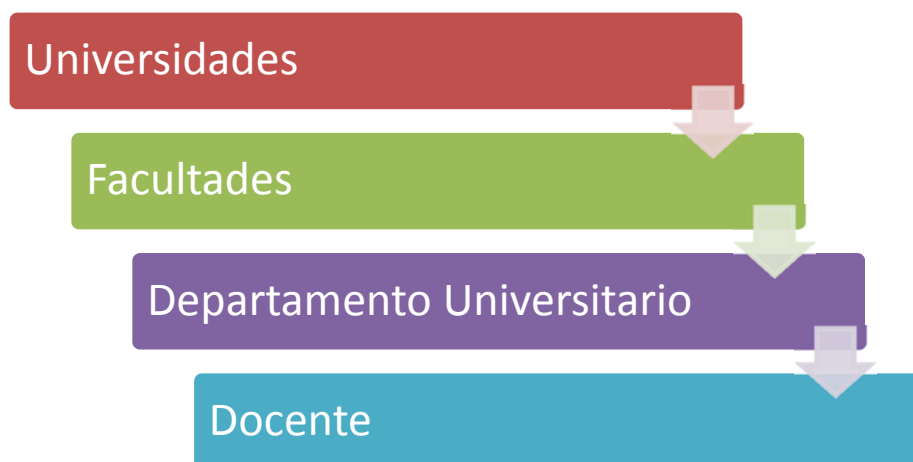
Figura 2. Etapas del muestreo de la submuestra de estudiantes universitarios.

II) Los estratos de la *submuestra de docentes universitarios* se ha obtenido en función de los 3 tipos de universidades (pública, privada y de otros entes públicos).

*Polietápico*: Se realizan cuatro etapas sucesivas. Las unidades primarias de muestreo son las Universidades; las segundas unidades son las Facultades; las terceras unidades de análisis son los Departamentos Universitarios (docentes); las últimas unidades de análisis son los docentes (ver Figura 3).

- *Selección de las Universidades y Facultades*, de forma aleatoria y proporcional al peso de la población objeto de estudio.
- *Selección de los departamentos u iversitarios*. Se optará por un muestreo aleatorio por conglomerados proporcional al peso de la población objeto de estudio.

- *Selección de los docentes universitarios* dentro de cada conglomerado se seleccionan no más de 10 docentes por conglomerado. Se seleccionarán aleatoriamente, utilizando por ejemplo tablas de números aleatorios generados con el Excel y con los procedimientos estadísticos disponibles del SPSS y por cuotas de sexo y categoría (contratado-funcionario).



**Figura 3.** Etapas del muestreo de la submuestra de docentes universitarios.

- **Distribución de las entrevistas:** Las 2.500 entrevistas se han distribuido de forma proporcional al peso de la población objeto de estudio (ver Tabla 1).

**Tabla 1.** Distribución de los cuestionarios en función de los estratos y de los conglomerados.

	Población	Muestra
<b>Docentes universitarios:</b>	130.116	184,48 <b>(184)</b>
<b>Estudiantes universitarios:</b>	1.633.183	2315,52 <b>(2315)</b>
<b>TOTAL</b>	1.763.299	2500

\*Los datos de la población han sido extraídos del Instituto Nacional de Estadística (INE)

- **Error muestral:** Para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), y  $P = Q$ , el error es de  $\pm 2,00\%$  para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple.
- **Fecha de realización:** Octubre de 2014.

## **Referencia de los estudios CIS a utilizar.**

Para la consecución de este objetivo se analizarán cinco estudios que han sido desarrollados en el CIS y que se han centrado en torno a la lectura y, concretamente, en torno a la lectura digital:

- i) Hábitos de lectura, radioaudición y televisión (Estudio N°1039).
- ii) Tiempo libre y hábitos de lectura (I) (Estudio N°2280).
- iii) Tiempo libre y hábitos de lectura (II) (Estudio N°2478).
- iv) Hábitos de lectura de diarios (Estudio N°2537).
- v) Barómetro de Junio 2009 del CIS (Estudio nº 2806) (dedicado a la lectura y la opinión de los españoles sobre la misma).

Destacamos además, otros estudios que han sido desarrollados en el CIS cuyo objeto de interés ha sido el estudio de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y a Internet, concretamente, y que pueden complementar la información obtenida de los anteriores estudios.

- i) Percepción social de las encuestas (internet) (Estudio N°2676).
- ii) Tecnologías de la Información y la Comunicación (Estudio N°2292).
- iii) Nuevas tecnologías (Estudio N°1963).
- iv) Internet y participación política (Estudio N°2736).
- v) Actitudes hacia las tecnologías de la información y la comunicación (Estudio N°2889).

## **Otras fuentes de datos.**

En relación al estudio de la lectura en formato digital no se han realizado estudios en profundidad en nuestro contexto, sólo podemos destacar algunos estudios que de forma tangencial han incorporado algunas cuestiones en relación a la lectura digital. Seguidamente destacamos algunas fuentes de datos disponibles en otras instituciones:

- i) El Instituto Nacional de Estadística (INE) hemos localizado diversos estudios respecto a la lectura de prensa diaria, prensa deportiva y su relación por Comunidades Autónomas y nivel de estudios (por ejemplo, el estudio sobre medios de comunicación – prensa- desarrollada en el bienio 2010-2011 que incluyen también la lectura digital).
- ii) Desde la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) se desarrollan los estudios PISA, matemáticas y lectura, para la población de 16-65 años (PIAAC), cuyos informes son difundidos desde el Instituto Nacional de Evaluación Educativa (INEE).
- iii) Nos apoyamos finalmente en los datos de un estudio de nuestra coautoría, al formar del Equipo de Investigación “Libertexto: comprender en pantalla”. Este estudio fue financiado por el Ministerio de Educación / Secretaría de Estado de Educación y Formación Profesional (Resolución de 20 de octubre de 2009, publicado en el B.O.E. de 30 de abril de 2010). Fue desarrollado con estudiantes y docentes de Educación Secundaria y Educación Universitaria. Uno de los objetivos que nos planteamos fue conocer la prevalencia de la “lectura digital” en comparación con la “lectura en papel” en las etapas educativas de educación secundaria y superior. Se analizó el grado de implantación de la lectura de textos electrónicos en el aula, tiempo dedicado la lectura de los mismos, tipos de archivos (páginas web en formato html, documentos pdf, documentos de texto rtf, doc, odt, etc.), fuentes de las que provienen (internet, editoriales, creaciones del profesorado, etc.) y soportes utilizados (ordenador de sobremesa, portátil, libro electrónico, dispositivo móvil, etc.)

## **Instrumento de recogida de datos: Cuestionario autoadministrado a través de internet.**

Para alcanzar los objetivos de nuestra investigación y poder contrastar nuestras hipótesis de partida - bajo el amparo de la metodología empírico analítica - estimamos que el *cuestionario* puede ser una técnica idónea a utilizar en el proceso de recogida de datos.

Es un instrumento utilizado con gran impacto en el campo de las ciencias sociales, así Bugeda (1974: 80) anticipó *“a pesar de los progresos de la técnica de investigación, el cuestionario siguen siendo hoy por hoy el instrumento de investigación sociológico de uso más universal”*.

El cuestionario es *“una técnica que nos permite conocer lo que hacen, opinan o piensan los encuestados mediante preguntas realizadas por escrito y que pueden ser respondidas sin la presencia del encuestador”* (ver Martínez, 2002).

Inicialmente, realizaremos un *juicio de expertos* que nos permitirá recoger opiniones en torno al tema objeto de estudio *“lectura en papel versus lectura digital”* y traducir los objetivos del estudio en las dimensiones y subdimensiones sobre las que se organizará el diseño posterior del cuestionario.

Junto con el juicio de expertos utilizaremos *aportaciones de otros autores* que han diseñado instrumentos similares y/o afines al tema objeto de estudio (ver, por ejemplo los diseñados por Ackerman y Lauteman, 2012; Lanir, Booth y Hawkey, 2010; Li, Chen y Yang, 2013; Stephenson, Brown y Griffin, 2008) y que han sido referenciados en secciones precedentes. Toda esta información nos orientará sobre las dimensiones en torno a las cuales se estructura el cuestionario.

Una vez definidas las dimensiones que integran el cuestionario se desarrollara un *banco de preguntas*. De este banco de preguntas se seleccionaran un número limitado

de preguntas en función de la duración del mismo (no superior a 30 minutos) y de los recursos disponibles.

En la *selección de las preguntas* se consideraran cuatro aspectos: contenido, redacción, respuesta y ubicación.

La *evaluación final del cuestionario* diseñado será sometida a juicio de expertos. Una vez que contemos con un informe favorable del juicio de expertos se aplicará a una *muestra piloto*. Con la información obtenida de esta aplicación en fase piloto procederemos a su aplicación a la *muestra generadora de datos*.

Optaremos por la aplicación de un *cuestionario - autoadministrado en formato digital, sin ser ajenos a las observaciones realizadas* Díaz de Rada (2010; 2012) en relación a la utilización de este tipo de formato.

Las razones de su elección son varias: bajo coste, rapidez en su distribución, mínima organización que exige su distribución y por ende costes, los mínimos errores que se producen en su recogida, la baja intrusividad y la facilidad de envío (se puede enviar sin que la persona esté presente, pudiendo incorporar la opción de acuse de recibido). No obstante, no podemos obviar ciertas dificultades que podemos encontrarnos y que es necesario anticipar para poder evitar y superarlas: (i) Para solventar la dificultad de convencer al entrevistado, tendremos que utilizar una presentación especialmente atractiva y acompañar el cuestionario de una carta, dirigida a las instituciones participantes, para animar y motivar a la participación. (ii) Para evitar el efecto primacía, las preguntas sin responder, la influencia de otros, la contaminación... optaremos por la incorporación en el cuestionario de preguntas filtros y por la inclusión de dos escalas: escala de consistencia y deseabilidad social. (iii) Para evitar distorsiones de la lectura y dificultad en la comprensión de preguntas complejas, elaboraremos una guía explicativa del cuestionario, con ejemplos, que estará accesible en una página web.

La estructura del cuestionario se va a organizar en torno a cinco grupos de preguntas:

- i) Preguntas que pueden explicar la formación en el uso de las TICs y los recursos disponibles en su contexto institucional y que pueden favorecer y fomentar la lectura digital.
- ii) Preguntas que permitan conocer desde la perspectiva de los usuarios, los motivos para preferir un formato u otro, así como las ventajas y las desventajas de ambos formatos.
- iii) Preguntas que nos permitan incidir en qué aspectos, fases y estrategias diferencian la lectura en un formato u en otro formato.
- iv) Preguntas que nos permitan conocer qué aspectos son susceptibles de mejora para fomentar la lectura digital en el contexto de Educación Superior.
- v) Preguntas de carácter sociodemográfico.

### **Plan de explotación de datos.**

Atendiendo a los objetivos planteados y para dar respuesta a los mismos, llevaremos a cabo diversos análisis de datos, de carácter cuantitativo, mediante el paquete estadístico SPSS para Windows (última versión).

Una vez recogidos los datos, procederemos a realizar un análisis exploratorio (univariable, como ejecución de frecuencias-marginales) o descriptivo (mediante técnicas bivariadas, como pueden ser tablas de contingencia cruzando datos por variables estructurales como sociodemográficas y demás).

Seguidamente, comprobaremos, los *supuestos paramétricos*: normalidad multivariable, homeoscedasticidad multivariable e independencia multivariable.

Finalizaremos, el análisis de datos con la aplicación de *técnicas inferenciales* que nos permitirán contrastar nuestras hipótesis de investigación mediante técnicas de comparación y de asociación.

## Cronograma y temporalización.

El estudio ha sido planificado para ser desarrollado en dos años y medio, considerando que vamos a tener una dedicación parcial en su desarrollo. Las fases, actividades y cronograma se presentan en la Tabla 2, básicamente diferenciamos tres etapas: (i) Diseño de proyecto de investigación y revisión teórica que permita fundamentar el estudio (ii) Estudio empírico con el desarrollo del trabajo de campo y (iii) Elaboración de conclusiones de la investigación y difusión de los resultados a la persona demandante de la investigación y a la comunidad científica.

**Tabla 2.** Temporalización y cronograma de la investigación. (Elaboración propia). Nota= Sem: semestre

ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN		CRONOGRAMA				
		1º año		2º año		3º año
FASES	ACTIVIDADES	1º Sem.	2º Sem.	1º Sem.	2º Sem.	1º Sem.
<b>I. Diseño de proyecto de investigación, revisión teórica</b>	Diseño del proyecto de investigación.					
	Profundización y sistematización del marco teórico.					
<b>II. Estudio empírico</b>	Elaboración del marco metodológico.					
	Estudio de triangulación de fuentes: Encuentro con juicio de expertos + documentación relacionada con el tema + aportaciones de otros cuestionarios.					
	Diseño del cuestionario de recogida de datos.					
	Evaluación del cuestionario por juicio de expertos.					
	Aplicación piloto del cuestionario de recogida de datos.					
	Incorporación de rectificaciones obtenidas de la aplicación piloto al cuestionario (versión definitiva).					
	Aplicación del cuestionario a la muestra generadora de datos.					
	Depuración de los cuestionarios.					
<b>III. Conclusiones de la investigación y difusión de resultados</b>	Tabulación de datos y análisis estadístico.					
	Redacción del informe (primer borrador).					
	Redacción del informe (versión definitiva) y entrega a la institución demandante.					
	Difusión de resultados a la comunidad científica.					

## **Presupuesto.**

Para el desarrollo de este estudio consideramos necesario presupuestar unos gastos en relación a:

### *I) Gastos de personal para realizar trabajos concretos:*

- i) Recurriremos a los servicios especializados de un *programador informático* que desempeñará las siguientes funciones: (a) Programación *on line* del cuestionario y (b) monitorizar el desarrollo del trabajo de campo.
- ii) También se contará los servicios de *captadores* para poder contactar con los docentes y estudiantes universitarios. En estos estudios *on line* los costes dependen de las siguientes variables: (a) IR (*Incidence Rate*) es la penetración o sea el número de personas que cualifican para tu estudio con respecto a la población de referencia (población general *on line* en este caso). (b) Duración de la entrevistas y (c) N (número de entrevistas).
- iii) Apoyo de un *analista de datos*, que pueda asesorar al Equipo de Investigación en momentos puntuales.

### *II) Gastos materiales (Adquisición de pequeño equipamiento):* Será necesario contar con:

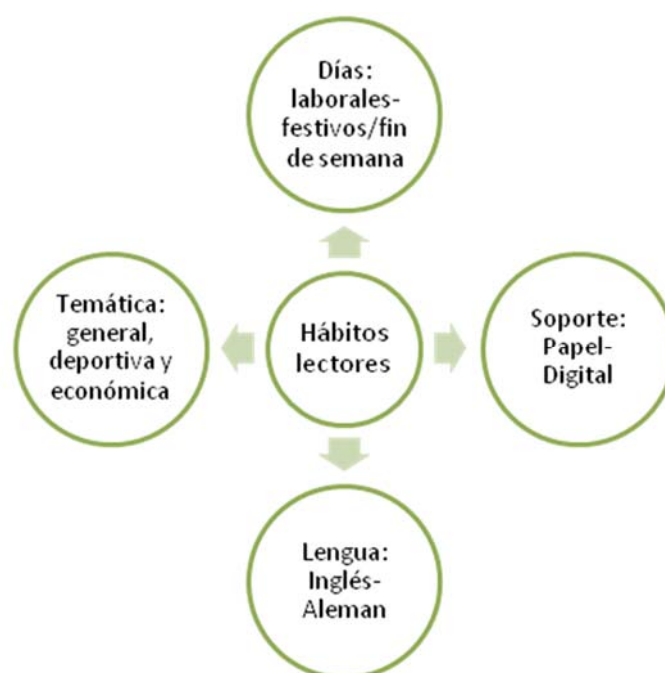
- i) un equipo informático potente que permita gestionar el diseño del instrumento de recogida de datos y almacenar la base de datos obtenida de la aplicación del mismo.
- ii) Al mismo tiempo, precisaremos de la licencia del SPSS para el semestre en el que se desarrollará el estudio.

Participaremos en diversas convocatorias públicas y /o privadas que nos permitan financiar parcial o totalmente el proyecto presentado.

## II. EXPLOTACIÓN DE DATOS

*Ejemplo 2 del análisis de datos del estudio N° 2537 Hábitos de lectura diarios.*

La presente práctica se ha desarrollado con la base de datos del estudio **N° 2537 Hábitos de lectura diarios**. En la Figura 4 se presentan las dimensiones del cuestionario que han sido objeto de estudio para el desarrollo de esta práctica.



**Figura 4.** Núcleos del estudio N°2537 "Hábitos de lectura diarios"

### **Planteamiento del objetivo de la investigación.**

La formulación de los siguientes objetivos se ha realizado para dar respuesta a las diferentes actividades propuestas y considerando el tipo de variables disponibles en el cuestionario escogido, de ahí, que pueda no existir una relación entre los ocho objetivos propuestos.

**Objetivo\_00:** Describir las variables investigadas e investigadoras.

**Objetivo\_01:** Calcular el intervalo de confianza para la media muestral de la variable "*Soporte preferido para leer la prensa*" en función del sexo.

**Objetivo\_02:** Calcular los intervalos de confianza para la variable "*Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, en concreto, Ingles*".

**Objetivo\_03:** Calcular los intervalos de confianza para la variable "*Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, en concreto, Alemán*".

**Objetivo\_04:** Comparar la media de una muestra con la media de la población para la variable "*Soporte preferido para leer la prensa: edición digital o papel*".

**Objetivo\_05:** Comparar la preferencia del soporte preferido para leer la prensa en función del sexo.

**Objetivo\_06:** Comparar la media de lectura de prensa de *información general* en un día laborable con un día festivo/fin de semana.

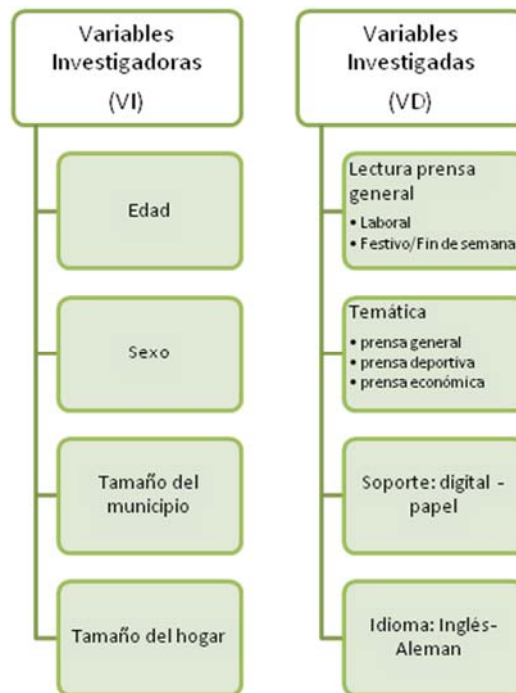
**Objetivo\_07:** Comparar la proporción de lectura de *prensa económica y deportiva* en días laborables.

**Objetivo\_08:** Analizar la relación entre el *grado de lectura en España* y el *tamaño de hábitat*.

**Objetivo\_09:** Analizar la relación entre la edad del entrevistado y el tamaño del hogar.

## Identificación de las variables seleccionadas para el análisis

Diferenciamos dos tipos de variables: Investigadas e investigadoras, en función del rol que desempeñan en la investigación (ver Figura 5).



**Figura 5.** Variables de investigación: investigadas e investigadoras.

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

**A) VARIABLES INVESTIGADAS****A.1) TAMAÑO DEL HOGAR (P28)**

*Para terminar, podría decirme, incluyéndole a Ud., ¿cuántas personas viven actualmente en este hogar?*

Nº de personas-----

**A.2) SEXO DEL ENTREVISTADOR (P32)**

**Sexo:**

Hombre

Mujer

TOTAL

**A.3) EDAD DEL ENTREVISTADOR (P33)**

*¿Cuántos años cumplió Ud. en su último cumpleaños?*

Años-----

**A.4) TAMAÑO MUNICIPIO**

1 - Menos o igual a 2.000 habitantes

2 - 2.001 a 10.000 habitantes

3 - 10.001 a 50.000 habitantes

4 - 50.001 a 100.000 habitantes

5 - 100.001 a 400.000 habitantes

6 - 400.001 a 1.000.000 habitantes

7 - Más de 1.000.000 habitantes

**B) VARIABLES INVESTIGADORAS****B.1) LECTURA PRENSA GENERAL LABORABLE (P8\_ Lectura de prensa de información general en un día laborable)**

*¿Cuántos periódicos de información general suele Ud. leer en un día laborable?<sup>1</sup>*

Uno

Dos

Tres o más

Ninguno

N.C.

TOTAL

**B.2) LECTURA PRENSA GENERAL FESTIVO/FIN DE SEMANA (P8A\_ Lectura de prensa de información general en un día festivo/fin de semana)**

*¿Cuántos periódicos de información general suele Ud. leer los fines de semana y festivos?<sup>2</sup>*

Uno

Dos

Tres o más

Ninguno

N.C.

TOTAL

---

<sup>1</sup> Es una pregunta que se aplica sólo a los que han contestado del 1 al 6 en la pregunta P5 (Y, concretamente, ¿podría decirme con qué frecuencia suele Ud. leer periódicos de información General?)

<sup>2</sup> Es una pregunta que se aplica sólo a los que han contestado del 1 al 6 en la pregunta P5 (Y, concretamente, ¿podría decirme con qué frecuencia suele Ud. leer periódicos de información General?)

**B.3) LECTURA PRENSA DEPORTIVA LABORABLE (P9\_ Lectura de prensa deportiva en un día laborable)**

*Por lo general, ¿cuántos periódicos deportivos suele Ud. leer en un día laborable?<sup>3</sup>*

Uno

Dos

Tres o más

Ninguno

N.C.

TOTAL

**B.4) LECTURA PRENSA ECONÓMICA LABORABLE (P10\_ Lectura de prensa económica en un día laborable)**

*Por lo general, ¿cuántos periódicos de información económica suele Ud. leer en un día laborable?<sup>4</sup>*

Uno

Dos

Tres o más

Ninguno

N.C.

TOTAL

---

<sup>3</sup> Es una pregunta que se aplica sólo a los que han contestado del 1 al 6 en la pregunta P6 (Y, concretamente, ¿podría decirme con qué frecuencia suele Ud. leer periódicos deportivos?)

<sup>4</sup> Es una pregunta que se aplica sólo a los que han contestado del 1 al 6 en la pregunta P6 (Y, concretamente, ¿podría decirme con qué frecuencia suele Ud. leer periódicos económicos?)

**B.5) SOPORTE PREFERIDO (P14C\_ Soporte preferido para leer la prensa: edición digital o papel)**

*En general, ¿qué tipo de soporte prefiere para leer la prensa?*<sup>5</sup>

Prefiero la prensa en papel

Prefiero el soporte digital para leer la prensa

En ambos soportes indistintamente (NO LEER)

N.C.

TOTAL

**B.6) IDIOMAS PREFERENCIA (P15A4\_ Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, Alemán)<sup>6</sup>**

**B.7) IDIOMAS PREFERENCIA (P15A6\_ Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, Inglés)**

Procede de P3, P5, P6, P7 Y P15. a todos excepto a los que nunca leen y a quienes leen algún tipo de prensa en otras lenguas además del castellano (todos excepto 5 en p3, todos excepto 7 en P5, P6 Y P7 y 1 en P15). P15\_ suele ud. leer diarios en otras lenguas además de en castellano?

<sup>5</sup> Es una pregunta que se aplica sólo a los que han contestado del 1 al 6 en la pregunta P14 (Como Ud. sabe, en los últimos años la mayoría de los periódicos pueden leerse en Internet. ¿Con qué frecuencia consulta las ediciones digitales de los periódicos?)

<sup>6</sup> Es una pregunta que se aplica sólo a los que han contestado del 1 en la pregunta P15 (¿Suele Ud. leer diarios en otras lenguas además de en castellano?)

**P15A\_Concretamente, ¿en cuál o cuáles? (RESPUESTA MÚLTIPLE). (REDONDEAR TODAS LAS QUE CITE EL ENTREVISTADO).**

Catalán // Gallego// Vasco // Francés // Italiano // Portugués // Otra lengua // Valenciano

Alemán\_P15A4

Inglés\_P15A6

### **Descripción de las variables.**

**Objetivo\_00:** Describir las variables investigadas e investigadoras

### **P28\_Tamaño del hogar.**

El número de personas medio en el hogar es de 4,79 personas. Para un intervalo de confianza al 99% oscila entre 4,15 personas y 5,42 personas.

Si eliminamos el 5% de las observaciones más altas y el 5% de las observaciones más bajas la media es ligeramente inferior, siendo de 3,17 personas por hogar.

Si ordenados todas las observaciones de mayor a menor, la observación que se sitúa en el centro de todas las observaciones (mediana) es 3 personas.

La variable no presenta una distribución simétrica. Es asimétrica, presentando una asimetría positiva que nos indica que tiene una cola derecha larga. Los datos se concentran más y presentan colas más largas que las de una distribución normal (la curtosis es positiva). Existe una desviación típica de 1,310 años (los datos están muy concentrados) y un rango de 10 personas.

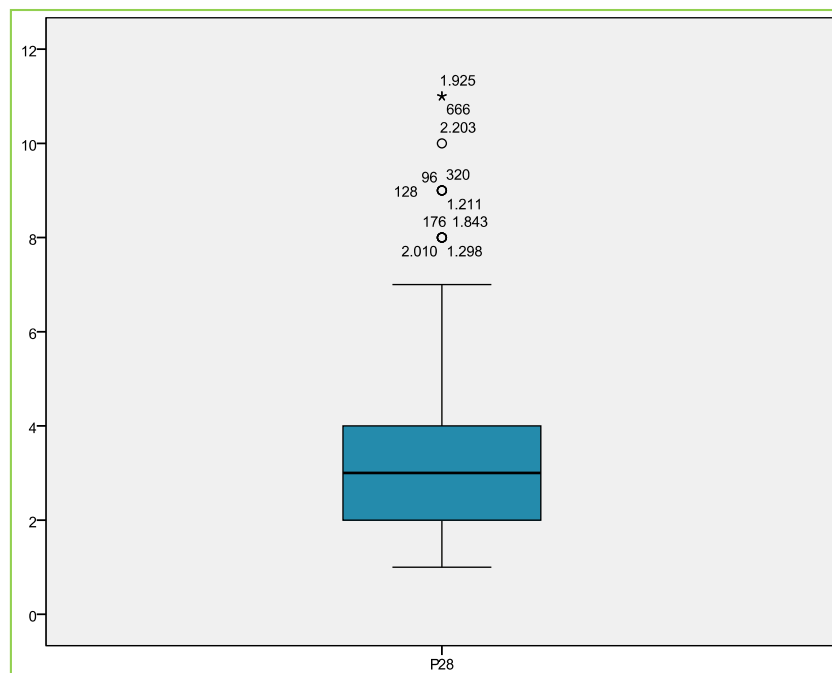
La diferencia entre el tercer cuartil (o percentil 75) y el primer cuartil (o percentil 25) y que representa el rango de valores que contiene a la mitad central de los datos (el 50%) es de 30.

En la Tabla 3 (página 39) se presentan los descriptivos de la variable tamaño del hogar y en la Figura 6 el diagrama de cajas (página 39).

**Tabla 3.** Descriptivos para la variable tamaño del hogar.

	Estadístico	Error típ.
Media	3,22	,246
Intervalo de confianza para la media al 99%	3,15	
Media recortada al 5%	3,28	
Mediana	3,00	
Varianza	1,717	
Desv. típ.	1,310	
Mínimo	1	
Máximo	11	
Rango	10	
Amplitud intercuartil	2	
Asimetría	,725	,049
Curtosis	1,578	,098

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

**Figura 6.** Diagrama de cajas para la variable tamaño del hogar.

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

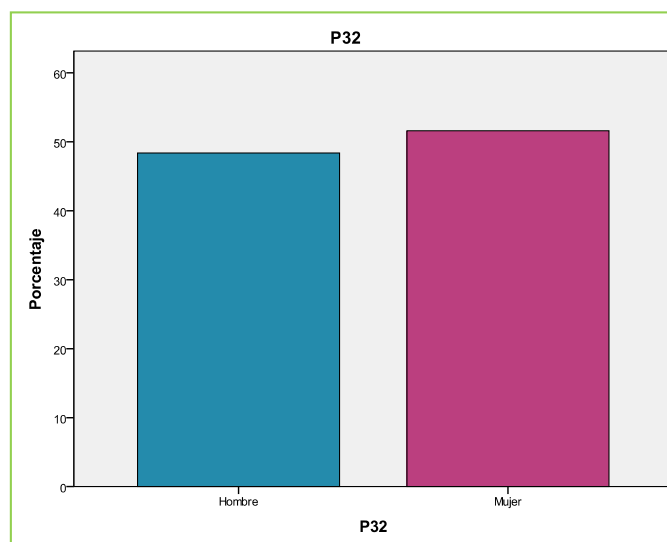
### P32\_Sexo del entrevistador.

Existe un reparto casi equitativo de la muestra en función del *sexo*, siendo ligeramente inferior la participación de hombres (48,4%) a mujeres (51,6%). Estos datos son muy similares a los datos del Padrón de 2013 (publicados el 31 de diciembre de 2013) quienes indican que el porcentaje de mujeres (50,78%) es superior al de hombres (49,78%) y son explicados por el tipo de muestreo (por cuotas de sexo y edad). En la Tabla 4 y Figura 7 se presenta la distribución de la muestra participante en función del sexo.

**Tabla 4.** Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función del sexo.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Hombre	1204	48,4
	Mujer	1284	51,6
	Total	2488	100,0

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]



**Figura 7.** Porcentaje de la muestra participante en función del sexo.

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

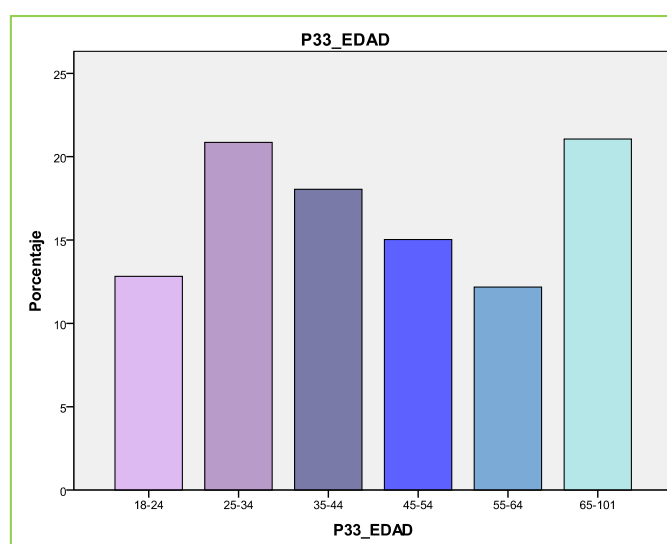
### P33\_ Edad del entrevistador.

En relación a la *edad* el 21,1% de las personas participantes tienen una edad igual o superior a los 65 años y casi idéntico porcentaje (20,9%) de las personas participantes tienen una edad que oscila entre los 25 y 34 años. Los datos confirman que en los estudios del CIS, la mayor parte de los participantes son jóvenes (desconocemos su situación laboral) y personas no activas (jubiladas). En la Tabla 5 y Figura 8 se presenta la distribución de la muestra participante en función de la edad.

**Tabla 5.** Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función de la edad.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	18-24	319	12,8
	25-34	519	20,9
	35-44	449	18,0
	45-54	374	15,0
	55-64	303	12,2
	65-101	524	21,1
	<b>Total</b>	2488	100,0

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS Nº2537 “Hábitos de lectura diarios”]



**Figura 8.** Porcentaje de la muestra participante en función de la edad.

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS Nº2537 “Hábitos de lectura diarios”]

La edad media de la muestra participantes es de 46,14 años. Para un intervalo de confianza al 99% oscila entre 45,19 años y 47,09 años.

Si eliminamos el 5% de las observaciones más altas y el 5% de las observaciones más bajas la media es ligeramente inferior, siendo de 45,67 años.

Si ordenados todas las observaciones de mayor a menor, la observación que se sitúa en el centro de todas las observaciones (mediana) es 44 años.

La variable no presenta una distribución simétrica. Es asimétrica, presentando una asimetría positiva que nos indica que tiene una cola derecha larga.

Los datos se concentran más y presentan colas más largas que las de una distribución normal (la curtosis es positiva).

Existe una desviación típica de 18,37 años y una amplitud (rango entre 18 – 95) de 77 años.

La diferencia entre el tercer cuartil (o percentil 75) y el primer cuartil (o percentil 25) y que representa el rango de valores que contiene a la mitad central de los datos (el 50%) es de 30.

En la Tabla 6 se presentan los descriptivos de la variable edad y en la Figura 9 el diagrama de tallo y hojas (ver página 15).

**Tabla 6.** Descriptivos de la variable edad.

		<b>Estadístico</b>	<b>Error típ.</b>
Media		46,14	,369
Intervalo de confianza para la media al 99%	Límite inferior	<b>45,19</b>	
	Límite superior	<b>47,09</b>	
Media recortada al 5%		45,67	
Mediana		44,00	
Varianza		338,079	
Desv. típ.		18,387	
Mínimo		18	
Máximo		95	
Rango		77	
Amplitud intercuartil		30	
Asimetría		<b>,338</b>	<b>,049</b>
Curtosis		<b>-,984</b>	<b>,098</b>

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]



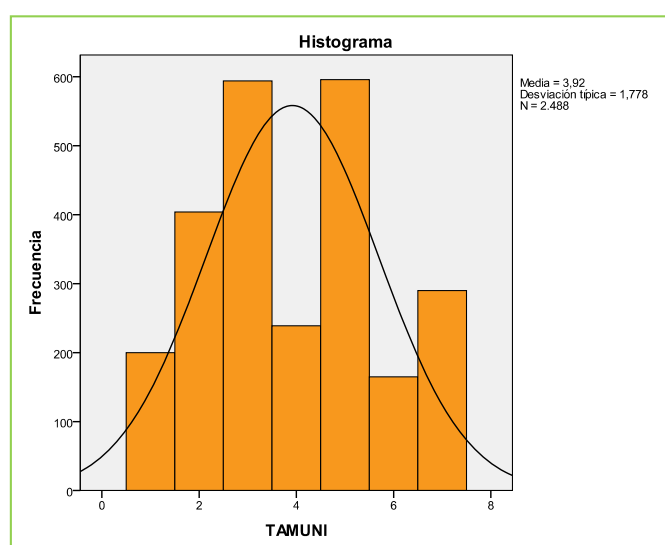
### Tamaño municipio.

En el análisis del tamaño del hábitat encontramos que el 24% de los participantes pertenecen a municipios o ciudades con 100.001 a 400.000 habitantes. Los datos confirman que cuanto mayor es el núcleo de poblaciones mayores son las probabilidades de acceso a los entrevistados, hasta un cierto límite. En núcleos con un número superior de habitantes (por encima de 400.000 habitantes) observamos que se reducen considerablemente, ya que al aumentar el número de viviendas también aumenta la probabilidad de que las viviendas estén vacías. En la Tabla 7 y Figura 10 se presenta la distribución de la muestra participante en función del tamaño del hábitat.

**Tabla 7.** Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función del tamaño del hábitat.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1_ Menos o igual a 2.000 habitantes	200	8,0
	2_2.001 a 10.000 habitantes	404	16,2
	3_10.001 a 50.000 habitantes	594	23,9
	4_50.001 a 100.000 habitantes	239	9,6
	5_100.001 a 400.000 habitantes	596	24,0
	6_400.001 a 1.000.000 habitantes	165	6,6
	7_ Más de 1.000.000 habitantes	290	11,7
<b>Total</b>		2488	100,0

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]



**Figura 10.** Porcentaje de la muestra participante en función en función del tamaño del hábitat.

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

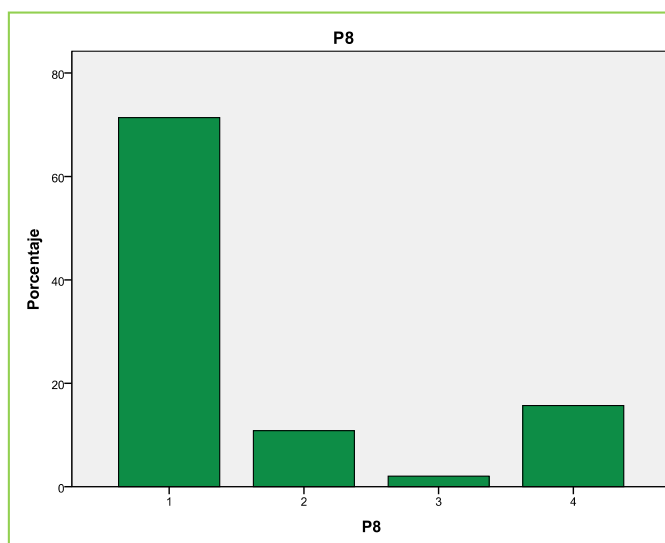
**P08\_ Lectura de prensa de información general en un día laborable.**

Los datos nos indican que el 71,4% de los participantes que leen un periodo general (con una frecuencia que oscila entre todos los días a los que leen con menor frecuencia), concretamente leen UNO los días laborables. En la Tabla 8 y Figura 11 se presenta la distribución de la muestra en función del número de periódicos de lectura de prensa de información general que leen en un día laborable.

**Tabla 8.** Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función del número de periódicos de lectura de prensa de información general que leen en un día laborable.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	<b>1_Uno</b>	<b>1282</b>	<b>58,5</b>	<b>71,4</b>
	<b>2_Dos</b>	195	8,9	10,9
	<b>3_Tres</b>	37	1,7	2,1
	<b>o más</b>			
	<b>4_Ninguno</b>	282	12,9	15,7
	<b>Total</b>	1796	82,0	100,0
Perdidos	0	387	17,7	
	9_NC	7	,3	
	Total	394	18,0	
<b>Total</b>		<b>2488</b>	<b>2190</b>	<b>100,0</b>

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]



**Figura 11.** Porcentaje de la muestra participante en función del número de periódicos de lectura de prensa de información general que leen en un día laborable.

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

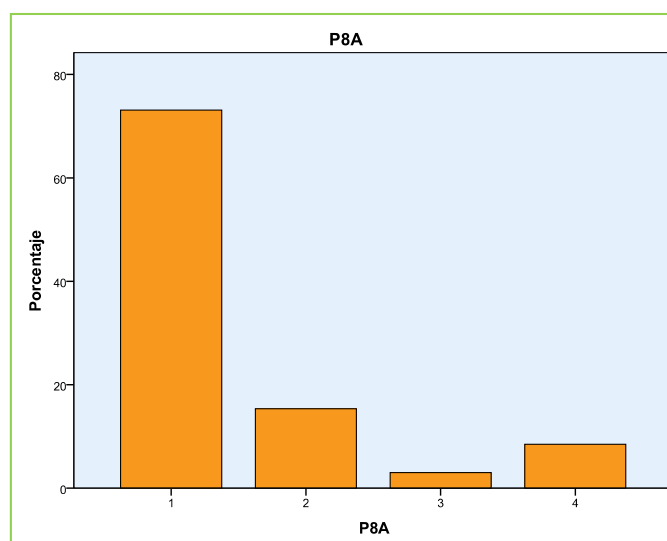
**P08A\_ Lectura de prensa de información general en un día festivo/fin de semana.**

Los datos nos indican que el 73,1% de los participantes que leen un periodo general, leen concretamente, UNO en los días festivos o fines de semana. En la Tabla 9 y Figura 12 se presenta la distribución de la muestra en función del número de periódicos de lectura de prensa de información general que leen en un día festivo/fin de semana.

**Tabla 9.** Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función de la lectura de prensa de información general en un día festivo/fin de semana.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	<b>1_Uno</b>	<b>1309</b>	<b>59,8</b>	<b>73,1</b>
	<b>2_Dos</b>	275	12,6	15,4
	<b>3_Tres</b>	54	2,5	3,0
	<b>o más</b>			
	<b>4_Ninguno</b>	152	6,9	8,5
	<b>Total</b>	1790	81,7	100,0
Perdidos	0	387	17,7	
	9_NC	13	,6	
	Total	400	18,3	
<b>Total</b>		<b>2488</b>	<b>2190</b>	<b>100,0</b>

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]



**Figura 12.** Porcentaje de la muestra participante en función la lectura de prensa de información general en un día festivo/fin de semana.

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

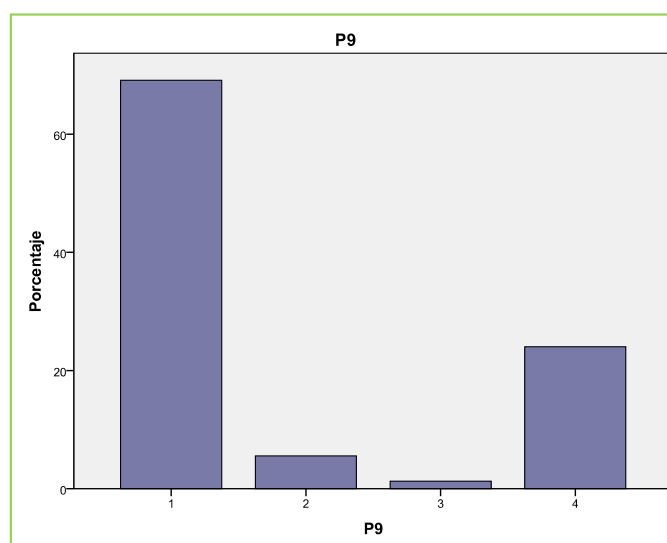
**P09\_ Lectura de prensa deportiva en un día laborable.**

Los datos nos indican que el 69,1% de los participantes que leen prensa deportiva, leen UN periódico deportivo los días laborales. En la Tabla 10 y Figura 13 se presenta la distribución de la muestra en función del número de periódicos de prensa deportiva en un día laborable.

**Tabla 10.** Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función de la lectura de prensa deportiva en un día laborable.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	<b>1_Uno</b>	<b>535</b>	<b>45,3</b>	<b>69,1</b>
	<b>2_Dos</b>	43	3,6	5,6
	<b>3_Tres o más</b>	10	,8	1,3
	<b>4_Ninguno</b>	186	15,7	24,0
	<b>Total</b>	774	65,5	100,0
Perdidos	0	387	32,8	
	9_NC	20	1,7	
	Total	407	34,5	
<b>Total</b>		<b>2488</b>	<b>1181</b>	<b>100,0</b>

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 "Hábitos de lectura diarios"]



**Figura 13.** Porcentaje de la muestra participante en función la lectura de prensa deportiva en un día laborable.

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 "Hábitos de lectura diarios"]

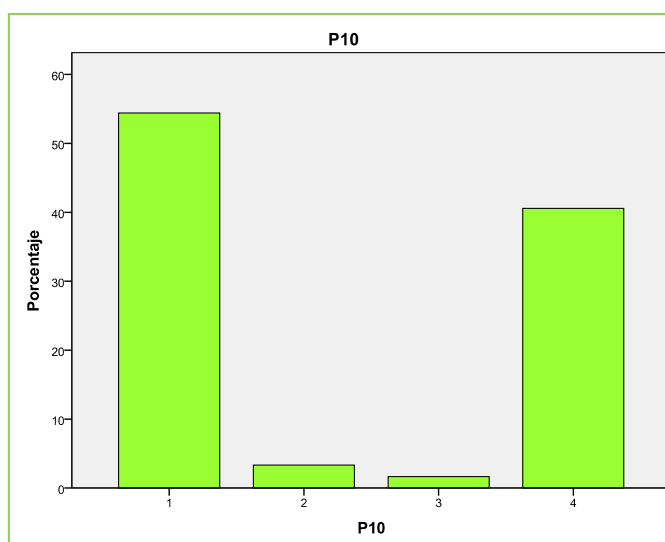
### P10\_ Lectura de prensa económica en un día laborable.

Los datos nos indican que el 54,4% de los participantes que leen un periodo de temática económica. Leen concretamente UNO en un día laboral. En la Tabla 11 y Figura 14 se presenta la distribución de la muestra en función del número de periódicos de prensa deportiva en un día laborable.

**Tabla 11.** Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función de la lectura de prensa económica en un día laborable.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	<b>1_Uno</b>	<b>228</b>	<b>27,3</b>	<b>54,4</b>
	<b>2_Dos</b>	14	1,7	3,3
	<b>3_Tres o más</b>	7	,8	1,7
	<b>4_Ninguno</b>	170	20,4	40,6
	<b>Total</b>	419	50,2	100,0
Perdidos	0	387	46,4	
	9_NC	28	3,4	
	Total	415	49,8	
<b>Total</b>		<b>2488</b>	<b>834</b>	<b>100,0</b>

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]



**Figura 14.** Porcentaje de la muestra participante en función la lectura de prensa económica en un día laborable.

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

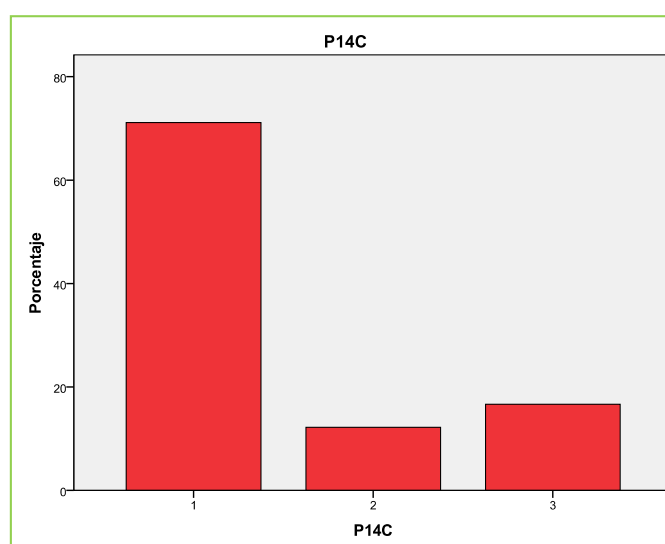
### 14C\_ Soporte preferido para leer la prensa: edición digital o papel.

Los datos en relación a la preferencia del soporte son bastante contundentes y nos indican que el 71,1% de las personas que leen prensa - con una frecuencia que oscila de todos los días a una menor frecuencia - prefieren la prensa en soporte papel al soporte digital, siendo preferido por el 12,2% de los entrevistados el soporte digital. En la Tabla 12 y Figura 15 se presenta la distribución de la muestra en función del soporte preferido para la lectura de la prensa.

**Tabla 12.** Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función del soporte preferido para la lectura de la prensa: edición digital o papel.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
<b>Válidos</b>	<b>1_Prefiero la prensa en papel</b>	<b>175</b>	<b>19,6</b>	<b>71,1</b>
	<b>2_Prefiero el soporte digital para leer la prensa</b>	30	3,4	12,2
	<b>3_Leo la prensa digital y papel indistintamente</b>	41	4,6	16,7
	<b>Total</b>	246	27,5	100,0
<b>Perdidos</b>	0	636	71,1	
	9_NC	13	1,5	
	<b>Total</b>	649	72,5	
<b>Total</b>		<b>895</b>	<b>100,0</b>	

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]



**Figura 15.** Porcentaje de la muestra participante en función del soporte preferido para la lectura de la prensa: edición digital o papel.

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

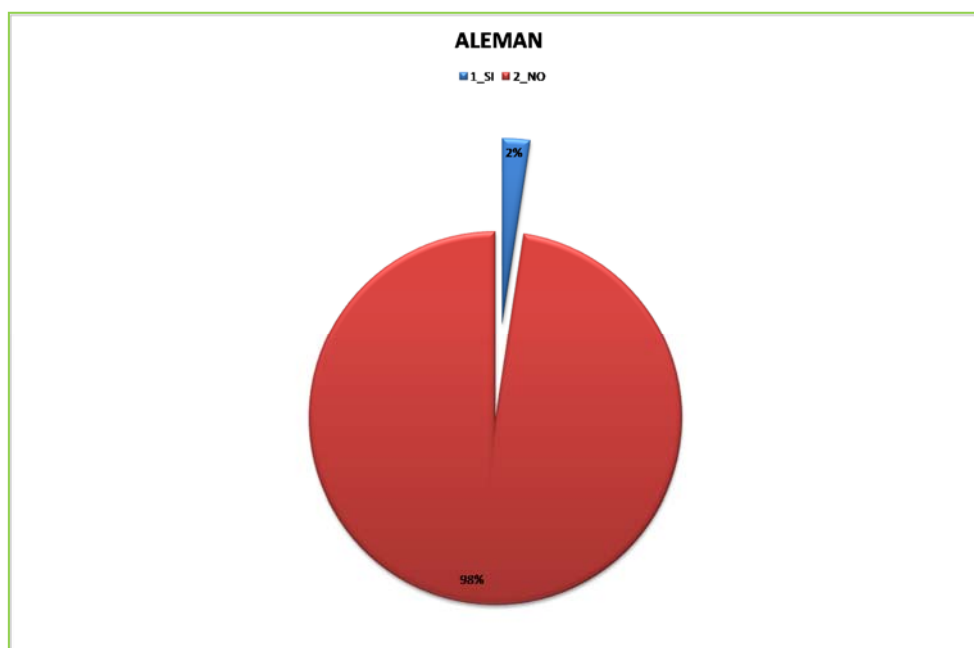
**P15A\_ Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, Alemán.**

Los datos nos indican que de las personas que leen diarios en otras lenguas además del castellano, el 2,4% leen, además, en alemán. En la Tabla 13 y Figura 16 se presenta la distribución de la muestra en función de los idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, alemán.

**Tabla 13.** Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función de los idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, Alemán.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	<b>1_SI</b>	<b>10</b>	<b>2,4</b>	100,0	100,0
<b>Perdidos</b>	Sistema (NO)	399	97,6		
<b>Total</b>		<b>409</b>	<b>100,0</b>		

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]



**Figura 16.** Porcentaje de la muestra participante en función de los idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, Alemán.

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

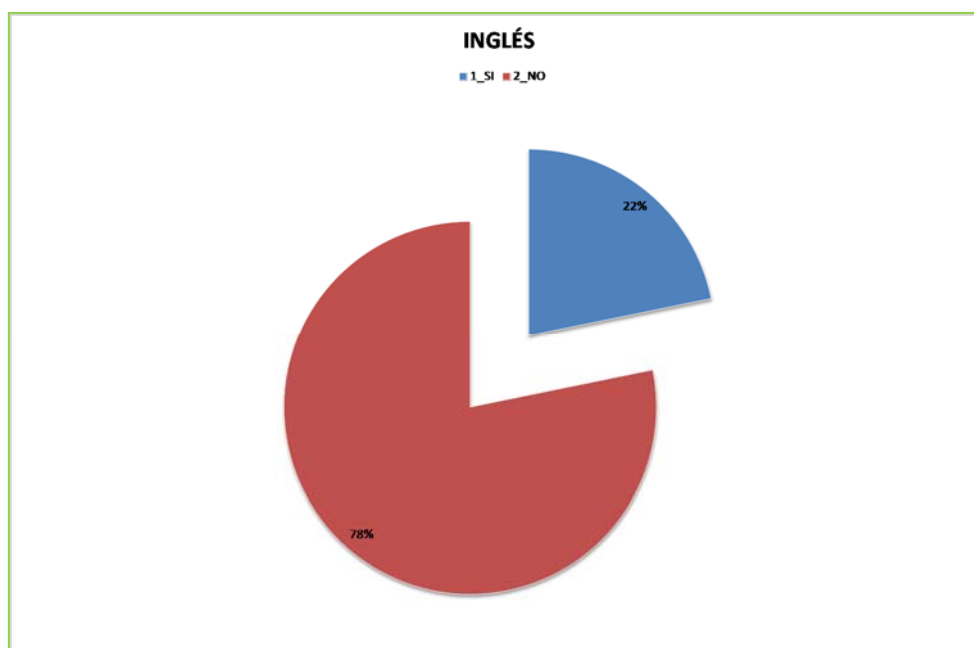
**P15A6\_Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, Inglés.**

Los datos nos muestran que de las personas que leen diarios en otras lenguas además del castellano, el 21,8% leen, además, en inglés. En la Tabla 14 y Figura 17 se presenta la distribución de la muestra en función de los idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, inglés.

**Tabla 14.** Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función de los idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, Inglés.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	1_SI	89	21,8	100,0
Perdidos	Sistema (NO)	320	78,2	
<b>Total</b>		<b>409</b>	<b>100,0</b>	

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]



**Figura 17.** Porcentaje de la muestra participante en función de los idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, Inglés.

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

## Análisis de datos

### Cálculo de intervalos de confianza para la media muestral.

**Objetivo\_01:** Calcular el intervalo de confianza para la media muestral de la variable *“Soporte preferido para leer la prensa”* en función del sexo.

### Preguntas utilizadas:

**P14C\_Soporte preferido para leer la prensa: edición digital o papel.**

**P32\_Sexo del entrevistado.**

Para la variable *“Soporte preferido para leer la prensa”* para (ver Tabla 15):

- En hombres, el intervalo de confianza del 99% está entre el límite inferior de 1,32 y el superior de 1,64.
- En mujeres, el intervalo de confianza del 99% está entre el límite inferior de 1,19 y el superior de 1,62.

Con estos datos podemos observar que no hay diferencias para este intervalo de confianza en relación al soporte preferido para leer la prensa, en función del sexo.

Los datos de la asimetría nos indican que la muestra para la distribución no es simétrica ni para los hombres ni para las mujeres. La asimetría positiva nos indica que tiene una cola derecha larga. Los datos se concentran más y presentan colas más largas que las de una distribución normal (la curtosis es positiva para los hombres). En el caso de las mujeres la curtosis es positiva, lo que nos indica que las observaciones se agrupan menos y presentan colas más cortas.

**Tabla 15.** Descriptivos de la variable “Soporte preferido para leer la prensa” en función del sexo.

Sexo			Estadísti- co	Error típ.		
Soporte preferido para leer la prensa	Hombre	<b>Media</b>	<b>1,48</b>	,061		
		<b>Intervalo de confianza para la media al 99%</b>	<b>Límite inferior</b>	<b>1,32</b>		
			<b>Límite superior</b>	<b>1,64</b>		
		Media recortada al 5%		1,42		
		Mediana		1,00		
		Varianza		,582		
		Desv. típ.		,763		
		Mínimo		1		
		Máximo		3		
		Rango		2		
		Amplitud intercuartil		1		
		<b>Asimetría</b>		<b>1,197</b>	<b>,193</b>	
		<b>Curtosis</b>		<b>-,211</b>	<b>,384</b>	
		Mujer		<b>Media</b>	<b>1,41</b>	,082
				<b>Intervalo de confianza para la media al 99%</b>	<b>Límite inferior</b>	<b>1,19</b>
	<b>Límite superior</b>			<b>1,62</b>		
Media recortada al 5%				1,34		
Mediana				1,00		
Varianza				,589		
Desv. típ.				,768		
Mínimo				1		
Máximo				3		
Rango				2		
Amplitud intercuartil				0		
<b>Asimetría</b>				<b>1,483</b>	<b>,257</b>	
<b>Curtosis</b>				<b>,393</b>	<b>,508</b>	

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

### Cálculo intervalos de confianza para proporciones.

**Objetivo\_02:** Calcular los intervalos de confianza para la variable “Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, en concreto, Ingles”.

**Objetivo\_03:** Calcular los intervalos de confianza para la variable “Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, en concreto, Alemán”.

### Preguntas utilizada:

**P15A06\_**Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, en concreto, ingles y alemán.

### Opción (06): Ingles

El 21,8% de la muestra prefieren el ingles para la lectura de prensa, además del castellano (ver Tabla 16).

**Tabla 16.** Distribución de frecuencias de la variable “Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, en concreto, Ingles”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	1_SI	89	21,8	100,0
Perdidos	Sistema	320	78,2	
<b>Total</b>		<b>409</b>	<b>100,0</b>	

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

Los datos nos indican que entre el 20,91% - 22,69% de la muestra prefiere el ingles para la lectura de prensa (ver Tabla 17 en página 54).

**Tabla 17.** Cálculo de la E.T. de la media de la variable “Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, en concreto, Ingles”.

p	q	p*q	p*q/n	raíz (p*q/n)
21,8	78,2	1704,76	0,786328413	0,88675161

**E.T. de la media= 0,89**

Intervalo de confianza oscila entre: [20,91-22,69]

Límite superior: 22,69

Límite inferior: 20,91

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS Nº2537 “Hábitos de lectura diarios”]

### Opción (04): Alemán

El 2,4 % de la muestra prefieren el alemán para la lectura de prensa, además del castellano (ver Tabla 18).

**Tabla 18.** Distribución de frecuencias de la variable “Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, en concreto, Alemán”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1_SI	10	2,4	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	399	97,6		
<b>Total</b>		<b>409</b>	<b>100,0</b>		

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS Nº2537 “Hábitos de lectura diarios”]

Los datos nos indican que entre el 2,07% y el 2,73% de la muestra prefiere el Alemán para la lectura de prensa (ver Tabla 19).

**Tabla 19.** Cálculo de la E.T. de la media de la variable “Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, en concreto, Alemán”.

p	q	p*q	p*q/n	raíz (p*q/n)
2,4	97,6	234,24	0,112130206	0,33485849

**E.T. de la media= 0,33**

Intervalo de confianza oscila entre [2,07-2,73]

Límite superior: 2,73

Límite inferior: 2,07

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS Nº2537 “Hábitos de lectura diarios”]

**Comparar la media de una muestra con la media de una población.**

**Objetivo\_04:** Comparar la media de una muestra con la media de la población para la variable “Soporte preferido para leer la prensa: edición digital o papel”.

**Pregunta utilizada:**

**P14C\_** Soporte preferido para leer la prensa: edición digital o papel.

**Paso 1\_ Comprobación de los supuestos de normalidad: asimetría y curtosis.**

Comprobación de los supuestos de normalidad a través de la asimetría y curtosis. Los datos nos indican que para esta variable la muestra no es simétrica y tiene una cola derecha larga (asimetría positiva). Al presentar una curtosis negativa nos indica que las observaciones se agrupan menos y presentan colas más cortas (ver Tabla 20).

**Tabla 20.** Estadísticos para comprobar los supuestos de normalidad.

<b>N</b>	<b>Válidos</b>	246
	<b>Perdidos</b>	649
<b>Asimetría</b>		1,287
Error típ. de asimetría		,155
<b>Curtosis</b>		-,046
Error típ. de curtosis		1,287

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

### Paso 2\_ Aplicación de la t de student para una muestra (paramétrica).

Los datos de la prueba paramétrica (t de student para una muestra) (Tabla 21) nos indican que aceptamos la hipótesis nula, es decir, que no existen diferencias estadísticamente significativas entre la media muestral y la media poblacional, en relación al *Soporte preferido para leer la prensa: edición digital o papel.*

**Tabla 21.** Prueba para una muestra (paramétrica).

	Valor de prueba = 1.5					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	99% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
<b>Soporte preferido para leer la prensa</b>	-,918	245	<b>,360</b>	-,045	-,14	,05

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 "Hábitos de lectura diarios"]

### Paso 3\_ Aplicación de la t de student para una muestra (no paramétrica).

Los datos de la prueba paramétrica no paramétrica (ver Tabla 22) nos indican que aceptamos la hipótesis alternativa, es decir que existen diferencias estadísticamente significativas entre la media muestral y la media poblacional en relación al *Soporte preferido para leer la prensa: edición digital o papel.*

**Tabla 22.** Prueba para una muestra (no paramétrica).

<b>31</b>	Las categorías de P14C se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
-----------	--	---------------------------------------	------	-----------------------------

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 "Hábitos de lectura diarios"]

Los resultados obtenidos en la prueba paramétrica y no paramétrica son opuestos. Al tratarse de una variable que no es normal, optaremos por asumir los resultados obtenidos con la prueba para una muestra no paramétrica, que nos indica la existencia de diferencias significativas entre la media de la muestra y la media de la población.

Comparar la media de dos muestras (relacionadas y sin relacionar).

#### A\_ Comparar media de dos muestras no relacionadas.

**Objetivo\_05:** Comparar la preferencia del soporte preferido para leer la prensa<sup>7</sup> en función del sexo.

#### Preguntas utilizadas:

**P14C\_** Soporte preferido para leer la prensa: edición digital o papel

**P32\_** Sexo del entrevistado

#### Paso 1\_ Comprobación de los supuestos de normalidad: asimetría y curtosis.

Los datos nos indican que para la variable P14C (Soporte preferido para leer la prensa: edición digital o papel) la muestra no es simétrica. La asimetría positiva nos indica que tiene una cola derecha larga. Al presentar una curtosis negativa nos indica que las observaciones se agrupan menos y presentan colas más cortas (ver Tabla 21).

Para la variable P32 (Sexo del entrevistado) la muestra no es simétrica. La asimetría negativa nos indica que tiene una cola izquierda larga. Los datos de la curtosis negativa nos indican que los datos se agrupan menos y presentan colas más cortas que las de una distribución normal (ver Tabla 23).

**Tabla 23.** Supuestos de normalidad (asimetría y curtosis).

		<b>Soporte preferido para leer la prensa</b>	<b>Sexo</b>
<b>N</b>	<b>Válidos</b>	246	2488
	<b>Perdidos</b>	649	0
<b>Asimetría</b>		<b>1,287</b>	<b>-,064</b>
<b>Error típ. de asimetría</b>		,155	,049
<b>Curtosis</b>		<b>-,046</b>	<b>-1,997</b>
<b>Error típ. de curtosis</b>		1,287	,098

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

<sup>7</sup> La variable “Soporte preferido para leer la prensa: edición digital o papel” no es una variable de escala (es nominal), aunque la hemos considerado como una variable escala para poder realizar el análisis estadístico.

### Paso 2\_ Comprobación de la homogeneidad de varianzas: Prueba de Levene.

Las diferencias entre las varianzas no son significativas, por ello aceptamos la hipótesis nula, considerando las varianzas iguales (ver Tabla 24).

**Tabla 24.** Prueba de Levene para la igualdad de varianzas.

		F	Sig.
<b>Soporte preferido para leer la prensa</b>	Se han asumido varianzas iguales	1,544	,215
	No se han asumido varianzas iguales		

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

### Paso 3\_ Aplicación de la prueba t de student para muestras independientes (paramétrica).

Las puntuaciones medias nos indican una ligera desviación, existiendo una tendencia mayor de las mujeres hacía el soporte digital que los hombres (ver Tabla 25).

Los datos de la prueba t de student para muestras independientes nos indican que no existen diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres en relación al soporte preferido para leer la prensa (ver Tabla 26 en página 59).

**Tabla 25.** Estadísticos de grupo.

	Sexo	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
<b>Soporte preferido para leer la prensa</b>	<b>Hombre</b>	165	1,80	1,694	,132
	<b>Mujer</b>	94	1,89	2,008	,207

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

**Tabla 26.** Prueba t para muestras independientes.

Prueba T para la igualdad de medias									
		t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	99% Intervalo de confianza para la diferencia		
							Inferior	Superior	
<b>Soporte preferido para leer la prensa</b>	Se han asumido varianzas iguales	-	257	,690	-,094	,234	-,702	,515	
	No se han asumido varianzas iguales	-,39	9						
	Se han asumido varianzas iguales	-	168,015	,703	-,094	,246	-,733	,546	
	No se han asumido varianzas iguales	-,38	5						

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

#### Paso 4\_ Aplicación de la prueba t de student para muestras independientes (no paramétrica).

Si optamos por la prueba homóloga no paramétrica, los datos apuntan en la misma dirección, que los obtenidos con la prueba paramétrica, aceptando la hipótesis nula, pudiendo afirmar que no existen diferencias estadísticamente significativas en función del sexo en relación a soporte preferido para leer la prensa (ver Tabla 27).

**Tabla 27.** Prueba de muestras independientes no paramétrica.

Resumen de prueba de hipótesis			
	Hipótesis nula	Test	Sig. Decisión
1	La distribución de escala es la misma entre las categorías de P32.	Prueba U de Mann-Whitney de muestras independientes	,570 Retener la hipótesis nula.
Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es .05.			

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

## B\_ Comparar media de dos muestras relacionadas.

**Objetivo\_06:** Comparar la media de lectura de prensa de información general en un día laborable con un día festivo/fin de semana<sup>8</sup>.

### Preguntas utilizadas:

**P08\_**Lectura de prensa de información general en un día laborable.

**P08A\_**Lectura de prensa de información general en un día festivo/fin de semana.

### Paso 1\_ Comprobación de los supuestos de normalidad: asimetría y curtosis.

Los datos nos indican que para la variable P8 (Lectura de prensa de información general en un día laborable) y P8A (Lectura de prensa de información general en un día festivo/fin de semana) la muestra no es simétrica. La asimetría positiva nos indica que tiene una cola derecha larga. Los datos se concentran más y presentan colas más largas que las de una distribución normal (la curtosis es positiva) (ver Tabla 28).

**Tabla 28.** Supuestos de normalidad (asimetría y curtosis).

		Laborables	Fines de semana y festivos
<b>N</b>	<b>Válidos</b>	1796	1790
	<b>Perdidos</b>	394	400
<b>Asimetría</b>		<b>1,491</b>	<b>1,936</b>
Error típ. de asimetría		,058	,058
<b>Curtosis</b>		<b>,515</b>	<b>2,528</b>
Error típ. de curtosis		,115	,116

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 "Hábitos de lectura diarios"]

<sup>8</sup> La variable "Lectura de prensa de información general en un día laborable" y "Lectura de prensa de información general en un día festivo/fin de semana" no es una variable de escala (es ordinal), aunque la hemos considerado como una variable escala para poder realizar el análisis estadístico.

## Paso 2\_ Aplicación de la prueba t de student para muestras relacionadas (paramétrica).

Las puntuaciones medias nos indican una desviación en la lectura de prensa entre los días laborables y los fines de semana y festivos. Según los datos disponibles se lee más prensa los días laborables que los fines de semana y festivos (ver Tabla 29).

**Tabla 29.** Estadísticos de muestras relacionadas.

	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Laborables	1,62	1789	1,104	,026
Fines de semana y festivos	1,47	1789	,905	,021

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS Nº2537 “Hábitos de lectura diarios”]

Los datos de la prueba *t de student para muestras relacionadas* nos indican que existen diferencias estadísticamente significativas en la lectura de la prensa en función de los días de la semana (laborables – festivos) (ver Tabla 30).

**Tabla 30.** Prueba de muestras relacionadas.

	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	99% Intervalo de confianza para la diferencia Inferior	Superior			
Laborables versus Fines de semana y festivos	,152	1,460	,035	,063	,241	4,405	1788	,000

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS Nº2537 “Hábitos de lectura diarios”]

### Paso 3\_ Aplicación de la prueba t de student para muestras relacionadas (no paramétrica).

Si optamos por la prueba homóloga no paramétrica, los datos apuntan en la misma dirección, que los obtenidos con la prueba paramétrica, aceptando la hipótesis alternativa, es decir, existen diferencias significativas en la lectura de la prensa en función de los días de la semana, siendo la media de lectura superior en los días laborables (ver Tabla 31).

**Tabla 31.** Estadísticos de contraste no paramétricos de muestras relacionadas.

	<b>Laborables versus Fines de semana y festivos</b>
Z	-5,045 <sup>a</sup>
<b>Sig. asintót. (bilateral)</b>	,000
a. Basado en los rangos positivos.	
b. Prueba de los rangos con signo de Wilcoxon	

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

### Comparar las proporciones de dos variables categóricas.

**Objetivo\_07:** Comparar la proporción de lectura de prensa económica y deportiva en días laborables.

#### Preguntas utilizadas:

**P09\_** Lectura de prensa deportiva en un día laborable.

**P10\_** Lectura de prensa económica en un día laborable.

En la Tabla 32 se presenta la distribución de la lectura de prensa económica y deportiva en días laborables. El 65,7% de los lectores que leen un periódico de prensa deportiva leen también un periódico de prensa económica. El 79,5% de los que no leen prensa deportiva tampoco leen prensa económica.

**Tabla 32.** Tabla de contingencia: Lectura de prensa deportiva en un día laborable \* Lectura de prensa económica en un día laborable.

P09_ Lectura de prensa deportiva en un día laborable		P10_ Lectura de prensa económica en un día laborable				Total	
		Uno	Dos	Tres o más	Ninguno		
Uno	Recuento	119	4	3	55	181	
	% dentro de P9	65,7%	2,2%	1,7%	30,4%	100,0%	
Dos	Recuento	3	6	2	5	16	
	% dentro de P9	18,8%	37,5%	12,5%	31,3%	100,0%	
Tres o más	Recuento	3	0	0	3	6	
	% dentro de P9	50,0%	,0%	,0%	50,0%	100,0%	
Ninguno	Recuento	15	2	0	66	83	
	% dentro de P9	18,1%	2,4%	,0%	79,5%	100,0%	
Total		Recuento	140	12	5	129	286
		% dentro de P9	49,0%	4,2%	1,7%	45,1%	100,0%

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 "Hábitos de lectura diarios"]

Los datos de Chi – cuadrado indican que existen una relación estadísticamente significativa entre la lectura de la prensa deportiva y la lectura de la prensa económica en días laborables (ver Tabla 33).

**Tabla 33.** Pruebas de chi-cuadrado.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	117,802 <sup>a</sup>	9	,000
<b>Razón de verosimilitudes</b>	89,508	9	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	55,065	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	286		

a. 9 casillas (56,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,10.

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

### Correlación entre variables.

**Objetivo\_08:** Analizar la relación entre el grado de lectura en España y el tamaño de hábitat.

### Preguntas utilizadas:

**P01\_** Grado de lectura en España.

Tamaño del municipio.

### Análisis de correlación

Los datos nos indican que no hay correlación entre el grado de lectura y el tamaño del hábitat, ya que el coeficiente es próximo a cero; Al ser el coeficiente positivo, se establece una asociación directa entre ambas variables; y, al no ser significativa, puede ser atribuida al azar. En la Tabla 34 se presenta el coeficiente de correlación para variables ordinales.

**Tabla 34.** Correlación bivariada de Tau\_b de Kendall y Rho de Spearman entre el grado de lectura en España y el tamaño del municipio.

			<b>Grado de lectura en España</b>	<b>Tamaño municipio</b>
<b>Tau_b de Kendall</b>	<b>Grado de lectura en España</b>	Coeficiente de correlación	1,000	,023
		Sig. (bilateral)	.	,174
		N	2488	2488
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Grado de lectura en España</b>	Coeficiente de correlación	1,000	,027
		Sig. (bilateral)	.	,172
		<b>N</b>	<b>2488</b>	<b>2488</b>

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 “Hábitos de lectura diarios”]

**Objetivo\_09:** Analizar la relación entre la edad del entrevistado y el tamaño del hogar.

**Preguntas utilizadas:**

**P28\_** Tamaño del hogar.

**P33\_** Edad del entrevistador.

**Análisis de correlación**

Los datos nos indican que hay una correlación muy débil entre la edad y el tamaño del hogar; Al ser el coeficiente negativo, se establece una asociación inversa, es decir, a mayor edad menor número de personas en el hogar; y, es una asociación estadísticamente significativa, no pudiendo ser atribuida al azar. En la Tabla 35 se presenta el coeficiente de correlación para variables cuantitativas. Desconocemos si estas variables presentan una relación lineal, lo cual es una condición necesaria para poder aplicar este estadístico.

**Tabla 35.** Correlación bivariada de Pearson entre la edad y el tamaño del hogar.

		<b>Edad</b>	<b>Tamaño del hogar</b>
<b>Edad</b>	Correlación de Pearson	1	-,380**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	2487	2446

**\*\*La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).**

[Fuente: Elaboración propia a partir del estudio del CIS N°2537 "Hábitos de lectura diarios"]

## Resumen de conclusiones

Seguidamente exponemos algunas de las conclusiones especialmente relevantes de los análisis realizados en páginas previas, que nos permite aventurar posibles hipótesis de trabajo para desarrollar en el trabajo del módulo II del curso:

- En el estudio desarrollado por el CIS, se confirma que los participantes son mayoritariamente mujeres, jóvenes que se desconoce su situación laboral y personas con edad superior a 65 años, que suele coincidir con personas inactivas. Una de las críticas de los estudios que se realizan a los estudios del CIS es la tendencia ser desarrolladas con un porcentaje elevado de personas inactivas (parados o jubilados).
- Respecto al tamaño del hábitat también se confirma que a medida que aumenta el tamaño del hábitat se reduce la participación. Sería necesario contrastar estos resultados con el tipo de barrio (ver resultados obtenidos por Trujillo y Gutiérrez, 2006). Así, por ejemplo, a mayor nivel socioeconómico del barrio aumenta la dificultad para realizar la entrevista, por la dificultad de acceso y, por consiguiente se reduce la participación.
- En relación a la lectura de prensa general cuando se compara entre *días laborables* y *días festivos*, observamos que existen diferencias significativas, leyendo menos los fines de semana o días festivos. Es paradójico que a mayor tiempo libre menos lectura, lo cual puede ser explicado por: el precio de los periódicos en fines de semana en comparación con los días laborables que con los suplementos se incrementa el precio, bien porque durante los días laborables se lee los periódicos que pueden estar disponibles en los centros de trabajo, en bibliotecas... o bien porque durante los días laborales se leen los periódicos gratuitos que no se distribuyen durante los fines de semana o festivo.
- Cuando se analiza la *temática de la prensa*, en concreto, la lectura de prensa deportiva y económica, los datos indican una asociación estadísticamente

significativa entre ambas variables, es decir, los lectores de prensa deportiva también, son lectores de prensa económica. Sería interesante conocer si existe una relación entre el nivel socioeconómico, ocupación (activos o inactivos) y el nivel educativo y ser lectores de prensa de diversas temáticas.

- Respecto al *tipo de soporte*, aunque existe una gran variabilidad de dispositivos electrónicos, un porcentaje importante de los entrevistados siguen prefiriendo el soporte papel. Se desconoce los motivos de esta preferencia y sería necesario profundizar en los mismos.
- Cuando se analizan las *preferencias del soporte* digital versus papel en función del sexo, no se observan diferencias en función del sexo. Sería interesante conocer la influencia del nivel socioeconómico sobre estas dos variables, ya los datos del INE en relación a la última Encuesta de Población Activa (octubre, 2013) indican que la tasa de mujeres que trabajan es inferior a la de hombres y es probable que el nivel socioeconómico de las mujeres sea inferior al de los hombres. El nivel socioeconómico es previsible que este asociado con la mayor probabilidad de acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en general, y a la lectura digital, en particular.
- En relación a los *idiomas*, un porcentaje muy reducido lee el periodo además de en castellano en inglés y un porcentaje, aún, más reducido en alemán. Sería interesante relacionar estos datos con el nivel educativo y compararlos con países de nuestro entorno.
- Respecto al número de *personas que integran los hogares* éstos disminuyen a medida que aumenta la *edad del entrevistador*. No obstante, los medios nos indican que en estos momentos debido a la situación económica, son las personas de mayor edad inactivas (jubiladas) las que acogen a los hijos, cónyuges y nietos, por ello, es posible que en este rango de edad, no se cumpla esta asociación inversa.

- Finalmente, señalar que no existe relación entre el *tamaño del hábitat de las ciudades* y el *grado de lectura*, lo cual nos indica que el acceso a la cultura no viene condicionado por la ciudad en la que se vive. Sería necesario comparar estos datos con los hábitos de lectura digital. Actualmente, son varios los estudios que apuntan a que las nuevas tecnologías contribuyen a la “brecha digital”, sería necesario estudiar la asociación entre el tamaño del hábitat y el acceso a la lectura digital, que va íntimamente ligado al acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

### **III. CUESTIONARIO: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.**

Entre las técnicas más utilizadas para obtener la información encontramos el cuestionario, la entrevista y la observación, a las que pueden añadirse otras técnicas más usuales que aportan los datos de interés como son los indicadores sociales, obtenidos al analizar los procesos grupales, mediante técnicas de carácter predictivo (Castellano, 1995).

#### **Cuestionario.**

Para Álvarez et al. (1991a) el cuestionario es la técnica más usual en la evaluación de necesidades, dado que proporciona datos críticos y útiles siempre que la secuencia de aplicación sea correcta. Bugada (1974) también apunta en esta dirección cuando afirma que “a pesar de los progresos de la técnica de investigación, el cuestionario siguen siendo hoy por hoy el instrumento de investigación sociológico de uso más universal” (pp. 80).

El cuestionario es una técnica que permite conocer lo que hacen, opinan o piensan los encuestados mediante preguntas realizadas por escrito y que pueden ser respondidas sin la presencia del encuestador (ver Martínez, 2002).

#### **Proceso de diseño.**

Cohen y Manion (1986), por su parte, consideran para diseñar un cuestionario los siguientes elementos: propósito, población y recursos.

### **Población a la que va dirigido.**

Es necesario delimitar la población objeto de estudio. Si la población es pequeña y de fácil acceso se puede aplicar el cuestionario a toda la población. Si por el contrario, los recursos y la importancia de los resultados lo justifica, se puede acceder a toda la población, aunque no es lo habitual. En caso contrario, es necesario extraer una muestra representativa de la población con diferentes técnicas de muestreo.

### **Fases en la elaboración.**

Para elaborar un cuestionario hay que tener presente cuál es su objetivo y su finalidad, que las preguntas formuladas sean representativas del constructo que evalúa y comprensibles...(evitando ambigüedades o dobles interpretaciones, por ejemplo) (Cohen y Manion, 1986).

Según la función de la pregunta, Cabrera y Espín (1986:238) distinguen los siguientes tipos: (i) Preguntas filtro: anteceden a otra pregunta con la finalidad de seleccionar a los sujetos que deben contestarla. (ii) Preguntas de sinceridad y de consistencia: son un conjunto de preguntas referidas a un mismo aspecto, aunque con diferentes formulaciones, cuyas respuestas deben ser coherentes entre sí. (iii) De introducción o rompehielos: su finalidad es interesar y motivar al que contesta o cambiar de tema dentro del cuestionario. (iv) Preguntas amortiguadoras: abordan temas delicados y difíciles de tratar mitigando su brusquedad. Y (v) Preguntas batería: se refieren a la misma temática y en su conjunto abordan una cuestión desde distintos ángulos complementarios.

Una vez elaboradas las preguntas del cuestionario es conveniente revisar su formulación, en concreto, su redacción y la ubicación de las mismas en el propio cuestionario.

Una alternativa más global para llevar a cabo la revisión de un cuestionario puede ser la propuesta de Whippel (1986), que una vez adaptada reproducimos (Rincón *et al.*,

1995). La evaluación del cuestionario debe hacerla el autor, y si es posible, lo someterá a la valoración de expertos.

Una vez revisadas las preguntas una tercera fase consiste en diseñar la estructura del cuestionario. Esta debe caracterizarse por ser:

- i) El diseño debe ser claro y sencillo.
- ii) Es bueno introducir preguntas que despierten el interés de los encuestados. Las cuestiones más complejas e importantes deben situarse en la parte central. En cambio, se dejarán para el final preguntas interesantes y sencillas que faciliten su respuesta.
- iii) Presentación:
  - a) La apariencia del cuestionario es esencial.
  - b) Diferenciar las distintas partes de un cuestionario ayuda a identificar y centrarse en la respuesta.
  - c) Las instrucciones deben repetirse tantas veces como sea necesario.
- iv) Seguimiento de la aplicación.
  - a) Si el cuestionario se remite por correo, debe facilitarse su devolución incluyendo un sobre cumplimentado y con franqueo.
  - b) Agotado el plazo establecido, es conveniente enviar una carta recordatorio. A modo orientativo, se recomienda hasta tres recordatorios para llegar aproximadamente al 75 % de participación.

Tras la aplicación del cuestionario es necesario codificar las respuestas. En primer lugar se procederá a la codificación de las repuestas de cada pregunta. La codificación permite la transformación de los datos del cuestionario en símbolos ordinariamente numéricos. Hay que incluir las categorías: No sabe o no contesta. Cuando las respuestas son abiertas previas a la codificación hay que categorizarlas, para posteriormente asignarlas un número o clave. Estas categorías deben ser exhaustivas y mutuamente excluyentes (ver Bausela 2012).

A continuación proponemos algunos modelos que desarrollan las distintas fases en el proceso de desarrollo de un cuestionario.

En el redactado de las preguntas es importante que: (i) las preguntas han de ser claras, sencillas y concretas, (ii) no han de sugerir una determinada respuesta, no han de ser tendenciosas, (iii) conviene no redactar preguntas en forma negativa, (iv) no han de ser indiscretas y (v) no han de ser dobles.

Al diseñar el aspecto formal del cuestionario es necesario considerar: (i) Dejar suficiente espacio y al mismo tiempo ocupar el mínimo de página posibles, (ii) Comenzar el cuestionario con preguntas que sean fáciles de contestar, (iii) Es importante que una misma pregunta no quede dividida entre dos páginas.

Cuando reproducimos el cuestionario debemos: (i) Evitar falta de ortográfica o tipográfica. (ii) Desarrollar un prueba piloto. (iii) Decidir cómo se hará la aplicación definitiva del cuestionario (grupal e individual) y la forma (teléfono, correo o personal). En la elaboración de un cuestionario podemos seguir, también, el planteamiento de las fases desarrolladas por Buendía (1994b: 207 – 211).

Los cuestionarios se pueden entregar directamente o mediante correo. Es conveniente realizar un seguimiento de los cuestionarios como la mejor manera de aumentar la tasa de respuesta. Otros factores influyentes son: longitud del cuestionario, comprensión de las preguntas, credibilidad del entrevistador, carta de presentación, incentivar la participación...

## **Validez y fiabilidad.**

Falibilidad es la confianza que podemos conceder a los datos y la validez es la concordancia entre lo medido y la realidad que se desea medir.

Según Pérez Juste (1981: 368) la validez de constructo es la más interesante porque en ella se va a la raíz del problema. Es la validez de contenido los que se preocupa en seleccionar, bien de un universo o población claramente definido, bien de una estructura determinada, una muestra de conductas que sea suficiente y representativa (...).

Sánchez García (1998) con relación al cuestionario que diseño para evaluar las necesidades de orientación de los universitarios de la Comunidad de Madrid desarrollo la validez de constructo, en aquellos grupos de ítems que conforman una variable, a fin de determinar los factores que la componen. Por otro lado, se ha estudiado la validez de contenido y la validez didáctica, empleando como criterio externo, la revisión crítica por una serie de jueces que han valorado mediante una escala numérica, la adecuación del ítem al rasgo a evaluar, en función de diferentes criterios de valoración. Halló la validez factorial, un tipo de validez de constructo, se ha estudiado, como decimos, para aquellos ítems o elementos que suponemos forman parte de un mismo constructo o variable, con una muestra de 166 sujetos. El análisis factorial se aplicó inicialmente en un estudio piloto, con el fin de comprobar si podían dentro de algunas variables, factores consistentes. Se encontraron, efectivamente, una serie de factores y, por otro lado, el estudio sirvió para eliminar algunos ítems que presentaban pesos muy divididos entre los distintos factores, además de poca coherencia lógica con dichos factores.

## **Diferencias entre cuestionario y entrevistas.**

Con el cuestionario se pretende conocer qué es lo que hacen, qué es lo que opinan y qué piensan los encuestados, mediante preguntas realizadas por escrito y que pueden ser respondidas sin la presencia del encuestador (versión en papel versus versión digital) también pueden desarrollarse de forma verbal con la presencia del entrevistador.

La entrevista, por el contrario, exige la presencia del encuestador, que irá realizando las preguntas y anotando sistemáticamente las respuestas. Es una relación cara a cara lo que caracteriza la entrevista. Una entrevista estructurada responde a un cuestionario realizado oralmente en presencia del entrevistador (Buendía, 1994).

#### **IV. DISEÑO DE UN CUESTIONARIO: LECTURA EN PAPEL VERSUS LECTURA EN DIGITAL: HÁBITOS LECTORES DE DOCENTES Y ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES**

*Ejemplo 4 del diseño de un proyecto de un cuestionario que tiene como finalidad conocer los hábitos lectores en población de educación superior.*

##### **Objetivos del cuestionario.**

- Analizar el perfil sociodemográfico/político y socioeconómico de los lectores (docentes y estudiantes universitarios) en formato papel o en digital.
- Analizar la formación y experiencia en el uso de las TICs de los lectores (docentes y estudiantes universitarios) en formato papel o en digital.
- Comparar preferencias, motivos, ventajas y desventajas que manifiestan los lectores (docentes y estudiantes) en función del formato (papel o en digital).
- Comparar hábitos lectores de estudiantes y docentes universitarios en formato papel y en formato digital.
- Conocer las estrategias de comprensión lectora que desarrollan los lectores (docentes y estudiantes) en formato papel y en digital.
- Detectar aspectos susceptibles de mejora para potenciar la comprensión lectora en formato digital entre los estudiantes y docentes universitarios.

##### **Precedentes.**

En relación a precedentes podemos citar diversos instrumentos, aunque no son cuestionarios de preguntas cerradas, son cuestionarios de preguntas abiertas en relación al tema objeto de estudio (ver, Ackerman y Lauterman, 2012; Lanir, Booth y Hawkey, 2010; Li, Chen y Yang, 2013; Stephenson, Brown y Griffin, 2008).

También se han revisado cuestionarios de preguntas cerradas afines a la lectura - aunque no tienen como objetivo principal la lectura digital - que han sido diseñados por diversas instituciones:

i) En el *Centro de Investigaciones Sociológicas* (CIS), podemos destacar los estudios: Hábitos de lectura, radioaudición y televisión (Nº1039), Tiempo libre y hábitos de lectura (I) (Nº2280), tiempo libre y hábitos de lectura (II) (Nº2478), Hábitos de lectura de diarios (Nº2537), Percepción social de las encuestas (II) (Nº2676).

ii) En el *Instituto Nacional de Estadística* (INE) hemos localizado diversos estudios respecto a la lectura de prensa diaria, prensa deportiva y su relación por Comunidades Autónomas y nivel de estudios.

iii) Desde la *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos* (OCDE) se desarrollan los estudios PISA, matemáticas y lectura, para la población de 16-65 años (PIAAC), cuyos informes son difundidos desde el Instituto Nacional de Evaluación Educativa (INEE).

iv) Se han considerado algunas preguntas (adaptadas de preguntas abiertas a preguntas cerradas) que fueron incluidas en un estudio previamente desarrollado "*Libertexto: comprender en pantalla*" que fue financiado por el Ministerio de Educación / Secretaría de Estado de Educación y Formación Profesional (Resolución de 20 de octubre de 2009, publicado en el B.O.E. de 30 de abril de 2010).

En la Tabla 36 se presenta la procedencia de las preguntas que han sido elaboradas considerando otras ya elaboradas (el resto son de elaboración propia).

**Tabla 36.** Procedencia de preguntas (elaboración propia)

<b>Nº</b>	<b>PREGUNTA</b>	<b>FUENTE</b>
<b>7</b>	Grado de lectura de los docentes en contexto educativo en formato Digital y Papel desde la perspectiva del entrevistado	CIS_2537_ ADAPTADA
<b>8</b>	Grado de lectura de los estudiantes en contexto educativo en formato Digital y Papel desde la perspectiva del entrevistado	CIS_2537_A DAPTADA
<b>13</b>	Razones para preferir un soporte sobre otro	ADAPTADA EQUIPO DE INVESTIGA- CIÓN
<b>15</b>	Ventajas de la lectura en formato Digital	ADAPTADA EQUIPO DE INVESTIGA- CIÓN
<b>16</b>	Inconvenientes de la lectura en formato Digital	ADAPTADA EQUIPO DE INVESTIGA- CIÓN
<b>29</b>	Sexo del entrevistado	CIS
<b>30</b>	Edad del entrevistado	CIS
<b>31</b>	Escala de autoubicación ideológica (1-10)	CIS
<b>32B</b>	Ingresos personales del entrevistado	CIS
<b>32A</b>	Situación profesional del entrevistado	CIS

## Rasgos básicos de su diseño.

En el diseño del cuestionario se han considerado los siguientes aspectos:

- i) Propósito del cuestionario, las dimensiones y subdimensiones que van a constituirlo.
- ii) Población diana a la que va dirigido. Se ha considerado, en concreto el nivel educativo, educación superior.
- iii) Recursos disponibles. Se han planificado para ser aplicado a 2500 personas, considerando el nivel de confianza y error.

Respecto a las preguntas, se ha tenido presente cuál es su objetivo. Hemos incluido preguntas relacionadas con datos de identificación y variables de clasificación. Se han utilizado, varias preguntas tipo filtro (preguntas: 26, 26A, 26B, 26C, 26C1, 26C2, 27, 27A, 27B, 27C) y preguntas ajustadas en función de la población diana (docente – estudiante) (2A-2B; 3A-3B; 4A-4B; 5A-5B; 26C1-26C2; 32A-32B).

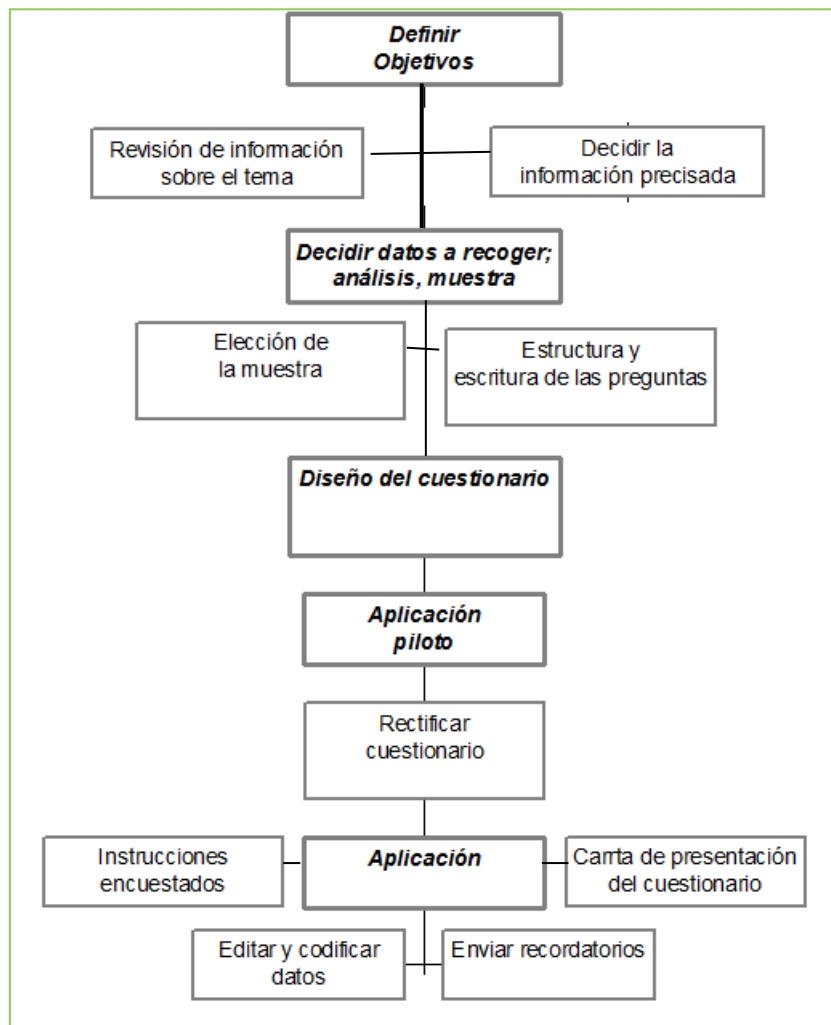
Respecto a las respuestas se han utilizado de diversos tipos: nominal, ordinal y escala.

En la Tabla 37 se presenta la distribución de las preguntas en función del tipo de pregunta y el tipo de variable.

**Tabla 37.** Número de pregunta, tipo de pregunta y tipo de variable.

PREGUNTA	TIPO DE PREGUNTA	TIPO DE VARIABLE
1	Cerrada	Nominal
2 (A-B)	Cerrada	Nominal
3 (A-B)	Cerrada	Nominal
4 (A-B)	Cerrada	Nominal
5 (A-B)	Cerrada	Nominal
6	Cerrada	Nominal
7	Cerrada	Ordinal
8	Cerrada	Ordinal
9	Cerrada/multipregunta/multivariable	Nominal-dicotomica (utiliza) Frecuencia (ordinal)
10	Cerrada/multipregunta/multivariable	Nominal-dicotomica (utiliza) Frecuencia (ordinal)
11	Cerrada/multipregunta/multivariable	Nominal
12	Cerrada/multipregunta/multivariable	Ordinal
13	Cerrada/multipregunta/multivariable	Nominal
14	Cerrada/ multipregunta/multivariable	Nominal
15	Cerrada/multipregunta/multivariable	Ordinal
16	Cerrada/multipregunta/multivariable	Ordinal
17	Cerrada/multipregunta/multivariable	Ordinal
18	Cerrada/multipregunta/multivariable	Ordinal
19	Cerrada/multipregunta/multivariable	Ordinal
20	Cerrada/multipregunta/multivariable	Ordinal
21	Cerrada/multipregunta/multivariable	Nominal
22	Cerrada/multipregunta/multivariable	Ordinal
23	Cerrada/multipregunta/multivariable	Escala (disponibilidad) Ordinal (satisfacción)
24	Cerrada/multipregunta/multivariable	Ordinal
25	Cerrada/multipregunta/multivariable	Ordinal
26	Cerrada	Nominal
26A	Cerrada	Nominal
26B	Cerrada	Ordinal
26C	Cerrada	Nominal
26C1	Cerrada/multipregunta	Nominal
26C2	Cerrada/multipregunta	Nominal
27	Cerrada	Nominal
27A	Cerrada/multipregunta/multivariable	Nominal
28	Cerrada/multipregunta/multivariable	Ordinal
29	Cerrada	Nominal
30	Abierta	
31	Cerrada	Escala
32A	Cerrada	Nominal
32B	Cerrada	Ordinal

En relación a las fases en su diseño se esquematizan en la Figura 18.



**Figura 18.** Fases en el diseño de un cuestionario (Davidson, 1970, citado por Rincón *et al.* 1995: 209),

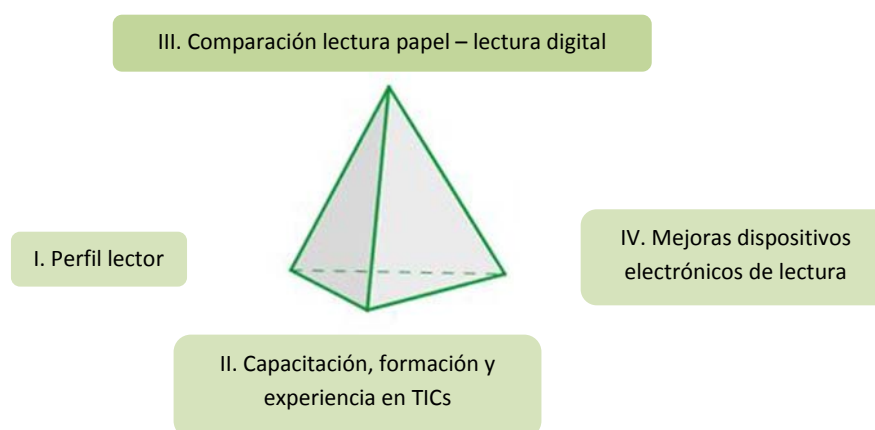
## Operacionalización de conceptos.

Este estudio se centra en los siguientes conceptos:

- i) Perfil sociodemográfico, político y socioeconómico de los lectores en formato papel y en formato digital.
- ii) Recursos de la Información y la Comunicación disponibles en las Universidades.
- iii) Campus virtual y plataforma educativa disponible en las Universidades.
- iv) Nivel de capacitación (formación) y competencias en TICS de los lectores.
- v) Hábitos lectores de estudiantes y docentes universitarios en formato papel y digital.

- vi) Preferencias del formato (papel - digital) de estudiantes y docentes universitarios.
- vii) Dificultades de lectura en formato papel y en formato digital manifestadas por estudiantes y docentes universitarios.
- viii) Razones para no leer en formato papel o en formato digital manifestadas por estudiantes y docentes universitarios.
- ix) Ventajas de la lectura en formato digital manifestadas por estudiantes y docentes universitarios.
- x) Inconvenientes de la lectura en formato digital manifestadas por estudiantes y docentes universitarios.
- xi) Acciones desarrolladas antes, durante y después de leer en formato papel y en formato digital y en formato papel.
- xii) Estrategias de comprensión lectora en formato papel y en formato digital.
- xiii) Aspectos susceptibles de mejora en los dispositivos que permiten la lectura digital

Estos conceptos se agrupan en torno a 4 dimensiones (ver Figura 19): (i) Perfiles de los lectores en formato papel y en formato digital. (ii) Capacitación, formación y experiencia en tecnologías de la información y la comunicación. (iii) Comparación de la lectura en formato papel *versus* formato digital. Y, (iv) Aspectos a mejorar de los dispositivos que permiten la lectura digital.



**Figura 19.** Dimensiones nucleares del cuestionario y preguntas (elaboración propia).

Respecto al número de cuestiones y la proporción que integran cada una de las dimensiones se presentan en la Tabla 38.

**Tabla 38.** Dimensiones y preguntas que integran el cuestionario (elaboración propia).

DIMENSIONES	Nº DE PREGUNTAS	% DE PREGUNTAS
I. Perfiles de los lectores en formato papel y en formato digital	11	34,37%
II. Capacitación, formación y experiencia en tecnologías de la información y la comunicación	6	18,75%
III. Comparación de la lectura en formato papel versus formato digital	14	43,75%
IV. Aspectos a mejorar en los dispositivos lectura digital	1	3,125%
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 39 se presenta la relación de las dimensiones y subdimensiones que integran el cuestionario, los objetivos del mismo y la relación de las preguntas.

**Tabla 39.** Objetivos, dimensiones, subdimensiones y relación de la numeración de las preguntas en el cuestionario.

DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	Nº		
<b>I. PERFILES DE LOS LECTORES EN FORMATO PAPEL Y EN FORMATO DIGITAL</b>				
1. Perfil sociodemográfico, político y socioeconómico de los lectores en formato papel y en formato digital.	1.1. Perfil sociodemográfico	1.1.1. Sexo	29	
		1.1.2. Edad	30	
		1.1.3. Rol (docente /estudiante)	1	
		1.1.4. Universidad	2A - 2B	
		1.1.5. Tipo de universidad	3A - 3B	
		1.1.5. Metodología de enseñanza	4A - 4B	
		1.1.6. Rama de conocimiento	6	
		1.1.7. Nivel de estudios (sólo estudiantes)	5B	
		1.1.8. Categoría profesional (sólo docentes)	5A	
	1.2. Variables políticas	1.2.1. Escala de ideología política	31	
	1.3. Variables socioeconómicas	1.3.1. Condición socioeconómica	1.3.1.1. Estudiantes	32 A
			1.3.1.2. Docentes	32 B
	1.4. Contexto educativo /recursos de la información y la comunicación con fines educativos	1.4.1. Uso académico	1.4.1.1. Disponibilidad	23
1.4.1.2. Satisfacción				
<b>II. CAPACITACIÓN, FORMACIÓN Y EXPERIENCIA EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN</b>				
2. Nivel de capacitación (formación) competencias en TICS.	2.1. Formación TICs	2.1.1. Ofimática	24	
		2.1.2. Internet	25	
		2.1.3. Recursos y espacios educativos (plataformas de aprendizaje)	22	

	2.2.Experiencia con TICs	2.2.1. Campus virtual	2.2.1.1. Disposición	26
			2.2.1.2. Consti tución	26 A
			2.2.1.3. Satisfacción	26 B
			2.2.1.4. Frecuencia	26 C
			2.2.1.5. Finalidad_ docente	26 C1
			2.2.1.6. Finalidad_ estudiante	26 C2
		2.2.2. Plataforma Educativa	2.2.2.1. Disposi- ción	27
			2.2.2.2. Tipo	27 A
			2.2.2.3. Satisfacción	27 B
			2.2.2.4. Frecuencia	27 C
			2.2.2.5. Opinión	28
<b>III. COMPARACIÓN DE LA LECTURA EN FORMATO PAPEL VERSUS FORMATO DIGITAL</b>				
<b>3. Hábitos lectores de estudiantes y docentes universitarios en formato papel y digital.</b>	3.1.Docente	3.1.1. Digital		7
		3.1.2. Papel		
	3.2. Estudiante	3.2.1. Digital		8
		3.2.2. Papel		
<b>4. Frecuencia de lectura de textos en formato papel y en formato digital.</b>	4.1.Papel	4.1.1. Utiliza		9
		4.1.2. Frecuencia		
	4.2. Digital	4.2.1. Utiliza		10
		4.2.2. Frecuencia		
<b>5. Preferencias del formato (papel - digital) de estudiantes y docentes universitarios.</b>	5.1. Papel - Digital			11
<b>6. Dificultades de lectura en formato papel y en formato digital.</b>	6.1.1. Papel			12
	6.1.2. Digital			
<b>7. Razones para preferir leer en formato papel o en formato digital.</b>	7.1.1. Papel			13
	7.1.2. Digital			
<b>8. Razones para preferir no leer en formato papel o en formato digital.</b>	8.1.1. Papel			14
	8.1.2. Digital			
<b>9. Ventajas de la lectura en formato digital.</b>	9.1. Cualidades	9.1.1. Digital		15
<b>10. Inconvenientes de la lectura en formato digital.</b>	10.1. Inconvenientes	10.1.1. Digital		16
<b>11. Acciones que desarrollamos antes, durante y después de leer en formato papel y en formato digital.</b>	11.1. Antes	11.1.1.Papel		17
		11.1.2. Digital		
	11.2. Antes	11.2.1.Papel		18
		11.2.2. Digital		
	11.3. Antes	11.3.1. Papel		19
		11.3.2. Digital		
<b>12. Estrategias de comprensión lectora en formato papel y en formato digital.</b>	12.1. Papel	12.1.1. Subrayado		20
		12.1.2.Anotaciones		
		12.1.3. Resumen		
		12.1.4. Esquema		
		12.1.5. Mapas conceptuales		
		12.1.6. Cuadros sinópticos		
		12.1.7. Listas de conceptos		
		12.1.8. Autopreguntas		

	12.2. Digital	12.2.1. Subrayado		
		12.2.2. Anotaciones		
		12.2.3. Resumen		
		12.2.4. Esquema		
		12.2.5. Mapas conceptuales		
		12.2.6. Cuadros sinópticos		
		12.2.7. Listas de conceptos		
		12.2.8. Autopreguntas		
<b>IV. ASPECTOS A MEJORAR EN LOS DISPOSITIVOS LECTURA DIGITAL</b>				
<b>13. Aspectos susceptibles de mejora en los dispositivos que permiten la lectura digital</b>	13.1. Características ergonómicas		21	
	13.2. Características contenido			
	13.3. Características diseño (presentación y prestaciones)	13.3.1. Conectividad		
		13.3.2. Compatibilidad		
		13.3.3. Portabilidad		
		13.3.4. Formatos		
		13.3.5. Funcionalidades		
		13.3.6. Tamaño de la pantalla		
		13.3.7. Escala de grises		
		13.3.8. Resolución de la pantalla		
		13.3.9. Peso		
		13.3.10. Duración de la batería		
		13.3.11. Precio		
		13.3.12. Capacidad de la memoria		
		13.3.13. Conexión a la red telefónica		
13.3.14. Inclusión de tecnología Bluetooth				
13.3.15. Salida de voz				

## Relación de preguntas propuestas.

Ver Anexo 01.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Ackerman, R. y Lauterman, T 2012, "Taking reading comprehension exams on screen or on paper? A metacognitive analysis of learning texts under time pressure" *Computers in Human Behavior*, vol. 28, págs. 1816-1828.
- Ackerman, R. y Lauterman, T 2012, "Taking reading comprehension exams on screen or on paper? A metacognitive analysis of learning texts under time pressure" *Computers in Human Behavior*, vol. 28, págs. 1816-1828.
- Alonso, J. y Mateos, M<sup>a</sup>. M 1985, "Comprensión lectora: modelos, entrenamiento y evaluación", *Infancia y Aprendizaje*, vol. 31-32, págs. 5-19.
- Anguera, M<sup>a</sup>. T 1985, "Posibilidades de la metodología cualitativa versus cuantitativa", *Revista de Investigación Educativa*, vol. 3, núm. 6, págs. 127 – 144.
- Bausela, E 2012, *Sistema de categorías: evaluación de metacognición en relación a la escritura*. Madrid: Dykinson.
- Bisquerra, R 1989, *Introducción conceptual al análisis multivariable. Un enfoque informático con los paquetes SPSS-X, BMDP, LISREL y SPAD*, Barcelona: PPU.
- Bravo, L., Bermeosolo, J. y Pinto, A 1988, "Dislexia fonémica: decodificación-codificación fonémica y comprensión lectura silenciosa", *Infancia y Aprendizaje*, vol. 44, págs. 21-34.
- Bruning, R.H., Schraw, G.J. y Ronning, R.R 2002, *Psicología Cognitiva e Instrucción*, Madrid: Alianza Psicología.
- Bugeda, J 1974, *Manual de técnicas de investigación social*, Madrid: IEP.
- Cabrero, L. y Richart, M 1996, "El debate investigación cualitativa frente a investigación cuantitativa", *Enfermería Clínica*, vol. 6, págs. 212-217.
- Carney, T.H 1992, *Enseñanza de la comprensión lectora*, Madrid: Morata.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. <http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html>. Consultado en enero de 2014.
- Colomer, T 2005, "El desenlace de los cuentos como ejemplo de las funciones de la literatura infantil y juvenil", *Revista de Educación, Monográfico extraordinario 2005*, págs. 203-216.
- DeStefano, D. y LeFevre, J.A 2007, "Cognitive load in hypertext reading: A review", *Computers in Human Behavior*, vol. 23, num. 3, págs. 1616–1641.

- Díaz de Rada, V 2010: *Comparación entre los resultados proporcionados por encuestas telefónicas y personales: el caso de un estudio electoral*, Madrid: CIS.
- Díaz de Rada, V 2012: "Ventajas e inconvenientes de la encuesta por Internet", *Papers*, vol. 97, págs. 193-223.
- Dyson, M.C. y Kipping, G.J 1997, "The legibility of screen formats: are three columns better than one? *Comput and Graphics*, vol. 21, num. 6, págs. 703-712.
- Fernández, P 1999, *Conocimiento previo, esquemas de género y comprensión lectora en inglés como lengua extranjera*, Tesis Doctoral Inédita, Murcia: Universidad de Murcia.
- Fortunati, L. y Vincent, J. 2014, "Sociological insights in the comparison of writing / Reading on paper with writing / Reading digitally", *Telematics and Informatics*, vol. 31, págs. 39-51.
- García Madruga, J. A 2006, *Lectura y conocimiento*, Madrid: Paidós.
- Garland, K. J. y Noyes, J. M 2004, "CRT monitors: Do they interfere with learning?", *Behaviour and Information Technology*, vol. 23, núm. 1, págs. 43-52.
- Gladwell, M. 2002, *The social life of paper online*. Available:/http://www.gladwell.com/2002/2002\_03\_25\_a\_paper.htmS.(consultado el 30/08/2013).
- González, A 2004, *Estrategias de comprensión lectora*, Madrid: Síntesis.
- Holzinger, A., Baerenthalerb, M., Pammerc, W., Katzd,H., Bjelic-Radisice, V. y Zieflef, M. 2011, "Investigating paper vs. screen in real life hospital work flows: Performance contradicts perceived superiority of paper in the user experience", *International Journal of Human – Computer Studies*, vol. 69, págs. 563 – 570.
- Instituto Nacional de Estadística. <http://www.ine.es/>. Consultado en enero de 2014.
- Instituto Nacional de Evaluación Educativa. <http://www.mecd.gob.es/inee/portada.html>. Consultado en enero de 2014.
- Johnston, A.N.B., Massa, H. y Burne, T.H.J 2013, "Digital lecture recording: A cautionary tale", *Nurse Education in Practice*, vol. 13, págs. 40-47.
- Kerr, M. A. y Symons, S. E 2006, "Computerized presentation of text: Effects on children's reading of informational material", *Reading and Writing*, vol. 19, núm. 1, págs. 1-19.

- Kintsch, W 1998, *Comprehension: A paradigm for cognition*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Lanir, J., Booth, K.S. y Hawkey, K 2010 "The benefits of more electronic screen space on students' retention of material in classroom lecture" *Computers and Education*, vol. 55, págs. 892-903.
- Lanir, J., Booth, K.S. y Hawkey, K 2010 "The benefits of more electronic screen space on students' retention of material in classroom lecture" *Computers and Education*, vol. 55, págs. 892-903.
- León, J.A 1991a, "Intervención en estrategias de comprensión: Un modelo basado en el conocimiento y aplicación de la estructura del texto", *Infancia y Aprendizaje*, vol. 56, págs. 77-91.
- León, J.A 1991b, "La mejora de la comprensión lectora: Un análisis interactivo", *Infancia y Aprendizaje*, vol. 56, págs. 5-24.
- Li, L-Y., Chen, G-D y Yang, S-J 2013. "Construction of cognitive maps to improve e-book reading and navigation", *Computers and Education*, vol. 60, págs. 32-39.
- Mangen, A., Walgermo, B.R. y Bronnick, K 2013, "Reading linear texts on paper versus computer screen: Effects on reading comprehension", *International Journal of Educational Research*, vol. 58, págs. 61-68.
- Martínez, F 2002, *El cuestionario: Un instrumento para la investigación en las ciencias sociales*, Barcelona: Alertes psicopedagogía.
- MEC 2011, PISA - ERA 2009. *Programa para la Evaluación Internacional de los alumnos. OCDE. Informe Español*. Madrid: MEC.
- Navalón, C., Ato, M. y Rabadán, R 1989, "El papel de la memoria de trabajo en la adquisición lectora en niños de habla castellana", *Infancia y Aprendizaje*, vol. 45, págs. 85-106.
- Noyes, J. M. y Garland, K. J 2003, "VDT versus paper-based text: Reply to Mayes, Sims and Koonce", *International Journal of Industrial Ergonomics*, vol. 31, págs. 411-423.
- Noyes, J. M. y Garland, K. J 2008, "Computer - vs. paper-based tasks: Are they equivalent?" *Ergonomics*, vol. 51, núm. 9, págs. 1352-1375.
- Oakhill J. y Garnham A 1988, *Becoming a skilled reader*, Oxford: Basil Blackwell.

- OCDE 2011, *PISA 2009 results. Students on line: Digital technologies and performance*, vol. VI, OCDE. <http://browse.oecdbookshop.org/oecd/pdfs/free/9811031e.pdf>. Consultado en enero de 2014.
- OCDE, 2012, “¿Están preparados los chicos y las chicas para la era digital?”, *Pisa in Focus*, 1. [http://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/pisainfocus/PISA%20in%20Focus%20n%C2%B012%20ESP\\_Final.pdf](http://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/pisainfocus/PISA%20in%20Focus%20n%C2%B012%20ESP_Final.pdf). Consultado en enero de 2014.
- Peronard, M 2007, “Lectura en papel y en pantalla de computador”, *Revista Signos*, vol. 40, núm. 63, págs. 179-195.
- Ponce, H.R. y Mayer, R.E 2014, “Qualitatively different cognitive processing during online reading primed by different study activities”, *Computers in Human Behavior*, vol. 30, págs. 121-130.
- Reichart, CH.S. y Cook, T.D 1986, “Hacia una superación del enfrentamiento entre los métodos cualitativos y cuantitativos”, En T.D. Cook y CH.R. Reichart (Eds.), *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*, Madrid: Morata.
- Rincón, D., Arnal, J., Latorre, A. y Sans, A 1995, *Técnicas de investigación en ciencias sociales*, Madrid: Dykinson.
- Rincón, D., Arnal, J., Latorre, A. y Sans, A 1995, *Técnicas de investigación en ciencias sociales*, Madrid: Dykinson.
- Rodríguez, R. y Albuérne, F 1993, “Procesos de memoria y comprensión lectora en el ciclo inicial”, *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, vol. 16, págs. 207-215.
- Sánchez, E 1988, “Aprender a leer y leer para aprender: Características del escolar con pobre capacidad de comprensión”, *Infancia y Aprendizaje*, vol. 44, págs. 35-57.
- Siegenthaler, E., Wurtz, P., Bergamin, P. y Groner, R 2011, “Comparing reading processes on e-ink displays and print”, *Displays*, vol. 32. págs. 68–273.
- Stephenson, J.E., Brown, C. y Griffin, D.K 2008, “Electronic delivery of lectures in the university environment: An empirical comparison of three delivery styles”, *Computers and Education*, vol. 50, págs. 640-651.

- Thomas, H 2006, "Remembering the office of the future: the origins of word processing and office automation", *IEEE Annals of the History of Computing*, vol. 28, núm. 4, págs. 6–31.
- Thompson, P 2013, "The digital natives as learners: Technology use patterns and approaches to learning", *Computers an Education*, vol. 65, págs. 12–33.
- Tójar, J.C 2001, *Planificar la investigación educativa: una propuesta integrada*, Buenos Aires: Fundec.
- Trujillo, Manuel y Gutiérrez, Carmen 2006: "Incidencias en el trabajo de campo en encuestas personales realizadas por el IESA", *Metodología de Encuestas*, 8: 49-60.
- Van Dijk, T.A. y Kintsch, W 1983, *Strategies of discourse comprehension*, Nueva York: Academic Press.
- Viero, P. y Gómez, I 2004, *Psicología de la lectura. Procesos, teorías y aplicaciones instruccionales*, Madrid: Pearson - Prentice Hall.
- Wigent, C.A 2013, "High school readers: A profile of above average readers and readers with learning disabilities reading expository text", *Learning and Individual Differences*, vol. 25, págs. 134–140.
- Xavier, A, De Cara, B., Ziegler, J.C 2007, "Automatic activation of phonology in silent reading is parallel: Evidence from beginning and skilled readers", *Journal of Experimental Child Psychology*, vol. 97, págs. 205–219.

## **ANEXOS.**

Se anexan los siguientes documentos:

- Anexo 01: Cuestionario: preguntas, tarjetas y columnas.
- Anexo 02: Tarjetas (en la programación del cuestionario *on line* se establecerán hipervínculos entre las tarjetas y cada una de las preguntas).
- Anexo 03: Libro de códigos (serán incorporados en los desplegables del cuestionario *on line*).
- Anexo 04: Presentación del estudio (power point).
- Anexo 05: Carta de presentación.
- Anexo 06: Carta dirigida a docentes.
- Anexo 07: Carta dirigida a estudiantes.
- Anexo 08: Guía de autoaplicación.

## **ANEXO 01: Cuestionario**



**NÚMERO DE ESTUDIO**  (1, 2, 3,4)  
**Nº CUESTIONARIO**  (5, 6, 7, 8, 9)

**P.01. En el momento de desarrollar el presente cuestionario usted es...**

Docente	1	(10)
Estudiante	2	
NC	9	



**P.02.A. Para DOCENTES. ¿En qué Universidad trabaja actualmente?**

Universidad	<input type="text"/>	<input type="text"/>	(11)	(12)
Comunidad Autónoma	<input type="text"/>	<input type="text"/>	(13)	(14)
Provincia	<input type="text"/>	<input type="text"/>	(15)	(16)



**P.02.B. Para ESTUDIANTES. ¿En qué Universidad estudia actualmente?**

Universidad	<input type="text"/>	<input type="text"/>	(17)	(18)
Comunidad Autónoma	<input type="text"/>	<input type="text"/>	(19)	(20)
Provincia	<input type="text"/>	<input type="text"/>	(21)	(22)



**P.03.A. Para DOCENTES. La Universidad en la que usted trabaja actualmente es...**

Pública	1	(23)
Privada	2	
De otros entes públicos	3	
NC	9	



**P.03.B. Para ESTUDIANTES. La Universidad en la que usted estudia actualmente es...**

Pública	1	(24)
Privada	2	
De otros entes públicos	3	
NC	9	



**P.04.A. Para DOCENTES. La Universidad en la que usted trabaja actualmente utiliza fundamentalmente la metodología de enseñanza...**

Presencial	1	(25)
A distancia (on line)	2	
Presencial y a distancia (on line)	3	
NC	9	



**P.04.B. Para ESTUDIANTES. La Universidad en la que usted estudia actualmente utiliza fundamentalmente la metodología de enseñanza...**

Presencial	1	(26)
A distancia (on line)	2	
Presencial y a distancia (on line)	3	
NC	9	



**P.05.A. Para DOCENTES. Podría decirme ¿A qué categoría profesional pertenece actualmente?**

Contratado	1	(27)
Funcionario	2	
NC	9	



**P.05.B. Para ESTUDIANTES. Podría decirme ¿A qué nivel académico se adscriben los estudios que está cursando en estos momentos?**

Grado	1	(28)
Posgrado	2	
NC	9	



### Las siguientes preguntas se formulan A TODOS

**P. 06. ¿A qué Rama de conocimiento se encuentra adscrito su actividad académica?...**

Artes	1	(29)
Humanidades	2	
Ciencias sociales y Jurídicas	3	
Ciencias	4	
Ciencias de la Salud	5	
Ingeniería y Arquitectura	6	
NC	9	

#### Respecto a los hábitos lectores, nos gustaría saber...

**P.07. En general, ¿diría usted que los DOCENTES universitarios en España leen mucho, bastante, poco o nada en formato DIGITAL? y ¿en formato PAPEL?**

DOCENTE						
	DIGITAL 			PAPEL 		
Mucho	1	(30)		Mucho	1	(31)
Bastante	2			Bastante	2	
Poco	3			Poco	3	
Nada	4			Nada	4	
NS	8			NS	8	
NC	9			NC	9	

**P.08. En general, ¿diría usted que los ESTUDIANTES universitarios en España leen mucho, bastante, poco o nada en formato DIGITAL? y ¿en formato PAPEL?**

ESTUDIANTE						
	DIGITAL 			PAPEL 		
Mucho	1	(32)		Mucho	1	(33)
Bastante	2			Bastante	2	
Poco	3			Poco	3	
Nada	4			Nada	4	
NS	8			NS	8	
NC	9			NC	9	

#### Respecto a los formatos papel versus digital, nos gustaría conocer sus preferencias



**P.09. Le voy a leer a continuación una serie de textos educativos que están disponibles en formato PAPEL. Dígame, por favor, si los utiliza en su contexto académico. Si los utiliza en el contexto académico ¿podría decirme con qué frecuencia suele usted leer en formato PAPEL los siguientes recursos educativos?**

FORMATO 	UTILIZA			FRECUENCIA									
	SI	NO	NC	Todos los días	Casi todos los días	Una o dos veces por semana	Varias veces al mes	Una o dos veces al mes	Con menor frecuencia	Nunca o casi nunca	NC		
Prensa	1	2	9	(34)	1	2	3	4	5	6	7	8	(39)
Revistas	1	2	9	(35)	1	2	3	4	5	6	7	8	(40)
Libros	1	2	9	(36)	1	2	3	4	5	6	7	8	(41)
Atlas	1	2	9	(37)	1	2	3	4	5	6	7	8	(42)
Bases de datos	1	2	9	(38)	1	2	3	4	5	6	7	8	(43)

**P.10. Le voy a leer a continuación una serie de textos educativos que están disponibles a través de Internet y/o Intranet en formato DIGITAL. Dígame, por favor, dígame si los utiliza en el contexto académico. Si los utiliza en el contexto académico ¿podría decirme con qué frecuencia suele usted leer en formato DIGITAL los siguientes recursos electrónicos?**

FORMATO DIGITAL 	UTILIZA			FRECUENCIA									
	SI	NO	NC		Todos los días	Casi todos los días	Una o dos veces por semana	Varias veces al mes	Una o dos veces al mes	Con menor frecuencia	Nunca o casi nunca	NC	
Prensa	1	2	9	(44)	1	2	3	4	5	6	7	NC	(52)
Blogs	1	2	9	(45)	1	2	3	4	5	6	7	8	(53)
Revistas electrónicas	1	2	9	(46)	1	2	3	4	5	6	7	8	(54)
E-book	1	2	9	(47)	1	2	3	4	5	6	7	8	(55)
Atlas electrónicos	1	2	9	(48)	1	2	3	4	5	6	7	8	(56)
Bases de datos	1	2	9	(49)	1	2	3	4	5	6	7	8	(57)
Metabuscadores	1	2	9	(50)	1	2	3	4	5	6	7	8	(58)
Wikis	1	2	9	(51)	1	2	3	4	5	6	7	8	(59)

**P.11. Le voy a leer seguidamente una serie de textos que usted puede leer durante su actividad académica en la Universidad. En su caso particular, y en el caso de que usted pudiese elegir el formato de lectura, qué formato preferiría en su elección ¿formato PAPEL o formato DIGITAL?**

	 FORMATO PAPEL	 FORMATO DIGITAL	AMBOS	NC	
Artículos	1	2	3	9	(60)
Informes	1	2	3	9	(61)
Sumarios	1	2	3	9	(62)
Libros	1	2	3	9	(63)
Periódicos	1	2	3	9	(64)
Diarios	1	2	3	9	(65)
Textos narrativos	1	2	3	9	(66)
Documentos políticos	1	2	3	9	(67)
Editoriales	1	2	3	9	(68)
Propaganda	1	2	3	9	(69)
Diccionario	1	2	3	9	(70)
Atlas	1	2	3	9	(71)
Manuales o de materiales de referencia	1	2	3	9	(72)
Estados contables o financieros	1	2	3	9	(73)
Diagramas, mapas o planos	1	2	3	9	(74)
NS	1	2	3	9	(75)
NC	1	2	3	9	(76)

Cuando leemos en formato papel o en formato digital podemos encontrarnos con algunas dificultades. Seguidamente vamos a tratar de profundizar en estas posibles dificultades.



**P.12. ¿A qué atribuye usted la dificultad para comprender un texto en PAPEL y en formato DIGITAL?. Por favor, dígame si está muy de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo con las siguientes afirmaciones. (TARJETA A)**

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1	2	3	4	5



DIFICULTADES EN ...	 FORMATO PAPEL						 FORMATO DIGITAL					
	1	2	3	4	5	NC	1	2	3	4	5	NC
Dificultades visuales.	1	2	3	4	5	9 (77)	1	2	3	4	5	9 (85)
Carecer de estrategias para extraer el significado del texto.	1	2	3	4	5	9 (78)	1	2	3	4	5	9 (86)
Falta motivación.	1	2	3	4	5	9 (79)	1	2	3	4	5	9 (87)
Falta de interés.	1	2	3	4	5	9 (80)	1	2	3	4	5	9 (88)
Dificultades para organizar información.	1	2	3	4	5	9 (81)	1	2	3	4	5	9 (89)
Dificultades para almacenar información.	1	2	3	4	5	9 (82)	1	2	3	4	5	9 (90)
Dificultades para recordar información.	1	2	3	4	5	9 (83)	1	2	3	4	5	9 (91)
Falta de concentración.	1	2	3	4	5	9 (84)	1	2	3	4	5	9 (92)

Nos gustaría profundizar en las razones por las que prefiere leer en un formato o en otro formato.

**P.13. ¿Qué razones le llevan a preferir leer en formato PAPEL o el formato DIGITAL?**


PREFERENCIAS	 FORMATO PAPEL		 FORMATO DIGITAL		AMBOS	NC
	1	2	1	2		
Velocidad lectora.	1	2	1	2	3	9 (93)
Localizar información en el texto.	1	2	1	2	3	9 (94)
Fatiga visual.	1	2	1	2	3	9 (95)
Comprensión lectora.	1	2	1	2	3	9 (96)
Leer en cualquier lugar.	1	2	1	2	3	9 (97)
Posibilidad de hacer anotaciones y subrayado.	1	2	1	2	3	9 (98)
Posibilidad de leer varios documentos simultáneamente.	1	2	1	2	3	9 (99)
Facilidad de transportar.	1	2	1	2	3	9 (100)
Preferencias personales.	1	2	1	2	3	9 (101)
NS	1	2	1	2	3	9 (102)

**P.14. ¿Podría decirme, cuáles son las dos razones principales por las que usted NO suele leer en formato PAPEL? y ¿las dos razones para NO leer en formato DIGITAL?**

	 FORMATO PAPEL		 FORMATO DIGITAL	
	1	(103-104)	1	(105-106)
No le gusta.	3		3	
No puedo localizar información en el texto de forma rápida.	4		4	
Por cansancio.	5		5	
Por fatiga visual.	6		6	
Por preferencias personales.	7		7	
Otro motivo ¿cuál?	8		8	
NS	9		9	
NC				


### Ventajas de la lectura en formato Digital.

**P.15. A la lectura de textos y documentos en formato DIGITAL se le atribuyen una serie de CUALIDADES. Por favor, según su opinión y experiencia valore estas cualidades según la siguiente escala: No me parece una ventaja, es una ventaja poco relevante, es una ventaja importante y es una ventaja fundamental.**

CUALIDADES 	No me parece una ventaja	Es una ventaja poco relevante	Es una ventaja importante	Es una ventaja fundamental	NC
Ahorro de papel.	1	2	3	4	9 (107)
Posibilidad de disponer de textos más ricos en información al incluir fotografías, vídeos, audios, interacciones, etc.	1	2	3	4	9 (108)
Posibilidad de modificar las características del texto para facilitar su lectura (tamaño de letra, de página, etc.).	1	2	3	4	9 (109)
Posibilidad de copiar, pegar y guardar todo o parte del texto o documento.	1	2	3	4	9 (110)
Posibilidad de orientar las páginas según sus preferencias.	1	2	3	4	9 (111)
Otro	1	2	3	4	9 (112)
NS	1	2	3	4	9 (113)



### Inconvenientes de la lectura en formato Digital

**P.16. A la lectura de textos y documentos en formato DIGITAL se le atribuyen una serie de INCONVENIENTES. Por favor, según su opinión y experiencia valore estas cualidades según la siguiente escala: No me parece un inconveniente, es un inconveniente poco relevante, es un inconveniente importante y es un inconveniente fundamental.**

INCONVENIENTES 	No me parece un inconveniente	Es un inconveniente poco relevante	Es un inconveniente importante	Es un inconveniente fundamental	NC
Fatiga visual.	1	2	3	4	9 (114)
Pérdida de sensaciones táctiles (textura del papel, manejabilidad, etc.).	1	2	3	4	9 (115)
Dificultad para subrayar, anotar y “trabajar” el documento mientras se lee.	1	2	3	4	9 (116)
Dificultad de leer diferentes documentos simultáneamente.	1	2	3	4	9 (117)
Dificultad de compartir otros lectores la lectura de un mismo texto.	1	2	3	4	9 (118)
Otro	1	2	3	4	9 (119)
NS	1	2	3	4	9 (120)

**Acciones que desarrollamos antes, durante y después de leer en formato papel y en formato digital.**



**P.17. Los lectores ANTES de enfrentamos a la lectura de un texto desarrollamos una serie de estrategias para poder comprender lo que vamos a leer. ¿Me podría decir para cada sección, si utiliza estas estrategias para leer en formato PAPEL y en formato DIGITAL: siempre, habitualmente, ocasionalmente o nunca? (TARJETA B)**

Siempre	Habitualmente	Ocasionalmente	Nunca														
1	2	3	4														
ANTÉS DE LEER EN...				 FORMATO PAPEL						 FORMATO DIGITAL							
				1	2	3	4	NS	NC	1	2	3	4	NS	NC		
Se preguntas previamente: ¿Qué sabe de este texto?, ¿qué ignora?, ¿qué puede hacer para obtener la información?				1	2	3	4	8	9	(121)	1	2	3	4	8	9	(125)
¿Trata de adelantarse sobre qué puede tratar el texto?				1	2	3	4	8	9	(122)	1	2	3	4	8	9	(126)
¿Se plantea un objetivo cuando lee?				1	2	3	4	8	9	(123)	1	2	3	4	8	9	(127)
¿Anticipa el tiempo que va a necesitar, los recursos y el esfuerzo que va a necesitar para entender el texto?				1	2	3	4	8	9	(124)	1	2	3	4	8	9	(128)

**P.18. Los lectores CUANDO LEEMOS desarrollamos una serie de estrategias para poder comprender lo que estamos leyendo. Seguidamente le voy a leer una serie de estrategias que utilizamos cuando leemos. ¿Me podría decir para cada sección, si utiliza estas estrategias para leer en PAPEL y en formato DIGITAL: siempre, habitualmente, ocasionalmente o nunca? (TARJETA B)**

Siempre	Habitualmente	Ocasionalmente	Nunca														
1	2	3	4														
CUANDO LEE ...				 FORMATO PAPEL						 FORMATO DIGITAL							
				1	2	3	4	NS	NC	1	2	3	4	NS	NC		
¿Se pregunta qué le dice la estructura del texto?				1	2	3	4	8	9	(129)	1	2	3	4	8	9	(137)
¿Divide el texto en partes, identificando su estructura?				1	2	3	4	8	9	(130)	1	2	3	4	8	9	(138)
¿Subraya o resalta la idea más importante de un párrafo?				1	2	3	4	8	9	(131)	1	2	3	4	8	9	(139)
¿Utiliza ayudas visuales, por ejemplo, colores...?				1	2	3	4	8	9	(132)	1	2	3	4	8	9	(140)
¿Copia el material objeto de lectura en otra hoja?				1	2	3	4	8	9	(133)	1	2	3	4	8	9	(141)
¿Toma notas literales?				1	2	3	4	8	9	(134)	1	2	3	4	8	9	(142)
¿Escribe resúmenes utilizando sus propias palabras?				1	2	3	4	8	9	(135)	1	2	3	4	8	9	(143)
¿Identifica información importante de un texto?				1	2	3	4	8	9	(136)	1	2	3	4	8	9	(144)

**P.19. Los lectores una vez que FINALIZAMOS de leer un texto desarrollamos una serie de estrategias para verificar si hemos comprendido lo que hemos leído. ¿Me podría decir para cada sección, si utiliza estas estrategias para leer en PAPEL y en formato DIGITAL: siempre, habitualmente, ocasionalmente o nunca? (TARJETA B)**

Siempre	Habitualmente	Ocasionalmente	Nunca														
1	2	3	4														
CUANDO TERMINA DE LEER...				 FORMATO PAPEL						 FORMATO DIGITAL							
				1	2	3	4	NS	NC	1	2	3	4	NS	NC		
¿Evalúa su actuación como lector?				1	2	3	4	8	9	(145)	1	2	3	4	8	9	(150)
¿Es consciente de lo que sabe y de lo que no sabe?				1	2	3	4	8	9	(146)	1	2	3	4	8	9	(151)
¿Es consciente de qué no ha comprendido lo suficiente?				1	2	3	4	8	9	(147)	1	2	3	4	8	9	(152)
¿Es consciente que no disponía de conocimientos previos?				1	2	3	4	8	9	(148)	1	2	3	4	8	9	(153)
¿Es consciente que carece de estrategias que le ayudan o facilitan su comprensión?				1	2	3	4	8	9	(149)	1	2	3	4	8	9	(154)

### Estrategias de comprensión lectora en formato papel y en formato digital.

**P.20.** Cuando leemos un texto podemos utilizar diferentes estrategias y/o técnicas con el fin de mejorar la comprensión lectora. Seguidamente le voy a enunciar una serie de estrategias para fomentar la comprensión lectora. En su caso particular y cuando se enfrenta a la lectura de un texto académico en formato PAPEL y en formato DIGITAL ¿con qué frecuencia las utiliza en una escala de siempre, habitualmente, ocasionalmente, nunca? (TARJETA B)

ESTRATEGIAS	Siempre	Habitualmente	Ocasionalmente	Nunca												
	1	2	3	4	FORMATO PAPEL					FORMATO DIGITAL						
	1	2	3	4	NC	1	2	3	4	NC	1	2	3	4	NC	
Subrayado	1	2	3	4	9	(155)	1	2	3	4	9	(164)				
Anotaciones	1	2	3	4	9	(156)	1	2	3	4	9	(165)				
Resumen	1	2	3	4	9	(157)	1	2	3	4	9	(166)				
Esquema	1	2	3	4	9	(158)	1	2	3	4	9	(167)				
Mapas conceptuales	1	2	3	4	9	(159)	1	2	3	4	9	(168)				
Cuadros sinópticos	1	2	3	4	9	(160)	1	2	3	4	9	(169)				
Listas de conceptos	1	2	3	4	9	(161)	1	2	3	4	9	(170)				
Autopreguntas	1	2	3	4	9	(162)	1	2	3	4	9	(171)				
Otras	1	2	3	4	9	(163)	1	2	3	4	9	(172)				

### Aspectos susceptibles de mejora en los dispositivos que permiten la lectura en formato digital.

**P.21.** En estos momentos se está produciendo un gran desarrollo de los dispositivos electrónicos (por ejemplo, tabletas, libros electrónico...) que permiten la lectura en formato DIGITAL. Nos gustaría conocer su grado de satisfacción en relación al desarrollo de las prestaciones, en general, que presentan estos dispositivos electrónicos en estos momentos. Para cada aspecto me gustaría conocer su grado de satisfacción en una escala de excepcional, óptimo, satisfactorio, necesita mejorar y malo (TARJETA C).

CARACTERÍSTICAS...	Excepcional	Óptimo	Satisfactorio	Necesita mejorar	Malo	NC	
Pantalla: orientable e inclinable según gustos del usuario	1	2	3	4	5	9	(173)
Pantalla: Iluminación sin reflejos	1	2	3	4	5	9	(174)
Tamaño de las ilustraciones, gráficos...	1	2	3	4	5	9	(175)
Escala de grises	1	2	3	4	5	9	(176)
Conectividad	1	2	3	4	5	9	(177)
Compatibilidad	1	2	3	4	5	9	(178)
Portabilidad	1	2	3	4	5	9	(179)
Funcionalidades	1	2	3	4	5	9	(180)
Capacidad de la memoria	1	2	3	4	5	9	(181)
Duración de la batería	1	2	3	4	5	9	(182)
Conexión a la red telefónica	1	2	3	4	5	9	(183)
Inclusión de tecnología Bluetooth	1	2	3	4	5	9	(184)
Salida de voz	1	2	3	4	5	9	(185)
Peso	1	2	3	4	5	9	(186)
Precio	1	2	3	4	5	9	(187)
Otros	1	2	3	4	5	9	(188)

Seguidamente le vamos a realizar varias cuestiones en relación a los Recursos de la Información y la Comunicación que están disponibles en su Universidad.

**P.22.** En relación a sus competencias en Plataformas Educativas, ¿podría decirme cual es su nivel de capacitación (formación) en una escala de insuficiente, suficiente pero mejorable y satisfactorio?

PLATAFORMAS EDUCATIVAS	Moodle (189)	Blackboard (190)	Chamilo (191)	Academic Earth (192)	Helvia (193)
Deficiente	1	1	1	1	1
Insuficiente	2	2	2	2	2
Suficiente pero mejorable	3	3	3	3	3
Satisfactorio	4	4	4	4	4
Excelente	5	5	5	5	5
NS	8	8	8	8	8
NC	9	9	9	9	9

**P.23. De la siguiente lista, señale, por favor, que recursos de la Información y la Comunicación están disponibles en su Universidad para un uso académico (docencia, investigación, gestión y producción).**

**En el caso de que estén disponibles, dígame: Cómo valora su disponibilidad en su Universidad una escala de suficientes o insuficientes (1-10) y cuál es su grado de satisfacción en una escala de muy satisfecho a nada satisfecho.**

RECURSOS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN	DISPONIBILIDAD			GRADO DE SATISFACIÓN					
	Valoración 0-10	NS	NC	Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	NS	NC
Telefonía fija	98	99	(194)	1	2	3	4	8	9 (205)
Banda ancha	98	99	(195)	1	2	3	4	8	9 (206)
Telefonía móvil	98	99	(196)	1	2	3	4	8	9 (207)
Redes de televisión	98	99	(197)	1	2	3	4	8	9 (208)
Ordenador personal	98	99	(198)	1	2	3	4	8	9 (209)
Navegador de internet	98	99	(199)	1	2	3	4	8	9 (210)
Correo electrónico	98	99	(200)	1	2	3	4	8	9 (211)
Banca online	98	99	(201)	1	2	3	4	8	9 (212)
Audio y música	98	99	(202)	1	2	3	4	8	9 (213)
TV y cine	98	99	(203)	1	2	3	4	8	9 (214)
Comercio electrónico	98	99	(204)	1	2	3	4	8	9 (215)

**En las próximas cuestiones estamos interesados en conocer su nivel de competencias en las TICs.**

**P.24. En relación a sus competencias en Ofimática, ¿podría decirme, por favor, cual es su nivel de capacitación (formación) en una escala de insuficiente, suficiente pero mejorable y satisfactorio?**

OFIMÁTICA	Procesamiento de textos (216)	Hojas de cálculo (217)	Herramientas de presentación multimedia (218)	Utilidades: agendas, calculadoras, etc (219)	Programas de correo electrónico, correo de voz, mensajeros (220)	Base de datos (221)	Herramientas de reconocimiento y síntesis del habla (222)
Deficiente	1	1	1	1	1	1	1
Insuficiente	2	2	2	2	2	2	2
Suficiente pero mejorable	3	3	3	3	3	3	3
Satisfactorio	4	4	4	4	4	4	4
Excelente	5	5	5	5	5	5	5
NS	8	8	8	8	8	8	8
NC	9	9	9	9	9	9	9

**P.25. En relación a sus competencias en Internet, ¿podría decirme cual es su nivel de capacitación (formación) en una escala de insuficiente, suficiente pero mejorable y satisfactorio?**

INTERNET	Acceso a Internet (223)	Nombres de dominio (224)	Fuente de información (225)	Buscadores (226)	Índices o directorios temáticos (227)	Motores de búsqueda (228)	Metabuscaadores (229)
Deficiente	1	1	1	1	1	1	1
Insuficiente	2	2	2	2	2	2	2
Suficiente pero mejorable	3	3	3	3	3	3	3
Satisfactorio	4	4	4	4	4	4	4
Excelente	5	5	5	5	5	5	5
NS	8	8	8	8	8	8	8
NC	9	9	9	9	9	9	9

Seguidamente vamos a centrarnos en el Campus Virtual y en la o las Plataformas Educativas disponibles en su Universidad.

P.26. Seguidamente le vamos a realizar varias cuestiones más concretas en relación a al Campus Virtual, ¿podría decirme, por favor, si conoce la existencia en su Universidad de Campus Virtual?

SI	1	(230)
NO	2	
No recuerda	3	
NS	8	
NC	9	

**P.26.A. (SÓLO PARA LOS QUE HAN CONTESTADO SI EN P.26), ¿podría decirme, por favor, como está constituido el Campus Virtual?**

Es un pequeño entorno de capacitación	1	(231)
Representa la mitad de la universidad	2	
Englobar a la universidad completa	3	
Otra constitución ¿cuál?	4	
NS	8	
NC	9	

**P.26.B. (SÓLO PARA LOS QUE HAN CONTESTADO SI EN P.26) ¿Cuál es su grado de satisfacción con el funcionamiento del Campus Virtual en una escala de muy satisfecho a nada satisfecho?**

Muy satisfecho	1	(232)
Bastante satisfecho	2	
Poco satisfecho	3	
Nada satisfecho	4	
NS	8	
NC	9	

**P.26.C. (SÓLO PARA LOS QUE HAN CONTESTADO SI EN P.26) ¿Podría decirme con qué frecuencia suele usted utilizar el Campus Virtual?**

Todos los días	1	(233)
Casi todos los días	2	
Una o dos veces por semana	3	
Varias veces al mes	4	
Una o dos veces al mes	5	
Con menor frecuencia	6	
Nunca o casi nunca	7	
NC	9	



**P.26.C.1. (SÓLO PARA DOCENTES LOS QUE HAN CONTESTADO 1, 2, 3, 4 Y 5 EN P.26.C). Podría concretarme, ¿Cuáles son las dos finalidades principales por las que usted utiliza el Campus Virtual?**

Para...

Contactar de forma interactivo con los estudiantes.	1	(234-235)
Compartir experiencias.	2	
Ofrecer información adicional.	3	
Incorporar calificaciones (exámenes, actividades...).	4	
Facilitar materiales didácticos (apuntes, artículos...).	5	
Facilitar horarios de clases (teóricas, prácticas, tutorías...).	6	
Consultar servicios administrativos complementarios (por ejemplo, biblioteca, expediente académico...).	7	
NS	8	
NC	9	



**P.26.C.2. (SÓLO PARA ESTUDIANTES QUE HAN CONTESTADO 1, 2, 3, 4 Y 5 EN P.26.C). Podría concretarme, ¿Cuáles son las dos finalidades principales por las que usted utiliza el Campus Virtual? Para...**

Contactar de forma interactivo con otros estudiantes.	1	(236-237)
Contactar de forma interactivo con otros docentes.	2	
Compartir experiencias.	3	
Ofrecer información adicional.	4	
Consultar calificaciones (exámenes, actividades...).	5	
Facilitar materiales didácticos (apuntes, artículos...).	6	
Consultar materiales didácticos (apuntes, artículos...).	7	
Consultar horarios de clases (teóricas, prácticas, tutorías...).	8	
Consultar servicios administrativos complementarios (por ejemplo, biblioteca, expediente académico...).	9	
NS	98	
NC	99	



### Las siguientes preguntas se formulan A TODOS

**P.27.** Seguidamente le vamos a realizar varias cuestiones más concretas en relación a las **PLATAFORMAS EDUCATIVAS**. Inicialmente ¿podría decirme si en su Universidad dispone de Plataforma Educativa?

SI	1	(238)
NO	2	
No recuerda	3	
NS	8	
NC	9	

**P.27.A. (SÓLO PARA LOS QUE HAN CONTESTADO SI EN P.27),** ¿Podría decirme, por favor, cuál de ellas se utiliza en su Universidad?

PLATAFORMAS EDUCATIVAS	SI	NO	NO RECUERDA	NS	NC	
Moodle	1	2	3	8	9	(239)
Blackboard	1	2	3	8	9	(240)
Chamilo	1	2	3	8	9	(241)
Academic Earth	1	2	3	8	9	(242)
Helvia	1	2	3	8	9	(243)
WebCT	1	2	3	8	9	(244)
aLF	1	2	3	8	9	(245)
Otra	1	2	3	8	9	(246)
NS	1	2	3	8	9	(247)
NC	1	2	3	8	9	(248)

**P.27.B. (SÓLO PARA LOS QUE HAN CONTESTADO SI EN P.27)** ¿Cuál es su grado de satisfacción con el funcionamiento de la Plataforma Educativa en una escala de muy satisfecho a nada satisfecho?

Muy satisfecho	1	(249)
Bastante satisfecho	2	
Poco satisfecho	3	
Nada satisfecho	4	
NS	8	
NC	9	

**P.27.C. (SÓLO PARA LOS QUE HAN CONTESTADO SI EN P.27)** ¿Podría decirme con qué frecuencia suele usted utilizar la Plataforma Educativa de su Universidad?

Todos los días	1	(250)
Casi todos los días	2	
Una o dos veces por semana	3	
Varias veces al mes	4	
Una o dos veces al mes	5	
Con menor frecuencia	6	
Nunca o casi nunca	7	
NC	9	

**P.28.** En relación al uso educativo de las plataformas educativas en la Universidad, le voy a leer una serie de opiniones que expresan juicios de valor y que manifiesta diversas opiniones. ¿Podría decirme, por favor, para cada una de las siguientes opiniones, si está muy de acuerdo, bastante, algo, poco o nada de acuerdo?

OPINIONES PLATAFORMA EDUCATIVA	Muy de acuerdo	Bastante de acuerdo	Algo de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo	NS	NC	
Son de gran valor para asegurar la cultura en lugares en los cuales de otra manera podría ser casi inaccesible.	1	2	3	4	5	8	9	(251)
Son una herramienta valiosa para la impartición de una enseñanza individualizada y personalizada.	1	2	3	4	5	8	9	(252)
Permite mejorar el mejor aprendizaje de los alumnos al facilitarle diversas herramientas (foros, chats, wiki...).	1	2	3	4	5	8	9	(253)
Facilitan el desarrollo de una educación adaptada a la era digital.	1	2	3	4	5	8	9	(254)
Suponen una negación a la enseñanza.	1	2	3	4	5	8	9	(255)
Deja de tener importancia la interacción estudiante - docente.	1	2	3	4	5	8	9	(256)
Conlleva a la deshumanización de la enseñanza al perder el contacto interpersonal.	1	2	3	4	5	8	9	(257)
Son un privilegio solo accesible para ciertos sectores de la población ya que exige tener accesibilidad a recursos electrónicos.	1	2	3	4	5	8	9	(258)

**OTROS DATOS DE INTERES:****P. 29. Sexo:**

Hombre 1 (259)  
Mujer 2

**P.30. ¿Cuántos años cumplió usted en su último cumpleaños?**

(260) (261)  
\_\_\_\_\_  
NC 99

**P.31. Cuando se habla de política se utilizan normalmente las expresiones izquierda y derecha. En esta tarjeta hay una serie de casillas que van de izquierda a derecha. ¿En qué casilla se coloca usted? (TARJETA D)**

(262)  
\_\_\_\_\_  
NC 99

**P.32.A. (SÓLO PARA ESTUDIANTES). Además de estudiar, ¿se encuentra usted en alguna de las siguientes situaciones actualmente?**

Trabaja	1	(263)
Jubilado/o o pensionista (anteriormente ha trabajado)	2	
Pensionista (anteriormente no he trabajado)	3	
Parado y he trabajado antes	4	
Trabajo doméstico no remunerado	5	
Otra situación ¿cuál?	6	
NC	9	

**P.32.B. (SÓLO PARA DOCENTES). Podría indicarme, por favor, ¿En qué tramos están comprendidos sus ingresos personales, después de las deducciones de impuestos, es decir, sus ingresos netos? (TARJETA E)**

Menos o igual a 300 euros	1	(264)
De 301 a 600 euros	2	
De 601 a 900 euros	3	
De 901 a 1200 euros	4	
De 1201 a 1800 euros	5	
De 1801 a 2400 euros	6	
De 2401 a 3000 euros	7	
De 3001 a 4500 euros	8	
De 4501 a 6000 euros	9	
Más de 6000 euros	10	
NC	99	

## **ANEXO 02: Tarjetas**

**P.12. (TARJETA A)****TARJETA A (GRADO DE ACUERDO)**

Muy de acuerdo	1
De acuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	4
Muy en desacuerdo	5
NC	9

**P.17. (TARJETA B)****TARJETA N (FRECUENCIA)**

Siempre	1
Habitualmente	2
Ocasionalmente	3
Nunca	4
NC	9

**P.18. (TARJETA B)****TARJETA N (FRECUENCIA)**

Siempre	1
Habitualmente	2
Ocasionalmente	3
Nunca	4
NC	9

**P.19. (TARJETA B)****TARJETA N (FRECUENCIA)**

Siempre	1
Habitualmente	2
Ocasionalmente	3
Nunca	4
NC	9

**P.20. (TARJETA B)****TARJETA N (FRECUENCIA)**

Siempre	1
Habitualmente	2
Ocasionalmente	3
Nunca	4
NC	9

**P.21. (TARJETA C)****TARJETA C (GRADO DE SATISFACCIÓN CON EL DESARROLLO DE LAS PRESTACIONES)**

Excepcional	1
Óptimo	2
Satisfactorio	3
Necesita mejorar	4
Malo	5
NC	9

**P.31. (TARJETA D)****TARJETA D (ESCALA DE UBICACIÓN IDEOLÓGICA)****Izquierda****Derecha**

01      02      03      04      05      06      07      08      09      10

**P.32.B. Para DOCENTES. (TARJETA E)  
TARJETA E (INGRESOS PERSONALES)**

Menos o igual a 300 euros	1
De 301 a 600 euros	2
De 601 a 900 euros	3
De 901 a 1200 euros	4
De 1201 a 1800 euros	5
De 1801 a 2400 euros	6
De 2401 a 3000 euros	7
De 3001 a 4500 euros	8
De 4501 a 6000 euros	9
Más de 6000 euros	10
NC	99

**ANEXO 03:Libro de códigos**

PREGUNTAS	COLUMNAS	CÓDIGO
Nº ESTUDIO	1-4	
CUESTIONARIO	5-9	
01_PREGUNTA	10	Precodificadas
02_A_PREGUNTA	11-12	Universidad (Código aparte)
	13-14	Comunidad Autónoma (Código aparte)
	15-16	Provincia (Código aparte)
02_B_PREGUNTA	17-18	Universidad (Código aparte)
	19-20	Comunidad Autónoma (Código aparte)
	21-22	Provincia (Código aparte)
03_A_PREGUNTA	23	Precodificadas
03_B_PREGUNTA	24	Precodificadas
04_A_PREGUNTA	25	Precodificadas
04_B_PREGUNTA	26	Precodificadas
05_A_PREGUNTA	27	Precodificadas
05_B_PREGUNTA	28	Precodificadas
06_B_PREGUNTA	29	Precodificadas
07_PREGUNTA	30-31	Precodificadas
08_PREGUNTA	32-33	Precodificadas
09_PREGUNTA	34-38	Precodificadas
	39-43	Precodificadas
10_PREGUNTA	44-51	Precodificadas
	52-59	Precodificadas
11_PREGUNTA	60-76	Precodificadas
12_PREGUNTA	77-84	Precodificadas
	85-92	Precodificadas
13_PREGUNTA	93-102	Precodificadas
14_PREGUNTA	103-104	Precodificadas
	105-106	Precodificadas
15_PREGUNTA	107-113	Precodificadas
16_PREGUNTA	114-120	Precodificadas
17_PREGUNTA	121-124	Precodificadas
	125-128	Precodificadas
18_PREGUNTA	129-136	Precodificadas
	137-144	Precodificadas
19_PREGUNTA	145-149	Precodificadas
	150-154	Precodificadas
20_PREGUNTA	155-163	Precodificadas
	164-172	Precodificadas
21_PREGUNTA	173-188	Precodificadas
22_PREGUNTA	189-193	Precodificadas
23_PREGUNTA	194-204	Disponibilidad: 1 a 10
	205-215	Precodificadas
24_PREGUNTA	216-222	Precodificadas
25_PREGUNTA	223-229	Precodificadas
26_PREGUNTA	230	Precodificadas
26_A_PREGUNTA	231	Precodificadas
26_B_PREGUNTA	232	Precodificadas
26_C_PREGUNTA	233	Precodificadas
26_C_1_PREGUNTA	234-235	Precodificadas
26_C_2_PREGUNTA	236-237	Precodificadas
27_PREGUNTA	238	Precodificadas

27_A_PREGUNTA	239-248	Precodificadas
27_B_PREGUNTA	249	Precodificadas
27_C_PREGUNTA	250	Precodificadas
28_PREGUNTA	251-258	Precodificadas
29_PREGUNTA	259	Precodificadas
30_PREGUNTA	260-261	Precodificadas
31_PREGUNTA	262	Precodificadas
32_A_PREGUNTA	263	Precodificadas
32_B_PREGUNTA	264	Precodificadas

11-12 17-18	Universidad (Código aparte)	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2" data-bbox="743 188 1378 224">UNIVERSIDADES PÚBLICAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td data-bbox="743 224 807 259">01</td><td data-bbox="807 224 1378 259">Universidad de Alcalá de Henares</td></tr> <tr><td data-bbox="743 259 807 295">02</td><td data-bbox="807 259 1378 295">Universidad de Alicante</td></tr> <tr><td data-bbox="743 295 807 331">03</td><td data-bbox="807 295 1378 331">Universidad de Almería</td></tr> <tr><td data-bbox="743 331 807 367">04</td><td data-bbox="807 331 1378 367">Universidad Autónoma de Barcelona</td></tr> <tr><td data-bbox="743 367 807 403">05</td><td data-bbox="807 367 1378 403">Universidad Autónoma de Madrid</td></tr> <tr><td data-bbox="743 403 807 439">06</td><td data-bbox="807 403 1378 439">Universidad de Barcelona</td></tr> <tr><td data-bbox="743 439 807 474">07</td><td data-bbox="807 439 1378 474">Universidad de Burgos</td></tr> <tr><td data-bbox="743 474 807 510">08</td><td data-bbox="807 474 1378 510">Universidad de Cádiz</td></tr> <tr><td data-bbox="743 510 807 546">09</td><td data-bbox="807 510 1378 546">Universidad de Cantabria</td></tr> <tr><td data-bbox="743 546 807 582">10</td><td data-bbox="807 546 1378 582">Universidad Carlos III de Madrid</td></tr> <tr><td data-bbox="743 582 807 618">11</td><td data-bbox="807 582 1378 618">Universidad de Castilla-La Mancha</td></tr> <tr><td data-bbox="743 618 807 654">12</td><td data-bbox="807 618 1378 654">Universidad Complutense de Madrid 1</td></tr> <tr><td data-bbox="743 654 807 689">13</td><td data-bbox="807 654 1378 689">Universidad de Córdoba</td></tr> <tr><td data-bbox="743 689 807 725">14</td><td data-bbox="807 689 1378 725">Universidad de La Coruña</td></tr> <tr><td data-bbox="743 725 807 761">15</td><td data-bbox="807 725 1378 761">Universidad de Extremadura</td></tr> <tr><td data-bbox="743 761 807 797">16</td><td data-bbox="807 761 1378 797">Universidad de Girona</td></tr> <tr><td data-bbox="743 797 807 833">17</td><td data-bbox="807 797 1378 833">Universidad de Granada</td></tr> <tr><td data-bbox="743 833 807 869">18</td><td data-bbox="807 833 1378 869">Universidad de Huelva</td></tr> <tr><td data-bbox="743 869 807 904">19</td><td data-bbox="807 869 1378 904">Universidad de Islas Baleares</td></tr> <tr><td data-bbox="743 904 807 940">20</td><td data-bbox="807 904 1378 940">Universidad de Jaén</td></tr> <tr><td data-bbox="743 940 807 976">21</td><td data-bbox="807 940 1378 976">Universidad Jaume I de Castellón</td></tr> <tr><td data-bbox="743 976 807 1012">22</td><td data-bbox="807 976 1378 1012">Universidad de La Laguna</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1012 807 1048">23</td><td data-bbox="807 1012 1378 1048">Universidad de La Rioja</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1048 807 1084">24</td><td data-bbox="807 1048 1378 1084">Universidad de León</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1084 807 1120">25</td><td data-bbox="807 1084 1378 1120">Universidad de Lleida</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1120 807 1155">26</td><td data-bbox="807 1120 1378 1155">Universidad de Málaga</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1155 807 1191">27</td><td data-bbox="807 1155 1378 1191">Universidad Miguel Hernández de Elche</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1191 807 1227">28</td><td data-bbox="807 1191 1378 1227">Universidad de Murcia</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1227 807 1263">29</td><td data-bbox="807 1227 1378 1263">Universidad de Oviedo</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1263 807 1299">30</td><td data-bbox="807 1263 1378 1299">Universidad Pablo de Olavide</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1299 807 1335">31</td><td data-bbox="807 1299 1378 1335">Universidad del País Vasco</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1335 807 1370">32</td><td data-bbox="807 1335 1378 1370">Universidad de Las Palmas</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1370 807 1406">33</td><td data-bbox="807 1370 1378 1406">Universidad Politécnica de Cartagena</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1406 807 1442">34</td><td data-bbox="807 1406 1378 1442">Universidad Politécnica de Cataluña</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1442 807 1478">35</td><td data-bbox="807 1442 1378 1478">Universidad Politécnica de Madrid</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1478 807 1514">36</td><td data-bbox="807 1478 1378 1514">Universidad Politécnica de Valencia</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1514 807 1550">37</td><td data-bbox="807 1514 1378 1550">Universidad Pompeu Fabra</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1550 807 1585">38</td><td data-bbox="807 1550 1378 1585">Universidad Pública de Navarra 1</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1585 807 1621">39</td><td data-bbox="807 1585 1378 1621">Universidad Rey Juan Carlos</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1621 807 1657">40</td><td data-bbox="807 1621 1378 1657">Universidad Rovira i Virgili</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1657 807 1693">41</td><td data-bbox="807 1657 1378 1693">Universidad de Salamanca</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1693 807 1729">42</td><td data-bbox="807 1693 1378 1729">Universidad de Santiago</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1729 807 1765">43</td><td data-bbox="807 1729 1378 1765">Universidad de Sevilla</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1765 807 1800">44</td><td data-bbox="807 1765 1378 1800">Universidad de Valencia (Est. General)</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1800 807 1836">45</td><td data-bbox="807 1800 1378 1836">Universidad de Valladolid</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1836 807 1872">46</td><td data-bbox="807 1836 1378 1872">Universidad de Vigo</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1872 807 1908">47</td><td data-bbox="807 1872 1378 1908">Universidad de Zaragoza</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1908 807 1944">48</td><td data-bbox="807 1908 1378 1944">Universidad Internacional de Andalucía</td></tr> <tr><td data-bbox="743 1944 807 1980">49</td><td data-bbox="807 1944 1378 1980">Universidad Internacional Menéndez Pelayo</td></tr> </tbody> </table>	UNIVERSIDADES PÚBLICAS		01	Universidad de Alcalá de Henares	02	Universidad de Alicante	03	Universidad de Almería	04	Universidad Autónoma de Barcelona	05	Universidad Autónoma de Madrid	06	Universidad de Barcelona	07	Universidad de Burgos	08	Universidad de Cádiz	09	Universidad de Cantabria	10	Universidad Carlos III de Madrid	11	Universidad de Castilla-La Mancha	12	Universidad Complutense de Madrid 1	13	Universidad de Córdoba	14	Universidad de La Coruña	15	Universidad de Extremadura	16	Universidad de Girona	17	Universidad de Granada	18	Universidad de Huelva	19	Universidad de Islas Baleares	20	Universidad de Jaén	21	Universidad Jaume I de Castellón	22	Universidad de La Laguna	23	Universidad de La Rioja	24	Universidad de León	25	Universidad de Lleida	26	Universidad de Málaga	27	Universidad Miguel Hernández de Elche	28	Universidad de Murcia	29	Universidad de Oviedo	30	Universidad Pablo de Olavide	31	Universidad del País Vasco	32	Universidad de Las Palmas	33	Universidad Politécnica de Cartagena	34	Universidad Politécnica de Cataluña	35	Universidad Politécnica de Madrid	36	Universidad Politécnica de Valencia	37	Universidad Pompeu Fabra	38	Universidad Pública de Navarra 1	39	Universidad Rey Juan Carlos	40	Universidad Rovira i Virgili	41	Universidad de Salamanca	42	Universidad de Santiago	43	Universidad de Sevilla	44	Universidad de Valencia (Est. General)	45	Universidad de Valladolid	46	Universidad de Vigo	47	Universidad de Zaragoza	48	Universidad Internacional de Andalucía	49	Universidad Internacional Menéndez Pelayo
UNIVERSIDADES PÚBLICAS																																																																																																						
01	Universidad de Alcalá de Henares																																																																																																					
02	Universidad de Alicante																																																																																																					
03	Universidad de Almería																																																																																																					
04	Universidad Autónoma de Barcelona																																																																																																					
05	Universidad Autónoma de Madrid																																																																																																					
06	Universidad de Barcelona																																																																																																					
07	Universidad de Burgos																																																																																																					
08	Universidad de Cádiz																																																																																																					
09	Universidad de Cantabria																																																																																																					
10	Universidad Carlos III de Madrid																																																																																																					
11	Universidad de Castilla-La Mancha																																																																																																					
12	Universidad Complutense de Madrid 1																																																																																																					
13	Universidad de Córdoba																																																																																																					
14	Universidad de La Coruña																																																																																																					
15	Universidad de Extremadura																																																																																																					
16	Universidad de Girona																																																																																																					
17	Universidad de Granada																																																																																																					
18	Universidad de Huelva																																																																																																					
19	Universidad de Islas Baleares																																																																																																					
20	Universidad de Jaén																																																																																																					
21	Universidad Jaume I de Castellón																																																																																																					
22	Universidad de La Laguna																																																																																																					
23	Universidad de La Rioja																																																																																																					
24	Universidad de León																																																																																																					
25	Universidad de Lleida																																																																																																					
26	Universidad de Málaga																																																																																																					
27	Universidad Miguel Hernández de Elche																																																																																																					
28	Universidad de Murcia																																																																																																					
29	Universidad de Oviedo																																																																																																					
30	Universidad Pablo de Olavide																																																																																																					
31	Universidad del País Vasco																																																																																																					
32	Universidad de Las Palmas																																																																																																					
33	Universidad Politécnica de Cartagena																																																																																																					
34	Universidad Politécnica de Cataluña																																																																																																					
35	Universidad Politécnica de Madrid																																																																																																					
36	Universidad Politécnica de Valencia																																																																																																					
37	Universidad Pompeu Fabra																																																																																																					
38	Universidad Pública de Navarra 1																																																																																																					
39	Universidad Rey Juan Carlos																																																																																																					
40	Universidad Rovira i Virgili																																																																																																					
41	Universidad de Salamanca																																																																																																					
42	Universidad de Santiago																																																																																																					
43	Universidad de Sevilla																																																																																																					
44	Universidad de Valencia (Est. General)																																																																																																					
45	Universidad de Valladolid																																																																																																					
46	Universidad de Vigo																																																																																																					
47	Universidad de Zaragoza																																																																																																					
48	Universidad Internacional de Andalucía																																																																																																					
49	Universidad Internacional Menéndez Pelayo																																																																																																					

		50	Universidad Nacional de Educación a Distancia
		UNIVERSIDADES PRIVADAS	
		51	IE University (antes Universidad SEK)
			Universidad Abat Oliba-CEU
		52	Universidad Alfonso X el Sabio
		53	Universidad Antonio de Nebrija
		54	Universidad Camilo José Cela
		55	Universidad Cardenal Herrera-CEU
		56	Universidad Católica de Avila
		57	Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir
		58	Universidad Católica San Antonio de Murcia
		59	Universidad de Deusto
		60	Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)
		61	Universidad Europea Miguel de Cervantes
		62	Universidad Europea de Madrid
		64	Universidad Francisco de Vitoria
		65	Universidad Internacional de Catalunya
		66	Universidad Internacional de La Rioja
		67	Universidad Internacional Valenciana
		68	Universidad de Mondragón
		69	Universidad de Navarra
		70	Universidad Oberta de Catalunya
		71	Universidad Pontificia Comillas
		72	Universidad Pontificia de Salamanca
		73	Universidad Ramón Llull
		74	Universidad San Pablo-CEU
		75	Universidad San Jorge
		76	Universidad de Vic
13-14 19-20	Comunidad Autónoma (Código aparte)	01	Andalucía
		02	Aragón
		03	Principado de Asturias
		04	Islas Baleares
		05	Canarias
		06	Cantabria
		07	Castilla-La Mancha
		08	Castilla y León
		09	Cataluña
		10	Comunidad Valenciana
		11	Extremadura
		12	Galicia
		13	Comunidad de Madrid
		14	Región de Murcia
		15	Comunidad Foral de Navarra
		16	País Vasco
		17	La Rioja
15-16 21-22	Provincia (Código aparte)	01	Albacete
		02	Alicante/Alacant

	03	Almería
	04	Araba/Álava
	05	Asturias
	06	Ávila
	07	Badajoz
	08	Balears, Illes
	09	Barcelona
	10	Bizkaia
	11	Burgos
	12	Cáceres
	13	Cádiz
	14	Cantabria
	15	Castellón/Castelló
	16	Ciudad Real
	17	Córdoba
	18	Coruña, A
	19	Cuenca
	20	Gipuzkoa
	21	Girona
	22	Granada
	23	Guadalajara
	24	Huelva
	25	Huesca
	26	Jaén
	27	León
	28	Lleida
	29	Lugo
	30	Madrid
	31	Málaga
	32	Murcia
	33	Navarra
	34	Ourense
	35	Palencia
	36	Palmas, Las
	37	Pontevedra
	38	Rioja, La
	39	Salamanca
	40	Santa Cruz de Tenerife
	41	Segovia
	42	Sevilla
	43	Soria
	44	Tarragona
	45	Teruel
	46	Toledo
	47	Valencia/València
	48	Valladolid
	49	Zamora
	50	Zaragoza
	51	Ceuta
	52	Melilla

## **ANEXO 04: Presentación del cuestionario**



**PISA**  
IN FOCUS  
12

OECD

**¿Están preparados los chicos y las chicas  
para la era digital?**

- Más del 75% de los estudiantes de Australia, Corea y Nueva Zelanda consiguen los niveles más altos de rendimiento en lectura digital, mientras que menos del 5% de los estudiantes de Austria, Chile y Polonia llegan a esos niveles.
- En promedio, las alumnas superan a los alumnos en lectura digital; sin embargo, la brecha de género en la lectura digital es menor que en la lectura impresa.
- Comparando alumnos y alumnas con niveles similares de competencia en lectura impresa, los chicos tienden a demostrar mejores habilidades de navegación digital y por lo tanto, mayor puntuación en lectura digital.

2

### Algunas cuestiones previas

- ¿Están preparados los docentes y los estudiantes universitarios para la lectura en formato digital?
- ¿Existe la “brecha digital” entre los docentes y los estudiantes universitarios?

3

### Introducción

- Podemos comparar el cambio actual en los hábitos de lectura, debido a la revolución digital, al que se produjo con la invención de la imprenta.
- Esta revolución está cambiando la educación, que a su vez va a ser su mayor impulsora (nativos digitales).
- Es necesario valorar y entender este cambio y crear herramientas que aprovechen las oportunidades que implica.

4

### Finalidad (1/2)

Analizar el perfil sociodemográfico/político y socioeconómico de los lectores (docentes y estudiantes universitarios) en formato papel o en digital.



Analizar la formación y experiencia en el uso de las TICs de los lectores (docentes y estudiantes universitarios) en formato papel o en digital.

Comparar preferencias, motivos, ventajas y desventajas que manifiestan los lectores (docentes y estudiantes) en función del formato (papel o en digital).



Comparar hábitos lectores de estudiantes y docentes universitarios en formato papel y en formato digital.

6

### Finalidad (2/2)

Conocer las estrategias de comprensión lectora que desarrollan los lectores (docentes y estudiantes) en formato papel y en digital.



Detectar aspectos susceptibles de mejora para potenciar la comprensión lectora en formato digital entre los estudiantes y docentes universitarios.

7

### Rasgos más relevantes

- **Población diana:** docentes y estudiantes universitarios.
- **Nº preguntas:** 32
- **Dimensiones:** 4
  - I. Perfiles de los lectores en formato papel y en formato digital.
  - II. Capacitación, formación y experiencia en tecnologías de la información y la comunicación.
  - III. Comparación de la lectura en formato papel versus formato digital.
  - IV. Aspectos a mejorar de los dispositivos lectura digital.
- **Formato:** Autoadministrado. *On line* (internet).
- **Tiempo estimado de realización:** 20 minutos.
- **Materiales:** Tarjetas y guía de autoaplicación.
- **Propiedades psicométricas:** No disponibles.

8

Participantes		PAPEL	PANTALLA
			
Estudiante universitario			
Docente universitario			

E. Bausela Herrera

9

Agradecemos su participación y  
colaboración desinteresada

**[ebausera@gmail.com](mailto:ebausera@gmail.com)**



## **ANEXO 05: Carta de presentación**



Estimados compañeros:

Nos ponemos en contacto con usted para solicitarle unos minutos de su valioso tiempo. Estamos desarrollando un estudio que tiene como finalidad investigar los hábitos lectores de profesores y estudiantes universitarios y comparar la lectura en formato papel con el formato digital en estos momentos de auge de las nuevas tecnologías.

Este estudio está siendo financiado parcialmente por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y por el Instituto Nacional de Estadística<sup>9</sup>. Esta investigación se está realizando en todo el territorio nacional y en ella están participando diferentes Universidades públicas, privadas y otros entes públicos.

Le solicitamos su participación para cumplimentar un cuestionario de manera anónima y confidencial. La aplicación informática del cuestionario le permite rellenar el cuestionario en una única sesión, no obstante, ha sido diseñado pensando, también, para que pueda ser contestado en varias sesiones, por si por circunstancias particulares y excepcionales no pudiera completarlo en una única sesión.

Sin otro particular y agradeciendo de antemano su colaboración y participación voluntaria y desinteresada, reciba un saludo.

En Madrid, 10 de febrero de 2014

Investigador Principal: Esperanza Bausela Herreras

---

<sup>9</sup> Estudio ficticio.

**ANEXO 06: Carta dirigida a docentes**



## CUESTIONARIO DE CAPTACIÓN DOCENTE UNIVERSITARIO

Universidad:

Comunidad Autónoma:

Provincia:

Buenos días / buenas tardes:

Inicialmente presentarnos, somos un Equipo de Investigación que estamos desarrollando una investigación en relación a la lectura en formato digital y la lectura en formato papel entre estudiantes y docentes de Educación Superior. Usted ha sido seleccionado al azar mediante métodos aleatorios y solicitamos su participación en dicho estudio. Le garantizamos el absoluto anonimato y secreto de sus respuestas en el más estricto cumplimiento de las leyes sobre secreto estadístico y protección de datos personales. Una vez grabada la información de forma anónima, los cuestionarios individuales son destruidos inmediatamente.

Nos gustaría saber si desea participar en este estudio  SI  NO

Si desea participar, nos gustaría conocer, con tal fin, los siguientes aspectos:

- Su universidad es...  Pública  
 Privada  
 Otro ente público
- Usted imparte docencia siguiendo la metodología...  Presencial  
 Distancia (on line)  
 Ambos
- ¿A qué rama de conocimiento está usted vinculado?  Artes, Humanidades, Ciencias Sociales y Jurídicas  
 Ciencias  
 Ciencias de la Salud  
 Ingeniería y arquitectura
- Nos podría indicar ¿cuál es su categoría profesional?  Contratado  
 Funcionario

Si decide participar en este estudio le enviaremos una carta comentando los aspectos más relevantes del estudio, así como las instrucciones para la correcta cumplimentación del cuestionario.

Si tiene alguna duda o cuestión le facilito mi correo electrónico: ebausela@gmail.com.

Agradecemos de antemano su participación, disponibilidad e interés.

Saludos cordiales, Equipo de Investigación.

### A rellenar por el captador

Nombre del captador:

Fecha de captación:

**ANEXO 07: Carta dirigida a estudiantes**



## CUESTIONARIO DE CAPTACIÓN ESTUDIANTE UNIVERSITARIO

Universidad:

Comunidad Autónoma:

Provincia:

---

Buenos días / buenas tardes:

Inicialmente presentarnos, somos un Equipo de Investigación que estamos desarrollando una investigación en relación a la lectura en formato digital y la lectura en formato papel entre estudiantes y docentes de Educación Superior. Usted ha sido seleccionado al azar mediante métodos aleatorios y solicitamos su participación en dicho estudio. Le garantizamos el absoluto anonimato y secreto de sus respuestas en el más estricto cumplimiento de las leyes sobre secreto estadístico y protección de datos personales. Una vez grabada la información de forma anónima, los cuestionarios individuales son destruidos inmediatamente.

Nos gustaría saber si desea participar en este estudio  SI  NO

Si desea participar, nos gustaría conocer, con tal fin, los siguientes aspectos:

Su universidad es...

- Pública
- Privada
- Otro ente público

Los estudios que usted cursa siguen la metodología...

- Presencial
- Distancia (on line)
- Ambos

¿A qué rama de conocimiento está usted vinculado?

- Artes, Humanidades, Ciencias Sociales y Jurídicas
- Ciencias
- Ciencias de la Salud
- Ingeniería y arquitectura

Nos podría indicar ¿cuáles el nivel de sus estudios?

- Grado
- Posgrado

Si decide participar en este estudio le enviaremos una carta comentando los aspectos más relevantes del estudio, así como las instrucciones para la correcta cumplimentación del cuestionario.

Si tiene alguna duda o cuestión le facilito mi correo electrónico: [ebausela@gmail.com](mailto:ebausela@gmail.com).

Agradecemos de antemano su participación, disponibilidad e interés.

Saludos cordiales, Equipo de Investigación.

### A rellenar por el captador

Nombre del captador:

Fecha de captación:

## **ANEXO 08: Guía de autoaplicación del cuestionario**



- 📖 La opción **“NC”** (No Contesta) puede ser utilizada, sólo para responder aquellas cuestiones que no desea contestar, ya que es recomendable no dejar en blanco o sin contestar ninguna pregunta.
- 📖 Algunas preguntas van acompañadas de unas tarjetas que le permitan tener presente la escala a utilizar para responderlas.
- 📖 Para facilitar la sistematización de la información debe rellenar el impreso directamente en su ordenador y una vez cumplimentado remitirlo siguiendo las instrucciones que se detallan en el mismo.
- 📖 El cuestionario ha sido diseñado para ser cumplimentado en una sesión, no obstante, si por alguna circunstancia lo cumplimenta en varias sesiones, deber guardar el cuestionario con la opción **“GUARDAR”** para poder almacenar las respuestas que han sido cumplimentadas y poder recuperarlas posteriormente.
- 📖 El documento se puede visualizar con cualquier navegador desde **PC y MAC**.
- 📖 Si necesita apoyo técnico le facilitamos el correo electrónico del informático que se encarga de gestionar y dar apoyo técnico a incidencias técnicas (soporte.papel\_digital@gmail.com).

Esperamos que el cuestionario sea de su máximo interés y agradecemos su colaboración desinteresada.

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Procesos cognitivos implicados en la lectura .....	10
Figura 2. Etapas del muestreo de la submuestra de estudiantes universitarios. ....	21
Figura 3. Etapas del muestreo de la submuestra de docentes universitarios. ....	22
Figura 4. Núcleos del estudio Nº2537 “Hábitos de lectura diarios” .....	30
Figura 5. Variables de investigación: investigadas e investigadoras.....	32
Figura 6. Diagrama de cajas para la variable tamaño del hogar. ....	38
Figura 7. Porcentaje de la muestra participante en función del sexo.....	39
Figura 8. Porcentaje de la muestra participante en función de la edad. ....	40
Figura 9. Diagrama de tallo y hojas de la variable edad.....	42
Figura 10. Porcentaje de la muestra participante en función en función del tamaño del hábitat.....	43
Figura 11. Porcentaje de la muestra participante en función del número de periódicos de lectura de prensa de información general que leen en un día laborable.....	44
Figura 12. Porcentaje de la muestra participante en función la lectura de prensa de información general en un día festivo/fin de semana. ....	45
Figura 13. Porcentaje de la muestra participante en función la lectura de prensa deportiva en un día laborable. ....	46
Figura 14. Porcentaje de la muestra participante en función la lectura de prensa económica en un día laborable. ....	47
Figura 15. Porcentaje de la muestra participante en función del soporte preferido para la lectura de la prensa: edición digital o papel.....	48
Figura 16. Porcentaje de la muestra participante en función en función de los idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, Alemán. ....	49
Figura 17. Porcentaje de la muestra participante en función en función de los idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, Inglés. ....	50
Figura 18. Fases en el diseño de un cuestionario (Davidson, 1970, citado por Rincón <i>et al.</i> 1995: 209).....	81
Figura 19. Dimensiones nucleares del cuestionario y preguntas.....	82

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de los cuestionarios en función de los estratos y de los conglomerados. ....	22
Tabla 2. Temporalización y cronograma de la investigación .....	28
Tabla 3. Descriptivos para la variable tamaño del hogar. ....	38
Tabla 4. Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función del sexo. ....	39
Tabla 5. Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función de la edad. ....	40
Tabla 6. Descriptivos de la variable edad. ....	41
Tabla 7. Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función del tamaño del hábitat. ....	43
Tabla 8. Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función del número de periódicos de lectura de prensa de información general que leen en un día laborable. ....	44
Tabla 9. Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función de la lectura de prensa de información general en un día festivo/fin de semana. ....	45
Tabla 10. Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función de la lectura de prensa deportiva en un día laborable. ....	46
Tabla 11. Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función de la lectura de prensa económica en un día laborable. ....	47
Tabla 12. Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función del soporte preferido para la lectura de la prensa: edición digital o papel. ....	48
Tabla 13. Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función de los idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, Alemán. ....	49
Tabla 14. Distribución de frecuencias y porcentaje de la muestra participante en función en función de los idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, Inglés. ....	50
Tabla 15. Descriptivos de la variable “Soporte preferido para leer la prensa” en función del sexo. ....	52
Tabla 16. Distribución de frecuencias de la variable “Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, en concreto, Inglés”. ....	53
Tabla 17. Cálculo de la E.T. de la media de la variable “Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, en concreto, Inglés”. ....	54
Tabla 18. Distribución de frecuencias de la variable “Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, en concreto, Alemán”. ....	54
Tabla 19. Cálculo de la E.T. de la media de la variable “Idiomas distintos al castellano utilizados para la lectura de prensa, en concreto, Alemán”. ....	54
Tabla 20. Estadísticos para comprobar los supuestos de normalidad. ....	55

Tabla 21. Prueba para una muestra (paramétrica). .....	56
Tabla 22. Prueba para una muestra (no paramétrica). .....	56
Tabla 23. Supuestos de normalidad (asimetría y curtosis). .....	57
Tabla 24. Prueba de Levene para la igualdad de varianzas. ....	58
Tabla 25. Estadísticos de grupo. ....	58
Tabla 26. Prueba t para muestras independientes. ....	59
Tabla 27. Prueba de muestras independientes no paramétrica. ....	59
Tabla 28. Supuestos de normalidad (asimetría y curtosis). .....	60
Tabla 29. Estadísticos de muestras relacionadas. ....	61
Tabla 30. Prueba de muestras relacionadas. ....	61
Tabla 31. Estadísticos de contraste no paramétricos de muestras relacionadas. ....	62
Tabla 32. Tabla de contingencia: Lectura de prensa deportiva en un día laborable * Lectura de prensa económica en un día laborable. ....	63
Tabla 33. Pruebas de chi-cuadrado. ....	64
Tabla 34. Correlación bivariada de Tau_b de Kendall y Rho de Spearman entre el grado de lectura en España y el tamaño del municipio. ....	65
Tabla 35. Correlación bivariada de Pearson entre la edad y el tamaño del hogar. ....	66
Tabla 36. Procedencia de preguntas .....	78
Tabla 37. Número de pregunta, tipo de pregunta y tipo de variable. ....	80
Tabla 38. Dimensiones y preguntas que integran el cuestionario. ....	83
Tabla 39. Objetivos, dimensiones, subdimensiones y relación de la numeración de las preguntas en el cuestionario (2ª versión). ....	83