

Liliana Lanz Vallejo

lanz.liliana@uabc.edu.mx

Universidad Autónoma

de Baja California, México

ORCID: 0000-0002-3383-2669

Alfredo Martínez Alvarado

alfredo.martinez.alvarado55@uabc.edu.mx

Universidad Autónoma

de Baja California, México

ORCID: 0009-0006-2557-8505

<https://doi.org/10.32870/vel.vi28.416>

Recibido: 28/09/2025

Aceptado: 08/02/2026

Publicado: 01/08/2026

Esta obra está bajo una licencia Licencia

Creative Commons Atribución-No-Comer-

cial 4.0 Internacional



VERBUM ET LINGUA

NÚM. 28

JULIO / DICIEMBRE 2026

ISSN 2007-7319

E416

Inglés, aspiraciones y áreas profesionales en la frontera: un estudio sobre personas egresadas de Humanidades

English, aspirations, and career paths on the border: a study of humanities graduates

RESUMEN: Este artículo examina la relación entre el nivel de dominio en inglés (proficiencia), el área profesional y las aspiraciones laborales de personas egresadas y potenciales que van a egresar de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UABC, campus Tijuana. A partir de una encuesta aplicada a 262 participantes y del análisis de datos institucionales, se identificaron diferencias significativas en la percepción de la competencia lingüística y en los hábitos de consumo cultural según la disciplina. Quienes cursaron Ciencias de la Comunicación y Lengua reportaron mayor dominio y exposición al inglés, mientras que Pedagogía mostró los niveles más bajos. También se observó una brecha de género persistente: los hombres tendieron a reconocerse con mayor dominio del inglés que las mujeres. Sin embargo, las actitudes instrumentales hacia el inglés, entendido como requisito para el desarrollo profesional, se mantuvieron homogéneas en todas las áreas, lo que refleja la naturalización de esta lengua como capital cultural y laboral en el contexto fronterizo. Estos resultados sugieren que tanto la disciplina como el género influyen en la manera en que el inglés es percibido y aprovechado, aunque la valoración utilitaria de la lengua atraviesa de forma transversal a la población estudiada. Se concluye que es necesario reforzar la formación lingüística en las áreas más rezagadas, atender las brechas de género y ampliar las investigaciones comparativas que incluyan contextos fronterizos y no fronterizos para comprender mejor el papel del inglés en la configuración de trayectorias profesionales.

PALABRAS CLAVE: inglés, área profesional, Humanidades, frontera, género.

ABSTRACT: This article examines the relationship between English proficiency, professional background, and career aspirations among graduates and potential graduates of the Faculty of Humanities and Social Sciences at UABC, Tijuana

COMO CITAR: Lanz Vallejo, L., y Martínez Alvarado, A. (2026). Inglés, aspiraciones y áreas profesionales en la frontera: un estudio sobre personas egresadas de Humanidades. *Verbum et Lingua*, (28), 1-33. <https://doi.org/10.32870/vel.vi28.416>

campus. Based on a survey of 262 participants and institutional data analysis, the study identified significant differences in self-perceived proficiency and cultural consumption patterns across disciplines. Graduates in Communication and Language reported higher proficiency and greater exposure to English, whereas those in Pedagogy showed the lowest levels. A persistent gender gap was also found, with men more likely to report higher proficiency than women. Nevertheless, instrumental attitudes toward English—as a requirement for professional development—remained consistent across all disciplines, reflecting its naturalization as cultural and labor capital in the borderland context. These findings suggest that both academic discipline and gender shape how English is perceived and mobilized, even as utilitarian views of the language cut across the studied population. The study concludes that strengthening language training in less proficient areas, addressing gender disparities, and broadening comparative research to include both border and non-border contexts are essential steps to better understand the role of English in shaping professional trajectories.

KEYWORDS: English proficiency, career paths, Humanities, border, gender.

1. Introducción

Existe un amplio consenso en la sociedad de que el inglés es, por excelencia, la *lingua franca* de los negocios, la ciencia, la educación y los medios masivos de comunicación en el actual mundo globalizado (Crystal, 2003; Serrano, 2016). Por ejemplo, tanto hablar como escribir en inglés se considera como unas de las habilidades más buscadas y valoradas por empleadores, sobre todo, en áreas como el turismo, la medicina, la tecnología, los servicios y los negocios (Centro de Investigación para el Desarrollo, 2014; IMCO-COMCE, 2015). En la literatura académica y pedagógica, abundan los artículos que concientizan sobre la importancia de dominar el inglés desde distintos campos profesionales para insertarse exitosamente en el campo laboral y mantenerse competitivo (Cifuentes Rojas et al., 2024; Coba Guerrero et al., 2019; Montenegro Ayón et al., 2022; Toledo Sarracino et al., 2022). Además, la mayoría de los científicos coinciden en que la ciencia debe ser divulgada en esa lengua para tener un mayor alcance e impacto (Castro Yañez & Ramos Godínez, 2024). Ante lo anterior, no es de extrañarse que el inglés sea precisamente la lengua más hablada como segunda lengua en el mundo (Eberhard et al., 2025).

Los sistemas educativos nacionales, por su parte, han hecho lo propio para asegurar el aprendizaje del inglés. De acuerdo con la Universidad de Winnipeg (2024), 142 países incluyen el inglés como asignatura obligatoria en su educación pública. Y en esto, México no es la excepción. Aquí, el inglés lleva siendo lengua de aprendizaje obligatorio en todas las escuelas, privadas y públicas, y en todos los grados educativos, de primer año de preescolar hasta el último de bachillerato, desde 2018 (Secretaría de Educación Pública, 2017). Fue a partir de 2011 —tras un periodo de prueba piloto de 2008 a 2011— que, a nivel federal, se implementó el Programa Nacional de Inglés (PRONI) que habría de establecer de manera progresiva el inglés como asignatura, comenzando por las primarias y continuando con las escuelas de preescolar (Secretaría de Educación Pública, 2011). El cambio es relativamente reciente, pues, partiendo de estos datos, es de suponerse que la primera generación mexicana que habrá tenido inglés obligatorio desde preescolar hasta bachillerato egresará

hasta el año 2033. Al PRONI se añade la Estrategia Nacional del Inglés, la cual busca que “en 20 años, la totalidad de los estudiantes mexicanos egresen de la educación obligatoria con un nivel de dominio y competencia del inglés equivalente al nivel B2 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas” (Secretaría de Educación Pública, 2017, p. 26). En este sentido, todavía nos encontramos lejos de cosechar y evaluar los beneficios de esta iniciativa para la cobertura universal de la enseñanza del inglés.

Sin embargo, el inglés ha sido enseñado de manera obligatoria en las secundarias públicas del país desde 1926 (Reyes Cruz et al., 2011). En algunas escuelas primarias, tanto privadas como públicas y sobre todo en los estados fronterizos de México con Estados Unidos, el inglés ha sido enseñado como asignatura curricular desde la década de los noventa (Cámara de Diputados, 2017; Reyes Cruz et al., 2011). Dado esto, hasta la fecha, el dominio del inglés ha sido susceptible de varios factores sociodemográficos y personales de los estudiantes en México que se han distribuido de manera desigual. A pesar de los esfuerzos políticos e institucionales por homogeneizar y estandarizar el deseo por saber inglés, la lengua siempre ha sido y sigue siendo un elemento que depende muy fuertemente de la trayectoria de vida, experiencias, preferencias e identidad de cada individuo y que se resiste a ser instrumentalizada como un fin utilitario en sí mismo.

Para este estudio, se aplicó una encuesta para analizar la experiencia con el inglés de personas egresadas y potenciales a egresar de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California en relación con sus hábitos de consumo, su contacto con los Estados Unidos, sus antecedentes formativos y sus actitudes lingüísticas. El enfoque de este artículo es el papel del área profesional en relación con el dominio del inglés y cómo aquella se cruza con factores como el género, el consumo y ciertas actitudes lingüísticas. Si bien todas las personas colaboradoras en este estudio se formaron en la misma Facultad, nuestros hallazgos apuntan a que el área disciplinar —ya fuera Comunicaciones, Lengua, Humanidades y Ciencias Sociales, o Pedagogía— fue uno de los elementos más significativamente correlacionado con el inglés, su “proficiencia” y su uso.

2. Marco conceptual

De acuerdo con el diccionario de americanismos, “proficiencia” significa “Aprovechamiento, aptitud, conocimiento” (ASALE, 2025). De acuerdo con el diccionario de términos clave de Español como Lengua Extranjera (ELE), proficiencia es un “término que remite a la capacidad que una persona demuestra en el uso de una lengua extranjera” (Centro Virtual Cervantes, s/f). Para efectos de este trabajo, consideramos como proficiencia la percepción que la persona tiene sobre su propio conocimiento y desempeño en la lengua. Esta percepción implica, a su vez, cierto grado de confianza subjetiva en las propias capacidades con la lengua. En ocasiones, la proficiencia percibida puede coincidir con el desempeño en exámenes de competencia en el inglés, pero en otras no. En este sentido, nos alineamos más con la percepción del propio hablante sobre su experiencia y capacidades, y no con la evaluación objetiva de estas.

Las actitudes lingüísticas son otro elemento importante que entra en relación con la proficiencia autopercebida de los hablantes. Peterson define las actitudes lingüísticas como “creencias o juicios que las personas tienen sobre ciertas formas de hablar, características del lenguaje o variantes dialectales” (2019, p. 8). Estas creencias o juicios se vuelcan sobre cómo se percibe que otras personas se comunican o usan una lengua, pero también la propia competencia lingüística o el propio uso de la lengua. Además, pueden ser sobre toda y cualquier dimensión del lenguaje hablado y escrito. Por ejemplo, una persona puede tener actitudes fuertes sobre lo que es hablar “correctamente” e “incorrectamente”; sobre qué acento o variante de su lengua es mejor recibido o apreciado; sobre cómo se debería leer un libro; sobre cómo y sobre qué se debería escribir, etc. También se pueden tener actitudes, por supuesto, sobre la utilidad, belleza, prestigio, dificultad y pertinencia del inglés.

Linguistic attitudes are strongly realized ‘feelings’ about language. As such they may be taken to be the behaviors toward language when systematically shared by members of a speech community. When institutionalized these attitudes have considerable force, and they fundamentally affect the lives of members of the speech community. (Drake, 1977, p. 5)

Las actitudes son posturas indicativas de una creencia subyacente que, además, propician tendencias a formas de actuar frente a personas o situaciones determinadas (Scott, 2014). En este sentido, las actitudes derivan en acciones concretas como procurar aprender o no una lengua, preferir contenidos en cierto idioma o señalar a otros por no hacer lo mismo.

En el marco de la globalización, los valores del mercado se subliman también en ciertas actitudes y preferencias frente a las lenguas:

un significativo hegemónico, como el de competencia, se encuentra presente repetidamente en los diferentes campos discursivos —económico, político, educativo—, y desde su hegemonía moviliza las políticas, los mismos sujetos se idealizan y nombran con relación a dichos significantes hegemónicos, hablamos de tener competencias, de ser competentes, etc. Consideramos que hoy la competencia le da un sentido a la educación superior, a la par que al manejo del inglés como elemento que articula a la competitividad del/la universitario(a) de nuestros días. (Gómez Martínez & García Contreras, 2024, p. 78)

Así, los estudiantes mismos idealizan la competencia como un rasgo que deben asumir para insertarse en el ámbito laboral y en la sociedad como miembros productivos exitosos, lo que motiva a buscar oportunidades que les garantice esos deseos. Por otro lado, como egresadas o próximas a egresar, las personas desarrollan una percepción de la oportunidad profesional (Alias Khalid et al., 2023) que se deriva de su conocimiento de su área profesional y de las condiciones de sus lugares de trabajo. La percepción de la oportunidad profesional se refiere a cómo las personas ven sus funciones y posibilidades de ascenso que ofrece su actual empleo en relación con sus intereses y ambiciones personales. Se ha comprobado, por ejemplo, que en el mercado asiático la percepción de oportunidad laboral

está positiva y directamente relacionada con la proficiencia del inglés (Alias Khalid et al., 2023). La percepción de oportunidad, entonces, puede actuar como un elemento de peso para una actitud favorable hacia el aprendizaje del inglés.

Por último, cabe mencionar que cada área profesional o cada disciplina conlleva sus propios supuestos y prácticas en torno al inglés y su utilidad. De acuerdo con Leal Soto et al. (2009) en el marco de los estudios de epistemologías personales, las creencias académicas y disciplinares interactúan con las creencias generales, de manera que los contextos específicos y críticos que proveen las escuelas hacen que los conocimientos de la disciplina eliciten a su vez creencias específicas. Por ejemplo, como comprueban Castro Yáñez y Ramos Godínez (2024), en el área de las ciencias sociales y las humanidades en México, los investigadores perciben al inglés como una lengua de mayor impacto y alcance, aunque solamente una tercera parte de los participantes en el estudio publican en esa lengua. El supuesto subyace en este caso, aunque en la práctica los investigadores publiquen en español.

3. Contexto

La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales (FHyCS) es una unidad académica de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), campus Tijuana, que ofrece 8 licenciaturas: la de Ciencias de la Comunicación, Lengua y Literatura de Hispanoamérica, Sociología, Historia, Filosofía, Psicopedagogía, Docencia de la Matemática y Docencia de la Lengua y Literatura. Para efectos de este estudio, Lengua y Literatura de Hispanoamérica y Docencia de la Lengua y Literatura fueron agrupadas en el área de Lengua; Sociología, Filosofía e Historia, en el área de Humanidades y Ciencias Sociales, y Psicopedagogía y Docencia de la Matemática, en el área de Pedagogía. De estos programas han egresado un total de 808 estudiantes entre 2023-2 y 2025-1.

Como es el caso en la mayoría de las universidades del país, la UABC solicita a sus estudiantes la acreditación de una lengua extranjera —de preferencia, el inglés— para el egreso. Sin embargo, para cada carrera, pide un nivel diferente de proficiencia comprobada. Por ejemplo, para Ciencias de la Comunicación, Historia y Filosofía, se solicita un nivel B1 de acuerdo al Marco Común Europeo. Para el resto de las carreras, se solicita un A2+. Aunque la diferencia de nivel no es mucha, para su último semestre de la carrera, una tercera parte de los estudiantes potenciales a egresar no ha logrado acreditar el inglés exitosamente. La Universidad, por ello, ofrece diversos servicios que permite a los estudiantes acceder a alternativas de acreditación como exámenes y cursos intensivos.

Por otra parte, a lo largo de la última década, los Planes de Desarrollo Institucional de la UABC han incluido la internacionalización como uno de sus ejes centrales, el último —el de 2023-2027—, con el objetivo de “fortalecer actividades de vinculación y extensión que contribuyan al desarrollo social, cultural, económico y ambiental a nivel regional, nacional, transfronterizo y global para un mundo mejor” (Universidad Autónoma de Baja California, 2023). La mención del nivel transfronterizo está en función de que la UABC se encuentra en Baja California, que colinda con el estado de California, Estados Unidos. La ubicación de la Universidad, por tanto, supone un aliciente adicional para dominar el

inglés, dada su contigüidad geográfica con la frontera estadounidense. El inglés, entonces, se encuentra respaldado en este contexto particular no solo por múltiples dimensiones institucionales —del mercado neoliberal, el sistema educativo nacional y los requisitos universitarios—, sino además por relación de vecindad e interacción con los Estados Unidos.

4. Método

Se diseñó una encuesta de 116 reactivos —43 relacionados con la experiencia de los colaboradores con el inglés y la cultura estadounidense, 69 en torno a sus actitudes lingüísticas y 5 en relación con sus experiencias acreditando el inglés para el egreso— y se envió a 808 personas —642 egresadas de la FHyCS entre 2023-2 y 2024-2 y 166 estudiantes potenciales a egresar en 2025-1. La encuesta fue aplicada desde el 30 de julio de 2024 hasta el 10 de abril de 2025. El análisis de los resultados se efectuó en IBM SPSS Statistics 21, donde se calcularon frecuencias y porcentajes de las variables categóricas. Para determinar posibles asociaciones, se aplicó la prueba chi-cuadrada, donde se han considerado como significativos los resultados con $p < 0.05$. Se utilizó una muestra por conveniencia, pues la encuesta se distribuyó a un grupo de estudiantes y exalumnos específicos que ya estaban disponibles. La principal ventaja de este tipo de muestra radica en que los participantes tienen reciente tanto el proceso de egreso como la acreditación del inglés, lo que les facilita recuperar sus experiencias en este contexto.

Dado que los datos se recolectaron en un único período y sin manipulación de variables, este estudio es observacional y transversal.

5. Resultados

La muestra final del estudio estuvo compuesta por 262 participantes (232 personas egresadas y 30 potenciales a egresar), lo que representa el 32.4% de la población objetivo (los 808 estudiantes de la FHyCS en el periodo de 2023-2 a 2025-1). Esta muestra proporciona un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Los colaboradores son principalmente jóvenes mexicanos —174 (66.4%) de género femenino y el resto, masculino— entre 22 y 30 años de edad. La mayoría reside en Tijuana, Baja California, y ha vivido en esta ciudad gran parte de su vida o, como mínimo, durante cinco años. Su contacto profesional o académico con Estados Unidos es generalmente mínimo o nulo, si bien más de la mitad de ellos reportó tener familiares en el país vecino. De los colaboradores, el 47% puede cruzar a los Estados Unidos, 43% nunca ha podido cruzar y el resto actualmente no tiene permiso para cruzar a los Estados Unidos, pero lo han tenido en el pasado.

Los hallazgos de este estudio revelan una correlación significativa entre al área profesional de los colaboradores y diversos aspectos de su experiencia con el inglés, incluyendo su proficiencia autopercebida, sus hábitos de consumo cultural y las actitudes lingüísticas, a pesar de que las actitudes instrumentales —como la creencia de que el inglés es útil para tener un mayor salario o un mejor trabajo— se mantuvieron uniformes a través de las disciplinas (ver tabla 1).

Tabla 1.
Tabla de covarianzas

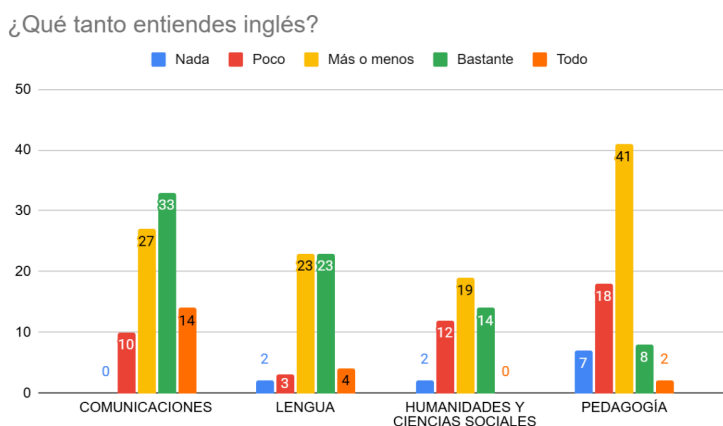
Variable dependiente	Variable independiente	χ^2	gl	p
Área profesional	¿Qué tanto entiendes inglés?	52.32	12	0.00001
	¿Qué tan cómodo te sientes hablando inglés?	46.1	12	0.00001
	¿Te consideras bilingüe?	33.26	9	0.00012
	¿Sabes inglés?	29.73	6	0.00004
	Configuración de contenido multimedia que está en inglés	26.47	15	0.03339
	¿Qué tan cómodo te sientes escribiendo inglés?	24.59	12	0.01687
	Actitud: Necesito inglés para mi desarrollo profesional	23.96	12	0.02061
	Consumo de páginas de internet en inglés	22.57	3	0.00005
	Sexo	20.09	3	0.00016
	Actitud: Saber inglés es importante para tener un mayor salario	18.77	12	0.09415
	Actitud: Me gusta más la música en inglés que en español	16.02	12	0.1903
	Consumo de radio y podcasts en inglés	15.78	3	0.00126
	Consumo de series de TV en inglés	14.87	3	0.00194
	Consumo de libros, revistas y cómics en inglés	13.52	3	0.00364
	Consumo de películas en inglés	12.37	3	0.00622
	Consumo de periódicos en inglés	11.86	3	0.00789
	Actitud: Me gustan más los libros en inglés que en español	11.15	12	0.51613
	Actitud: Disfruto más las películas extranjeras que las mexicanas	10.81	12	0.5455
	Actitud: Saber inglés es importante para tener un buen trabajo	9.34	12	0.67324
	No consumo de medio alguno en inglés	6.71	3	0.08166
	Consumo de música en inglés	6.26	3	0.09967
	¿Sabes inglés? Sexo	13.66	6	0.034

Nota. Se presentan los resultados de las pruebas de independencia χ^2 entre el área profesional (variable dependiente) y diversas variables relacionadas con el dominio, actitudes y consumo de contenidos en inglés. χ^2 = estadístico chi-cuadrado; gl = grados de libertad; p = nivel de significancia. Se consideran asociaciones estadísticamente significativas aquellas con $p < .05$.

4.1. La relación entre el inglés y el área profesional

De los 262 colaboradores, 79 (30.2%) afirmaron sí saber inglés, 157 (59.9%) afirmaron saberlo más o menos y 26 (9.9%) afirmaron no saberlo. Destaca en este primer hallazgo, primero, el hecho de que 69.8% de los colaboradores no se atrevieron a afirmar categóricamente que sí saben inglés. Sin embargo, el área profesional fue la variable más fuertemente correlacionada con el inglés en todas sus modalidades. Se nota una clara diferencia entre áreas, donde los colaboradores de Comunicación son los que más proficientes se perciben en todos los dominios del inglés (comprensión, oralidad y escritura). Le siguen los colaboradores del área de Lengua, después Humanidades y Ciencias Sociales, y, por último, Pedagogía. Esto sucedió así en las siguientes preguntas “¿Sabes inglés?” ($\chi^2=52.32$, $p<0.0001$), “¿Te consideras bilingüe?” ($\chi^2=33.26$, $p=0.00012$), “¿Qué tanto entiendes inglés?” ($\chi^2=52.32$, $p<0.0001$), “¿Qué tan cómodo te sientes hablando inglés?” ($\chi^2=46.1$, $p<0.0001$), “¿Qué tan cómodo te sientes escribiendo en inglés?” ($\chi^2=24.59$, $p=0.01687$). Esta consistencia en los resultados subraya que la pertenencia a un área académica influye en la autopercepción de la competencia lingüística. Estas asociaciones confirman que la proficiencia percibida en inglés no es homogénea, sino que se construye a partir de los contextos formativos y las exigencias diferenciadas de cada campo profesional. Cabe señalar que, si bien la diferencia entre los egresados de Comunicación y los de Pedagogía fue muy marcada, se notó una tendencia a reportar el entendimiento del inglés como la habilidad más segura (ver gráfica 1), aunque una comodidad moderada con el habla (ver gráfica 2) y poca comodidad con la escritura (ver gráfica 3) de manera transversal entre áreas.

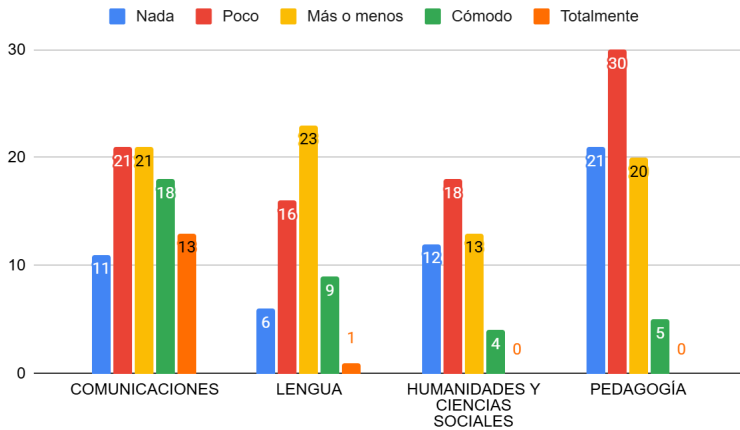
Figura 1.
Autopercepción de comprensión del inglés por área profesional.



Nota. Distribución de frecuencias de la autopercepción de comprensión del inglés por área profesional. Las categorías de respuesta corresponden a una escala ordinal: nada, poco, más o menos, bastante y todo. Los valores representan frecuencias absolutas por grupo.

Figura 2.
Autopercepción de comodidad al hablar inglés según área profesional.

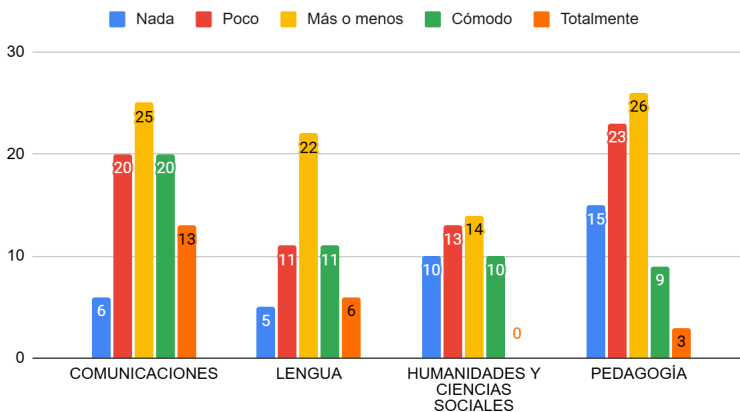
¿Qué tan cómodo te sientes hablando inglés?



Nota. Distribución de frecuencias de la autopercepción de comodidad al hablar inglés según área profesional. Las categorías corresponden a una escala ordinal de cinco niveles (nada–totalmente). Los valores representan frecuencias absolutas por grupo.

Figura 3.
Autopercepción de comodidad al escribir en inglés según área profesional.

¿Qué tan cómodo te sientes escribiendo en inglés?

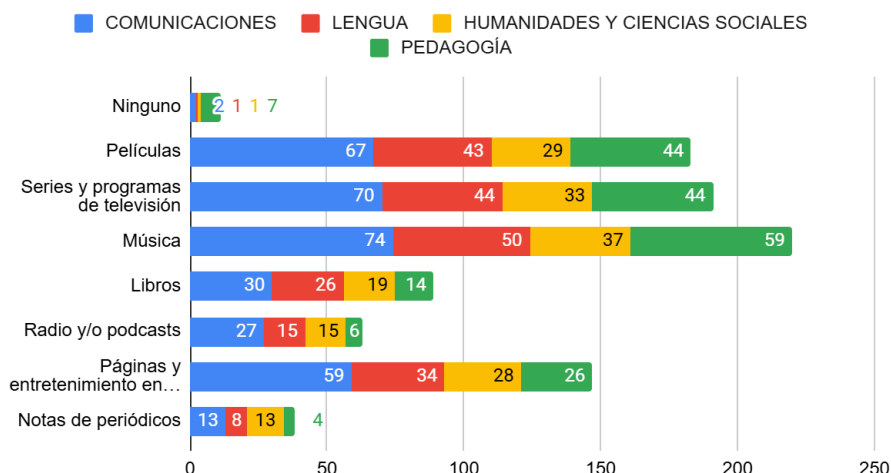


Nota. Distribución de frecuencias de la autopercepción de comodidad al escribir en inglés según área profesional. Las categorías corresponden a una escala ordinal de cinco niveles (nada–totalmente). Los valores representan frecuencias absolutas por grupo.

Las áreas profesionales también modularon de manera significativa el consumo cultural en inglés. El consumo de medios varió según la disciplina en páginas de internet ($\chi^2 = 22.57$, $p < .001$), series de televisión ($\chi^2 = 14.87$, $p = .002$), películas ($\chi^2 = 12.37$, $p = .006$), radio y podcasts ($\chi^2 = 15.78$, $p = .001$), libros, revistas y cómics ($\chi^2 = 13.52$, $p = .004$), y periódicos ($\chi^2 = 11.86$, $p = .008$). En cambio, el consumo de música en inglés ($\chi^2 = 6.26$, $p = .100$) y la ausencia de consumo en medios ($\chi^2 = 6.71$, $p = .082$) no mostraron diferencias entre áreas, lo que indica que la música y la falta de exposición funcionan como fenómenos más transversales. Estos resultados confirman que las disciplinas influyen en los patrones de consumo cultural y mediático asociados al inglés (ver gráfica 4).

Figura 4.
Medios que se prefieren consumir en inglés según área profesional.

¿Cuáles medios prefieres consumir en inglés?



Nota. Distribución de frecuencias de los medios que se prefieren consumir en inglés según área profesional. Las categorías corresponden a tipos de consumo mediático. Los valores representan frecuencias absolutas por grupo.

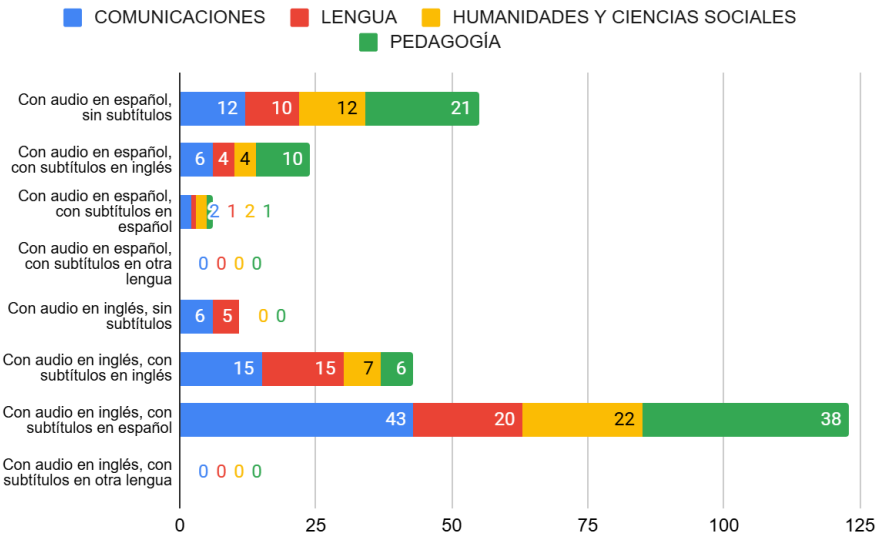
En general, los colaboradores reportaron que el medio que más consumen en inglés es la música, seguido de series televisivas, películas y páginas en internet. Sin embargo, el consumo de música en inglés fue una característica presente en la mayoría de los colaboradores, independientemente de su proficiencia en el inglés y su área profesional. Así, el consumo de música es más atribuible a la distribución y alcance global de las canciones en inglés en la industria musical, por un lado, y al hecho de que estas se disfrutan por sus ritmos y sonidos,

a veces obviando sus contenidos y mensajes en la lengua. Del mismo modo, no consumir medio alguno en inglés estuvo más correlacionado con una baja proficiencia autorreportada en el inglés y no con el área profesional.

La configuración de los contenidos multimedia también estuvo relacionada con el área profesional ($\chi^2 = 26.47$, $p = .033$). En este caso, el tipo de configuración más frecuente fue en inglés con subtítulos en español, seguido por doblado al español sin subtítulos y en tercera posición en inglés con subtítulos en la misma lengua (ver gráfica 5).

Figura 5.
Preferencias de configuración del entretenimiento según área profesional.

¿Cómo prefieres configurar tu entretenimiento?



Nota. Distribución de frecuencias de las preferencias de configuración del entretenimiento según área profesional. Las categorías corresponden a combinaciones de idioma de audio y subtítulos. Los valores representan frecuencias absolutas por grupo.

5.1 Actitudes y áreas profesionales

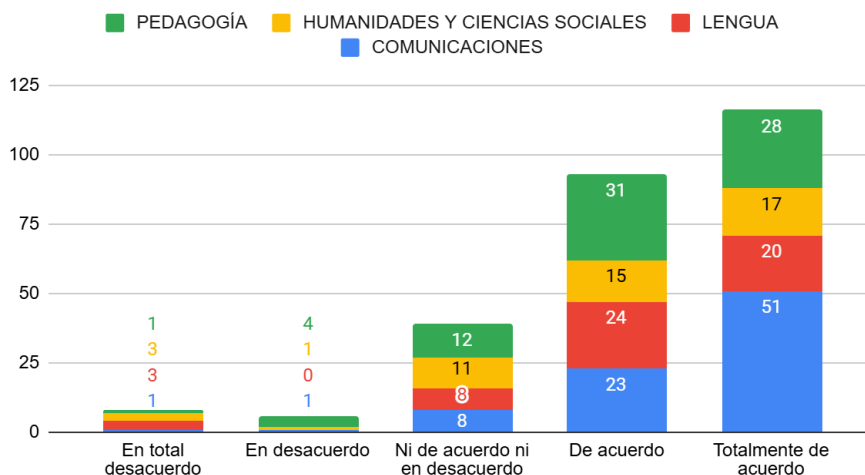
A pesar de las diferencias en proficiencia y consumo cultural, las actitudes instrumentales hacia el inglés, que lo conciben como un medio para fines utilitarios, se mantuvieron como creencias extendidas y compartidas sin diferencias significativas por área profesional.

Para identificar actitudes en torno a la utilidad del inglés para el empleo y en relación con el consumo cultural, se presentaron 6 aseveraciones donde cada colaborador debió declarar, en una escala de Likert de 5 puntos, si estaba de acuerdo o en desacuerdo con ella.

La creencia de que el inglés es necesario para el desarrollo profesional presentó diferencias significativas ($\chi^2 = 23.96$, $p = .021$) entre los grupos de áreas profesionales. En este sentido, la mayoría de los colaboradores estuvieron totalmente de acuerdo y de acuerdo en ello, aunque los de Ciencias de Comunicación tendieron más a estar totalmente de acuerdo en comparación al resto de las carreras (ver gráfica 6). En contraste, la idea de que el inglés es importante para acceder a un buen trabajo ($\chi^2 = 9.34$, $p = .673$) y para obtener un mayor salario ($\chi^2 = 18.77$, $p = .0941$) se distribuyó de manera uniforme entre las áreas. Aunque la mayoría estuvo de acuerdo en ambos casos, una considerablemente mayor cantidad de personas contestó que no estaba ni de acuerdo ni en desacuerdo. Esto sugiere que, aunque existen matices según la disciplina, las actitudes instrumentales se encuentran más ampliamente compartidas y forman parte de un consenso social generalizado sobre el valor económico y laboral del inglés. En opinión de la mayoría, el inglés es necesario para el desarrollo profesional, pero solo un aproximado de 25% estuvo totalmente de acuerdo en que es importante para tener un mejor trabajo y un mayor salario; el resto se mantuvo más dispuesto a asegurar que, aunque es importante, tampoco lo es tanto (ver gráficas 7 y 8).

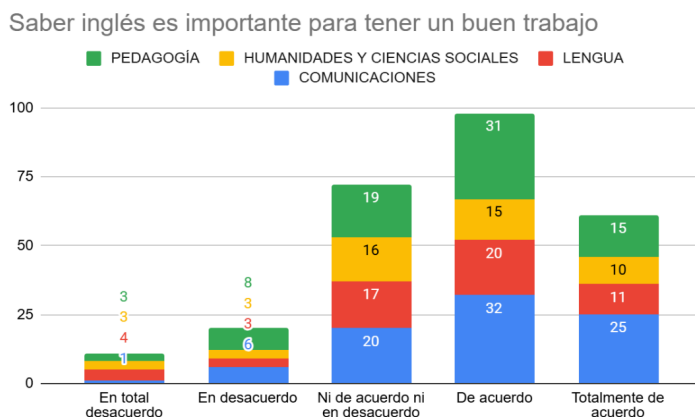
Figura 6.
Grado de acuerdo con la afirmación “Necesito el inglés para mi desarrollo profesional” según área profesional.

Necesito el inglés para mi desarrollo profesional



Nota. Distribución de frecuencias del grado de acuerdo con la afirmación “Necesito el inglés para mi desarrollo profesional” según área profesional. Las categorías corresponden a una escala ordinal de cinco niveles (en total desacuerdo–totalmente de acuerdo). Los valores representan frecuencias absolutas por grupo.

Figura 7.
Grado de acuerdo con la afirmación “Saber inglés es importante para tener un buen trabajo”
según área profesional.



Nota. Distribución de frecuencias del grado de acuerdo con la afirmación “Saber inglés es importante para tener un buen trabajo” según área profesional. Las categorías corresponden a una escala ordinal de cinco niveles (en total desacuerdo–totalmente de acuerdo). Los valores representan frecuencias absolutas por grupo.

Figura 8.
Grado de acuerdo con la afirmación “Saber inglés es importante para tener un mayor salario”
según área profesional.

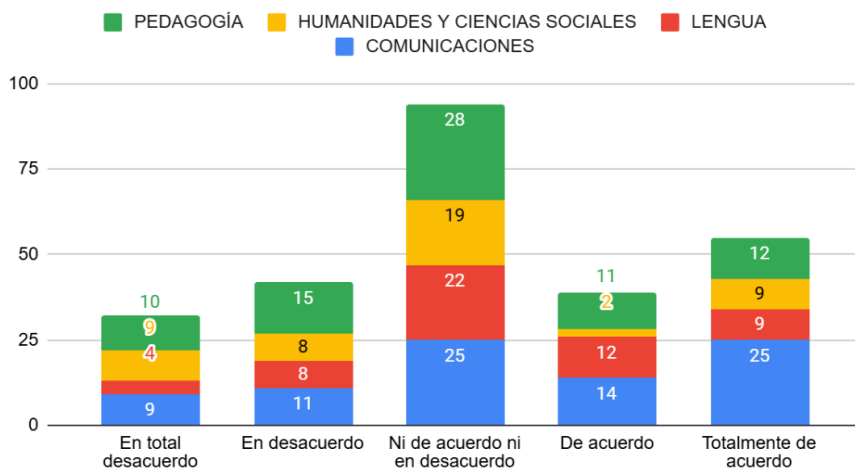


Nota. Distribución de frecuencias del grado de acuerdo con la afirmación “Saber inglés es importante para tener un mayor salario” según área profesional. Las categorías corresponden a una escala ordinal de cinco niveles (en total desacuerdo–totalmente de acuerdo). Los valores representan frecuencias absolutas por grupo.

Se preguntó también por preferencias culturales en torno al entretenimiento. Si bien los colaboradores habían reportado anteriormente que consumían contenidos en inglés, esto no implica que lo prefieran así. Se les pidió entonces declarar si estaban de acuerdo o en desacuerdo con las aseveraciones “Me gusta más la música en inglés que en español”, “Me gustan más los libros en inglés que en español” y “Disfruto más las películas extranjeras que las mexicanas” en una escala de 5 puntos de escala de Likert. Al respecto, cabe señalar que ninguna de estas actitudes estuvo correlacionada significativamente con el área profesional. Las preferencias se distribuyeron de manera transversal en todos los casos. Al respecto, cabe señalar que, tanto en lo que concierne a música y películas, la mayoría no estaba de acuerdo ni en desacuerdo con preferirlas en inglés, aunque ligeramente más personas prefieren películas en inglés que música (ver gráficas 9 y 10). Pero algo curioso sucedió con los libros. En este aspecto, los colaboradores se distribuyeron entre estar totalmente en desacuerdo y no estar de acuerdo ni en desacuerdo (ver gráfica 11). Fue evidente que las personas egresadas y por egresar de la FHycS prefieren textos en español antes que en inglés.

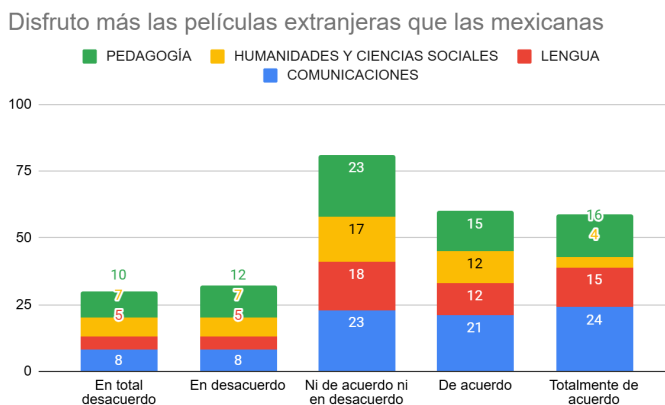
Figura 9.
Grado de acuerdo con la afirmación “Me gusta más la música en inglés que en español” según área profesional.

Me gusta más la música en inglés que en español



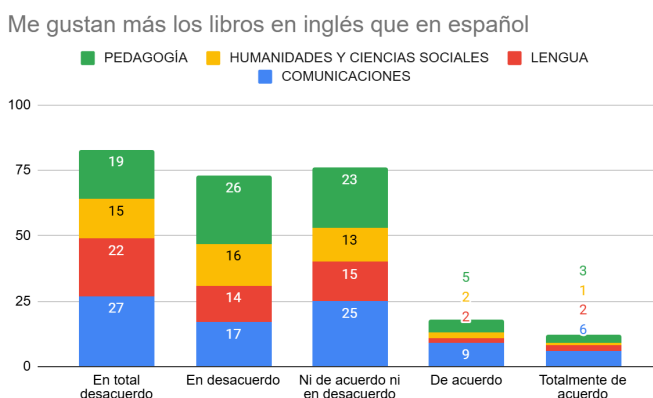
Nota. Distribución de frecuencias del grado de acuerdo con la afirmación “Me gusta más la música en inglés que en español” según área profesional. Las categorías corresponden a una escala ordinal de cinco niveles (en total desacuerdo–totalmente de acuerdo). Los valores representan frecuencias absolutas por grupo.

Figura 10.
Grado de acuerdo con la afirmación “Disfruto más las películas extranjeras que las mexicanas”



Nota. Distribución de frecuencias del grado de acuerdo con la afirmación “Disfruto más las películas extranjeras que las mexicanas” según área profesional. Las categorías corresponden a una escala ordinal de cinco niveles (en total desacuerdo–totalmente de acuerdo). Los valores representan frecuencias absolutas por grupo.

Figura 11.
Grado de acuerdo con la afirmación “Me gustan más los libros en inglés que en español” según área profesional.

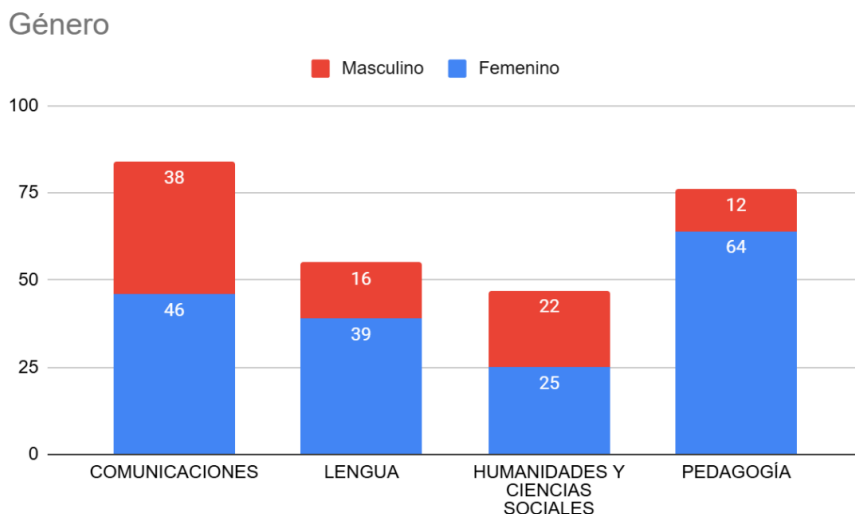


Nota. Distribución de frecuencias del grado de acuerdo con la afirmación “Me gustan más los libros en inglés que en español” según área profesional. Las categorías corresponden a una escala ordinal de cinco niveles (en total desacuerdo–totalmente de acuerdo). Los valores representan frecuencias absolutas por grupo.

5.2 Diferencias por género

Si bien el enfoque de este artículo es el área profesional, se observaron algunas diferencias significativas basadas en el género de los colaboradores. La correlación entre área profesional y sexo ($\chi^2 = 20.09$, $p < .001$) revela la persistencia de patrones de segregación de género en la elección de carreras, los cuales repercuten indirectamente en la relación con el inglés. En la Facultad, algunas carreras cuentan con una mayor cantidad de varones —como Ciencias de Comunicación, Historia, Filosofía y Docencia de la Matemática—, mientras algunas carreras, como Asesoría psicopedagógica, están dominadas en su gran mayoría por mujeres (ver gráfica 12). Por otra parte, la distribución por sexo varió significativamente en la pregunta “¿Sabes inglés?” ($\chi^2 = 13.66$, $p=0.034$) y en todas aquellas relacionadas con las competencias del inglés, lo que indica que la autopercepción de proficiencia difiere entre géneros (ver gráfica 13). En este caso, los resultados de este estudio muestran que los hombres tendieron más a reconocerse proficientes en el inglés que las mujeres y esta tendencia se vio reflejada, a su vez, en la distribución de la proficiencia autorreportada por área profesional.

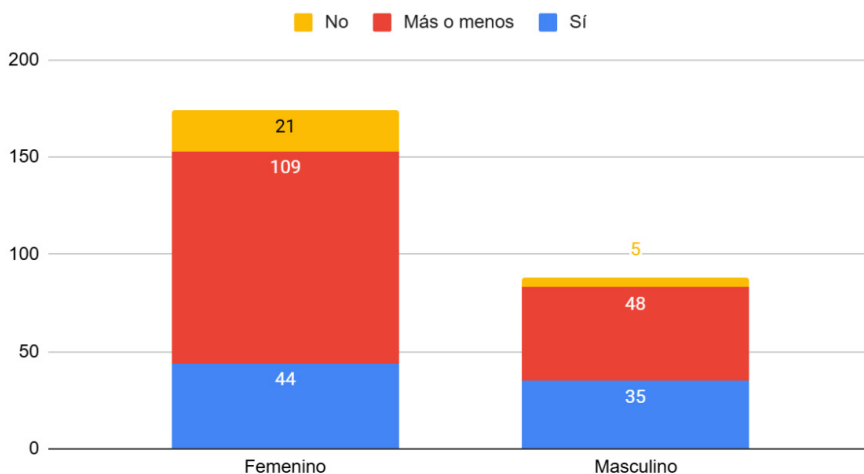
Figura 12.
Género según área profesional.



Nota. Distribución de frecuencias del género según área profesional. Las categorías corresponden a masculino y femenino. Los valores representan frecuencias absolutas por grupo.

Figura 13.
Cruce entre género y auto percepción de saber inglés.

Género. Cruce con ¿Sabes inglés?



Nota. Distribución de frecuencias del cruce entre género y auto percepción de saber inglés (no, más o menos, sí). Los valores representan frecuencias absolutas por categoría.

6. Discusión

Los hallazgos evidenciaron que la proficiencia del inglés está fuertemente relacionada con el área profesional, de modo que se observa que las personas egresadas de Ciencias de Comunicación son mucho más proficientes que las personas egresadas del área de Pedagogía. Lengua es la segunda área más proficiente. Esta proficiencia fue reportada a partir de la propia percepción de los colaboradores. Sin embargo, una revisión de los resultados de los exámenes de ubicación en el inglés (EXADII) de 1,177 estudiantes de la FHyCS que lo tomaron entre 2022-2 y 2025-1 respalda una tendencia muy similar (ver tabla 2). Ciencias de la Comunicación es la carrera de mayor desempeño en el examen (con un promedio de 54 puntos de 100), seguido de Lengua y Literatura de Hispanoamérica (52.6 puntos en promedio). Asesoría psicopedagógica fue la carrera de desempeño más bajo (39.9), pues puntúan, en promedio, 14.1 puntos menos que Ciencias de la Comunicación y 5.2 puntos menos que la carrera de penúltimo desempeño: Sociología.

Tabla 2.
Promedios y número de estudiantes por carrera y área académica.

Carrera	Promedio	Estudiantes	Área	Promedio	Estudiantes
Ciencias de la Comunicación	54	435	Comunicaciones	54	435
Lengua y Literatura de Hispanoamérica	52,6	153	Lengua	50	203
Docencia de la Lengua y Literatura	47,9	50			
Sociología	45,1	8	Humanidades	49	139
Historia	51,8	79			
Filosofía	51,2	52			
Docencia de la Matemática	47,4	77	Pedagogía	2	340
Asesoría psico-pedagógica	39,9	263			

Nota. El promedio corresponde al puntaje medio obtenido en el examen EXADII. “Estudiantes” indica el número de casos válidos por grupo (n).

Por otra parte, los resultados del EXADII reflejan una diferencia de desempeño relevante en cuanto a género. En promedio, las 772 mujeres que tomaron el EXADII durante ese periodo obtuvieron, en promedio, 46 puntos, mientras los 405 hombres obtuvieron en promedio 55. Son 9 puntos de diferencia entre hombres y mujeres en esta muestra. Estos resultados en la proficiencia del inglés en cuanto a género —tanto aquellos del EXADII como los de la encuesta de la presente investigación—, son congruentes con otros estudios que han descubierto una brecha significativa de género en cuanto al inglés, en donde las mujeres salen siempre en desventaja.

Por ejemplo, un estudio de la relación entre la proficiencia del inglés y las aspiraciones educativas de 1,641 estudiantes mexico-americanos de octavo grado en Estados Unidos señaló que la proficiencia del inglés estaba ligera e indirectamente relacionada con las aspiraciones educativas en los niños, pero no en las niñas (Singh, 1996, p. 270). Otro estudio de 2023, ya no entre estudiantes ni relacionado con las áreas profesionales, pero llevado a cabo entre 2.2 millones de adultos que tomaron el *Education First (EF) Standard English Test (EF SET)* y cualquiera de sus exámenes de ubicación en el inglés en todos los países de

Latinoamérica, encontró que existe una brecha de género donde los hombres promedian un puntaje de 531 puntos (de un máximo de 800 posibles), mientras las mujeres promedian 48 puntos menos (Statista, 2025). Lo anterior pone en evidencia que el inglés está atravesado tanto por el género como por la educación y el área profesional. Esto tiene sentido porque, hasta la fecha, persisten desigualdades de género en el acceso a la educación para mujeres y en la segregación de género por áreas profesionales. Por caso, la carrera de Asesoría psicopedagógica es, simultáneamente, la que peor proficiencia en el inglés reportó y, al mismo tiempo, la que tiene más mujeres. La diferencia en la proficiencia en el inglés con otras carreras es tan amplia que amerita pensar en formas de intervenir sobre los programas de Pedagogía de la FHyCS para compensar la profunda brecha que dificulta el egreso de sus estudiantes. Una medida, por ejemplo, podría ser establecer las asignaturas optativas de Idiomas I y II como carga obligatoria en sus primeros dos semestres.

Parte de estos hallazgos pueden atribuirse a la percepción de la oportunidad profesional. En Ciencias de la Comunicación, el inglés se vincula con industrias globalizadas —medios, marketing, relaciones internacionales— y se percibe como requisito para participar en el campo. En cambio, en Pedagogía, las personas egresadas suelen insertarse en contextos escolares locales donde el inglés no se visualiza como un requisito ni una limitante. Así, en este caso, la oportunidad laboral percibida se encuentra debilitada. Una revisión de estudios empíricos sugiere, precisamente, que en áreas donde el empleo es regional, el énfasis en torno a la proficiencia en el inglés es reducido (Deepa et al., 2023, p. 1297). Cabe también reflexionar sobre si existe o no una percepción diferenciada de oportunidades laborales entre hombres y mujeres que impacte sobre la proficiencia en el inglés. Es probable que los hombres anticipen mayores posibilidades de movilidad laboral al reconocerse más proficientes en la lengua; mientras que las mujeres, al experimentar mayores barreras simbólicas para su inserción laboral, tienen una expectativa reducida de que el inglés sea el factor decisivo para el empleo. Esto habría que explorarlo en estudios con enfoque de género y con un abordaje más cualitativo.

El consumo de medios estuvo correlacionado tanto con el área profesional como con la proficiencia del inglés, excepto en el caso de la música, cuyo consumo es generalizado. Al respecto, cabe la probabilidad de que algunos hábitos de consumo, especialmente los de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, estén motivados por las prácticas y la apreciación de la profesión, así como con la percepción de sus oportunidades laborales.

No sucedió lo mismo con las preferencias de las personas egresadas cuando se les preguntó si prefieren las películas y la música en inglés más que en español. Ahí, la resistencia a decantarse por contenidos en inglés fue transversal y podría deberse, probablemente, al hecho de que los colaboradores tenían la opción de contestar que no estaban de acuerdo ni en desacuerdo para no mostrar preferencia alguna. Por otro lado, la preferencia generalizada por textos en español antes que en inglés es un hallazgo importante que sugiere una resistencia o al menos una cautela ante la hegemonía del inglés, incluso en un contex-

to fronterizo y entre estudiantes universitarios, un aspecto que merece ser explorado en futuras investigaciones.

Por otra parte, si bien la proficiencia y el consumo cultural se modulan por la disciplina, las actitudes sobre el inglés en relación con el trabajo no estuvieron relacionadas con el área profesional ni con el sexo, porque el consenso al respecto fue generalizado y pocos se atrevieron a negar que la lengua fuera importante para el ámbito laboral. Se deduce de ello que la percepción utilitaria del inglés está profundamente alineada con la institucionalidad y los valores hegemónicos del mercado, trascendiendo las fronteras disciplinares. Llama la atención, sin embargo, que las opiniones en torno a la importancia del inglés para tener un buen trabajo o un mayor salario hayan sido ligeramente más moderadas. Interpretamos que esto parte de la idea de que, por un lado, es posible emplearse y ganar suficiente con solo español; pero, por otro, de que también existen trabajos donde el inglés es exigido, pero no por ello mejor pagados. Algunos estudios, por ejemplo, han reconocido que el inglés no tiene tanto impacto en empleos donde es percibido como una obligación más que como una ventaja. Al contrario, en esos entornos, la proficiencia en el inglés suele tener rendimientos decrecientes (Deepa et al., 2023).

7. Conclusión

Los hallazgos de este estudio permiten afirmar que la proficiencia en inglés de las personas egresadas y potenciales a egresar de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UABC está fuertemente condicionada por el área profesional de pertenencia. Las diferencias significativas observadas entre las disciplinas —particularmente la marcada distancia entre Ciencias de la Comunicación y Pedagogía— confirman que las trayectorias formativas generan entornos diferenciados de exposición, valoración y práctica del inglés, lo cual repercute directamente en la autopercepción de competencia lingüística. A ello se suma la persistencia de brechas de género, tanto en la distribución de las carreras como en los niveles de desempeño, que refuerzan desigualdades históricas en el acceso y aprovechamiento de esta lengua.

Más allá de las diferencias disciplinares y de género, se identificó un consenso generalizado en torno a las actitudes instrumentales hacia el inglés: independientemente del área, la mayoría de los participantes lo reconocen como requisito para el desarrollo profesional. Este hallazgo sugiere que la creencia del inglés como capital económico y cultural se encuentra profundamente enraizada en el contexto universitario fronterizo, más allá de la proficiencia real o de las prácticas cotidianas de consumo mediático.

A partir de estos resultados, se desprenden varias implicaciones. En primer lugar, la necesidad de atender de manera prioritaria las áreas profesionales con menor desempeño —en particular Pedagogía—, mediante ajustes curriculares que fortalezcan la formación lingüística desde los primeros semestres. En segundo lugar, la conveniencia de diseñar políticas institucionales que reconozcan y reduzcan las brechas de género en la proficiencia, incorporando medidas específicas de acompañamiento y apoyo. Finalmente, se recomien-

da ampliar este tipo de investigaciones hacia otras facultades y universidades, tanto fronterizas como no fronterizas, con el fin de contrastar las particularidades del contexto geográfico y profesional en la configuración de aspiraciones y trayectorias vinculadas al inglés.

En suma, el estudio evidencia que el inglés es percibido como un recurso central para la inserción laboral y el desarrollo académico en la frontera norte de México, pero su apropiación no es homogénea: depende de la disciplina, del género y de los imaginarios que vinculan lengua, competencia y movilidad. Como señalan Uricoechea Guzmán y Barón Sotto, “el inglés se incorpora de manera integral en la vida” (2025, p. 2); está atravesado por diversos aspectos socioculturales y experiencias de vida, y es necesario analizarlo desde enfoques interseccionales que permitan identificar el peso y la relación de cada factor. Reconocer estas diferencias es un paso necesario para avanzar hacia políticas educativas más equitativas y pertinentes, que no solo reproduzcan la exigencia del inglés como requisito formal, sino que lo conviertan en una herramienta efectivamente accesible para todos los estudiantes.

Referencias

- Alias Khalid, D. K., Kazi, S., Pisand Chandio, S., Mumtaz, S. N., Ali Dazari, M., & Farooqui, N. Sharif. (2023). The correlation between English language proficiency and perceived career opportunities. *Empirical Analysis. Remittances Review*, 8(4), 4818–4827. <https://doi.org/10.33182/rr.v8i4.310>
- Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE). (2025, septiembre 12). *Proficiencia*. Diccionario de americanismos. <https://www.asale.org/damer/proficiencia>
- Cámara de Diputados. (2017, junio 30). *Boletín 3789—Inglés, materia obligatoria en nivel básico y medio superior de escuelas públicas, propone Zamora Morlet*. <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/Comunicacion/Boletines/2017/Junio/30/3789-Ingles-materia-obligatoria-en-nivel-basico-y-medio-superior-de-escuelas-publicas-propone-Zamora-Morlet>
- Castro Yañez, S. A., & Ramos Godínez, M. (2024). Percepciones y prácticas de investigadores en el área de ciencias sociales y humanidades acerca del inglés en la producción científica. *Verbum et Lingua: Didáctica, lengua y cultura*, 24. <https://doi.org/10.32870/vel.vi24.256>
- Centro de Investigación para el Desarrollo. (2014). *Encuesta de competencias profesionales 2014: ¿Qué buscan -y no encuentran- las empresas en los profesionistas jóvenes?* http://cidac.org/esp/uploads/1/encuesta_competencias_profesionales_270214.pdf
- Centro Virtual Cervantes. (s. f.). *Proficiencia*. En *Diccionario de términos clave de ELE*. Recuperado el 22 de septiembre de 2025, de https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/proficiencia.htm
- Cifuentes Rojas, M. T., Beltrán Moreno, M. E., Vasconez Mera, P. L., Cifuentes Rojas, M. T., Beltrán Moreno, M. E., & Vasconez Mera, P. L. (2024). La importancia del uso del idioma inglés en la industria hotelera y turística. *Revista InveCom*, 4(2). <https://doi.org/10.5281/zenodo.10558680>

- Coba Guerrero, M. de L., Chuquin Espinosa, L. V., & Noboa Trujillo, E. M. (2019). Aprendizaje del idioma inglés en las carreras de salud. *Revista Conecta Libertad*, 3(1), 35–45.
- Crystal, D. (2003). *English as a global language* (2a ed.). Cambridge University Press.
- Deepa, M. M., Golda, T. L., Meeran, J. A., Sivalanka, V., & Priya, S. (2023). The Role of English Language Proficiency in Career Advancement: A Review of Empirical Studies. *Journal of Harbin Engineering University*, 44(8). <https://harbinengineeringjournal.com/index.php/journal/article/view/1052>
- Drake, G. F. (1977). *The Role of Prescriptivism in American Linguistics 1820–1970*. John Benjamins Publishing Company.
- Eberhard, D. M., Simons, G. F., & Fennig, C. D. (2025). *What is the most spoken language?* Ethnologue. <https://www.ethnologue.com/insights/most-spoken-language/>
- Gómez Martínez, J. E., & García Contreras, M. (2024). Breve historia crítica sobre el inglés en la educación en México. *Verbum et Lingua: Didáctica, lengua y cultura*, 24. <https://doi.org/10.32870/vel.vi24.275>
- Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) & Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología (COMCE). (2015). *Inglés es posible: Propuesta de una Agenda Nacional*. https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2015/04/2015_Documento_completo_Ingles_es_posible.pdf
- Leal Soto, F. A., Espinoza Henríquez, C., Iraola Barboza, M., & Miranda Cruz, M. (2009). El contexto en la epistemología personal: Consideraciones teóricas y exploraciones empíricas. *Interamerican Journal of Psychology*, 43(1), 170–180.
- Montenegro Ayón, M. D., Franco Bayas, M. A., Sarmiento Coello, G., & Coello Vásquez, V. J. (2022). Importancia del idioma inglés para el docente. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 7(1), 100–120.
- Peterson, E. (2019). *Making sense of “bad English”: An introduction to language attitudes and ideologies*. Routledge.
- Reyes Cruz, M. del R., Murrieta Loyo, G., Hernández Méndez, E., Reyes Cruz, M. del R., Murrieta Loyo, G., & Hernández Méndez, E. (2011). Políticas lingüísticas nacionales e internacionales sobre la enseñanza del inglés en escuelas primarias. *Revista pueblos y fronteras digital*, 6(12), 167–197.
- Scott, J. (Ed.). (2014). *A Dictionary of Sociology* (4a ed.). Oxford University Press.
- Secretaría de Educación Pública. (2011). *Programa Nacional de Inglés en Educación Básica. Segunda Lengua: Inglés*.
- Secretaría de Educación Pública. (2017). *Estrategia Nacional de Inglés*. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/289658/Mexico_en_Ingle_s_DIGITAL.pdf
- Serrano, D. (2016). El inglés, lingua franca de la globalización y su repercusión en diversos ámbitos sociales y académicos. *Revista Fuentes Humanísticas*, 28(52), 177–190.
- Singh, K. (1996). The Relation of English Language Proficiency to Educational Aspirations of Mexican-American Eight Graders. *Journal of Early Adolescence*, 16(3), 253–273.

- Statista. (2025). *English proficiency gender gap in Latin America in 2023*. <https://www.statista.com/statistics/1121632/english-proficiency-gender-gap-latin-america/>
- Toledo Sarracino, D. G., Montaña Rodríguez, M. del S., Samperio Sánchez, N., & López Gaspar, I. (Eds.). (2022). *El inglés como lengua extranjera y la empleabilidad en la frontera México-Estados Unidos*. Universidad Autónoma de Baja California. https://www.researchgate.net/publication/359629642_El_ingles_como_lengua_extranjera_y_la_empleabilidad_en_la_frontera_Mexico-Estados_Unidos
- Universidad Autónoma de Baja California. (2023, junio 14). *Plan de Desarrollo Institucional 2023-2027*. http://planeacion.uabc.mx/pdi2023/docs/UABC_PDI_2023-2027_Ejecutivo.pdf
- University of Winnipeg. (2024). *Countries in which English language is a mandatory or an optional subject*. <https://www.uwinnipeg.ca/global-english-education/countries-in-which-english-is-mandatory-or-optional-subject.html>
- Uricoechea Guzmán, M., & Barón Sotto, J. A. (2025). Interrelación entre actitudes lingüísticas, ámbitos de uso y aprendizaje del inglés. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 45, 1–17. <https://doi.org/10.19053/upct.0121053X.n45.2025.17847>