

Contraste de un modelo de red intencional

Cruz García Lirios,¹
Javier Carreón Guillén,²
Sofía López de Nava Tapia³
Universidad Nacional Autónoma de México
México D.F., México

Resumen

Si consideramos Internet como una red intencional de búsqueda de información, se podría establecer una brecha digital entre quienes usan las redes sociales para entrete-nimiento y diversión y quienes buscan información en páginas de revistas. En este sentido, se llevó a cabo un estudio transversal de corte cuantitativo con una selección no probabilística de 253 estudiantes mexicanos para contrastar el supuesto de ocho dimensiones de la intención de buscar información para fines académicos. Se cons-truyó una escala para medir la variable psicosocial y poder establecer su distribución normal, confiabilidad y validez. A partir de un modelo estructural [$X^2 = 24,36$ (16gl) $p = 0,000$; GFI = 1,000M RMR = 0,000], se encontró que la ansiedad fue el factor que reflejaba el constructo “Red Intencional” ($\beta = 0,53$). Finalmente, el aporte de la pre-sente investigación se discutió a partir de las otras siete dimensiones especificadas.

Palabras clave: información, red, intención, ansiedad, desempeño.

Abstract

If Internet is considered as an intentional network to search for information, a digital gap can be established between those who use social networks for entertainment and fun and those who search for information in Journals'webs. So, the purpose of this cross-sectional and quantitative study was to compare the assumption of eight dimen-sions with the intention of seeking information for academic purposes. The sample was constituted of 253 Mexican students. Besides, a scale was designed in order to measure the psychosocial variable and to establish normal distribution, reliability and validity. Through a structural model [$X^2 = 24.36$ (16gl) $p = 0.000$; GFI = 1.000; RMR = 0.000], it could be established that anxiety was the factor through which the con-struct “Intentional Net” ($\beta = 0.53$) was reflected. Finally, the contribution of this re-search was discussed taking into account the other sevenspecified dimensions.

Keywords:Information network, intention, anxiety, performance.

Recibido: 03 de Agosto de 2014

Aceptación: 11 de Noviembre de 2014

1. Estudios de Doctorado en Psicología Social y Ambiental, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Psicología. Profesor de Asignatura, Universidad Autónoma del Estado de México-Unidad Académica Profesional Huehuetoca. tel. 5622 6666 ext. 47 385 correo electrónico: garcialirios@yahoo.com
2. Doctor en Administración, profesor titular “C” de tiempo completo, ENTS, UNAM. javierg@unam.mx
3. Maestra en Trabajo Social, UNAM-ENTS, Asistente de Investigación estudiosustentables@gmail.com

Introducción

La psicología social, a través de los modelos de acción razonada y conducta planificada, ha influido en la construcción de una psicología de la información (Abu, Yunus, Majid, Jabar, Sakidin y Ahmad, 2014). En esencia, ambos modelos parten del supuesto según el cual el comportamiento es determinado por la relación entre creencias, actitudes, percepciones e intenciones (García, 2007). Se trata de un proceso que, en el marco de la información que se genera en Internet, explica decisiones de consumo a partir del procesamiento racional, deliberado, planificado y sistemático.

Sin embargo, los modelos psicosociales han sido modificados para ajustar sus relaciones al procesamiento de información en Internet. Son los casos del Modelo de Aceptación de la Tecnología, el Modelo de Adopción del Comercio y el Modelo del Consumo Electrónico (Gamal y Gebba, 2013). Estos modelos han incorporado las variables psicosociales de creencias, actitudes, percepciones e intenciones que fueron propuestas para explicar un comportamiento eficiente, eficaz y efectivo (García, 2008).

La psicología de la información ha fusionado las variables psicosociales con otros constructos organizacionales tales como: clima laboral, capacitación y adiestramiento. No obstante, la psicología educativa, con la propuesta de la auto-eficacia computacional, y la psicología clínica, con la inclusión de la ansiedad y la adicción, son partícipes activas de la construcción de modelos psicológicos informacionales (García, 2011).

Sin embargo, en un contexto en el que las capacidades son indicadores del desarrollo humano sustentable, las habilidades, conocimientos y motivaciones son fundamentales para explicar la aparición del emprendimiento y la felicidad como principales propuestas de la psicología, en general, y de la psicología positiva, en particular, ante las problemáticas referentes a la escasez de recursos y su impacto en los servicios públicos que hacen más vulnerable a los sectores marginados y excluidos (García, 2012). Tales factores son preponderantes en la construcción de una democracia que, en los medios digitales, se gesta a partir del establecimiento de temas en una agenda comunicativa (Groshek, 2011). A diferencia de la sociedad de masas en la que los medios de comunicación analógicos establecían los temas de debate y con-senso públicos, en la era digital y la sociedad de la información son los medios digitales los que transfieren los temas que los internautas proponen en las redes sociales (Mao, Richter, Burns y Chaw, 2012). Así,

las tecnologías de información y los dispositivos electrónicos son los instrumentos de participación, observación, debate y con-senso (Nisbet, Stoycheff y Pearce, 2012).

Aunque el acceso a Internet es concomitante con el incremento de usuarios de redes sociales, éstos se concentran en face-book y twitter no sólo por la facilidad de uso, sino por la utilidad de sus protocolos al momento de difundir información personalizada (Sandoval y Saucedo, 2010). Las redes sociales son instancias personalizadas de información, pero el acceso a ésta requiere de habilidades computacionales, competencias de búsqueda y procesamiento de información, así como de capacidades de almacenamiento y difusión (Teh, Chong, Yong y Yew, 2010)

En este escenario, la psicología de la información ha estrechado más sus lazos teóricos y conceptuales con la psicología social ya que las creencias siguen siendo una propuesta sustancial para entender el impacto de las problemáticas ambientales sobre el comportamiento humano a través de los medios de comunicación, principalmente la información que se genera en Internet y en los dispositivos móviles por su grado de accesibilidad (Phan y Daim, 2011).

Por consiguiente, la brecha digital supone no sólo diferencias entre quienes acceden a los medios digitales y quienes se marginan o son excluidos, sino entre usuarios de Internet que buscan información para su entretenimiento e internautas que procesan información para su conocimiento e innovación (Fenoll, 2011).

En virtud de que los internautas están adscritos a un sistema de formación académica o profesional que les obliga a buscar información y procesarla con la finalidad de mostrar un aprendizaje significativo (Wong, Osman y Goh, 2013), el objetivo del presente estudio fue contrastar un modelo de ocho dimensiones. A partir de éste, se infieren diferencias entre cibernautas con respecto al uso de dispositivos electrónicos, el procesamiento de información y la difusión de temas, con el fin de establecer una agenda comunicativa que permita delinear políticas informativas y debatir el derecho, tanto a la información como a la privacidad, en los medios electrónicos.

Para tal propósito, se llevó a cabo una revisión del estado del conocimiento en bases de datos con registro ISSN y DOI, incluidas en REDALYC, LATINDEX y DIALNET, durante el periodo 2010 -2014. Posteriormente, se especificó el

modelo en una matriz de contenido (Apéndice A) a fin de establecer los supuestos y realizar un contraste empírico.

Teoría de la red internacional

La relevancia de las creencias (entendidas como categorías generales de información) se extiende a la formación de actitudes (definidas como categorizaciones específicas de información), las percepciones de riesgo de catástrofes o las percepciones de utilidad de información (asumidas como expectativas que permiten anticipar escenarios de incertidumbre), así como a las intenciones de uso de Internet para muy probablemente procesar la información que se genere (véase figura 1).

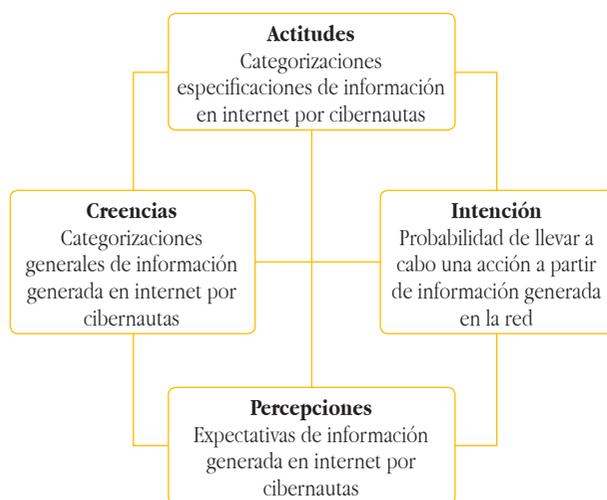


Figura 1. Teoría de la Red Intencional.

Ahora bien, las relaciones entre las variables psicosociales son las que hacen relevante su inclusión en los modelos psicológicos informacionales ya que explican el procesamiento de información de eventos lejanos o cercanos a la vida cotidiana de usuarios de Internet (Yaghoubi y Bahmani, 2010). De este modo, la recepción de información en tiempo real es un factor preponderante en la planificación de estrategias o estilos de vida que aminoren el impacto de las catástrofes.

Sin embargo, la tendencia de los estudios psicológicos informacionales es especificar las variables psicosociales ya que las creencias son categorizaciones muy generales y no podrían anticipar comportamientos específicos; aunque las actitudes son categorizaciones más delimitadas, requieren de información percibida para activar decisiones de acción inmediata (García, Carreón, Hernández, Bustos, Bautista, Méndez y Morales, 2013).

Precisamente, al ser las intenciones probabilidades decisivas para llevar a cabo una acción racional, deliberada, planificada y sistemática predicen la aparición de un comportamiento. No obstante, la información que se genera en Internet propicia un proceso más emocional que racional (García, Carreón, Hernández, Bustos, Morales y Limón, 2013).

Por lo anterior, el estudio de las intenciones con dimensiones emocionales y racionales parece ser más pertinente en un escenario impredecible e inconmensurable como lo serían las catástrofes ambientales (García, Carreón, Hernández, Limón, Montero y Bustos, 2013).

Los estudios psicológicos de la información (véase figura 2) han establecido ocho dimensiones relacionadas con las intenciones de uso de la información que se genera en Internet. Aunque en la literatura las percepciones y actitudes son determinantes de las intenciones, es posible inferir los indicadores de éstas últimas (García, Carreón, Hernández, Montero y Bustos, 2012).

La primera dimensión corresponde a la selectividad informacional como una decisión de llevar a cabo una búsqueda de información delimitada (Fuente, Herrero y Gracia, 2010); la segunda dimensión se refiere a las similitudes y diferencias de la información buscada con respecto a los estilos de vida y consumo de información de los cibernautas (Hee y Mc Daniel, 2011); la tercera dimensión obedece a la probabilidad de codificar información y su resguardo en cualquier dispositivo electrónico (Shrroff, Denenn y Ng, 2011); la cuarta dimensión alude a la decisión de buscar información libre de filtros (López y López, 2011); la quinta dimensión sugiere que los internautas toman decisiones de búsqueda de información, considerando las versiones de diferentes fuentes ante el mismo fenómeno (García, 2011); la sexta dimensión supone que la información puede ser reproducida, pero sobre todo producida desde y por el usuario de la red para que se construya una versión grupal de los hechos (Orantes, 2011).

Por último, las dimensiones psicológicas informacionales de la intención de procesar información son la ansiedad y la adicción, dos patologías a las que los internautas están expuestos (Ballesteros, Gil, Gómez y Gil, 2010). No obstante, como éstas son dos dimensiones opuestas a la deliberación, planificación, sistematización y difusión de información, se consideran variables exógenas a la intención de uso de Internet (Chuo, Tsai, Lan y Tsai, 2011).

Empero, la validez de un constructo supone la inclusión de factores negativos, como es el caso de la ansiedad y la adicción. En este sentido, ambos factores fueron incluidos en la especificación del modelo, esperando encontrar valores negativos (Simsek, 2011).

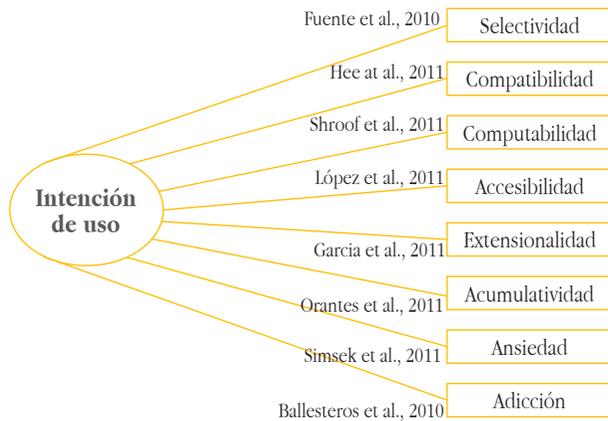


Figura 2. Estado del conocimiento.

En síntesis, la intención de procesar información que se genera en Internet tendría ocho dimensiones (véase figura 3). La toma de decisión de procesar información muy probablemente iniciaría con la búsqueda selectiva de información (hipótesis 1). Después, seguiría con el uso de dispositivos electrónicos diversos que permitan una búsqueda eficiente (hipótesis 2). Posteriormente, la información sería posiblemente resguardada en un código que se pudieran procesar en cualquier dispositivo electrónico (hipótesis 3).

Sin embargo, la búsqueda de información complementaria tendría que realizarse desde dispositivos electrónicos que permitieran un acceso a diversas fuentes de información y a diversos usuarios en la red (hipótesis 4). Aunque esto reduciría la difusión de información seleccionada por los internautas (hipótesis 5), también incrementaría la discusión y el debate ya que el cibernauta de las redes sociales se concentraría en unos cuantos temas de discusión (hipótesis 6).

Si bien la búsqueda de información supone una intencionalidad racional, deliberada, planificada y sistemática (hipótesis 7), la ansiedad por encontrar fuentes confiables o compatibles de información podría desencadenar una patología adictiva que muy probablemente inhibiría y, sobre todo, limitaría la búsqueda de información en la red (hipótesis 8).

En resumen, la intención de procesar información a partir de una búsqueda selectiva, compatible, computable,

accesible, extensiva y acumulable puede derivar en una patología de ansiedad y adicción que inhibiría la eficiencia, la eficacia y la efectividad informativa.

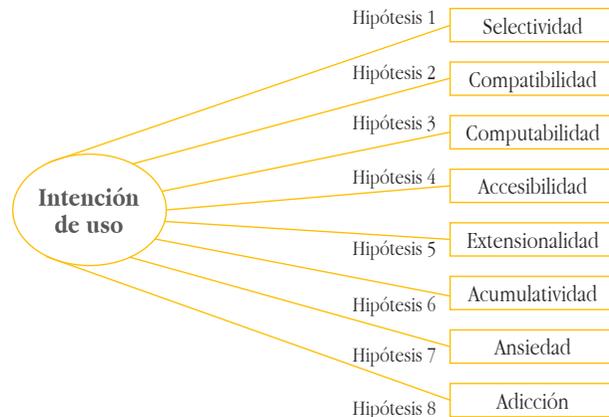


Figura 3. Especificación de relaciones.

Pero, ¿Cuál de las ocho dimensiones esgrimidas refleja la intención de uso de Internet para procesar información mediante la búsqueda selectiva, compatible, computable, accesible, extensiva y acumulable que puede derivar o no en ansiedad y adicción a la información?

Hipótesis nula: La relación especificada entre las ocho dimensiones y el factor intencional se ajustará a los datos observados en el estudio, mientras que la selectividad se establece como la dimensión preponderante de la intención informativa.

Método

Tipo de estudio

Se llevó a cabo un estudio transversal de corte cuantitativo. En virtud de que el modelo se especificó a partir de la Teoría de la Red Intencional y el estado del conocimiento, se consideró necesario realizar un solo diagnóstico y ponderar las dimensiones establecidas en la revisión de la literatura.

Participantes

Se realizó una selección no probabilística de 253 estudiantes de una universidad pública de México. El criterio de inclusión-exclusión fue haber estado escrito en el laboratorio de cómputo, pertenecer a una red social y buscar información para la elaboración de tareas, trabajos, prácticas, exposiciones, dinámicas, tesis o reportes de

investigación. Específicamente, la muestra estuvo constituida por 120 mujeres ($M = 19,5$ años de edad y $DE = 3,15$ años) y 133 hombres ($M = 22,5$ años de edad y $DE = 4,26$ años).

En virtud de que la muestra de estudio es predominantemente usuaria de las Tecnologías de Información y Comunicación, así como de los dispositivos electrónicos y digitales, a continuación se describen las horas que los internautas dedican a cada una de las ocho dimensiones especificadas en el modelo de medición.

Del total de participantes, 230 mostraron preferentemente un dispositivo electrónico ($M = 3,45$ horas de uso al día y $DE = 0,46$ horas de uso diarias); los temas y/o motivos de búsqueda de información predominantes son tareas ($M = 1,46$ horas al día y $DE = 0,25$ horas diarias); 157 participantes aseguraron preponderantemente que la información buscada está relacionada con sus estilos de vida ($M = 2,46$ horas diarias y $DE = 0,25$ horas al día). 45 usuarios declararon principalmente que guardan la

información en USB ($M = 1,29$ horas diarias y $DE = 0,59$ horas diarias); 201 usuarios están más dispuestos a subir sus trabajos a la red ($M = 2,35$ horas al día y $DE = 0,48$ horas diarias); 140 usuarios reportaron que más fehacientemente aceptarían compartir sus trabajos con otros estudiantes de su universidad ($M = 1,36$ horas diarias y $DE = 0,25$ horas al día). 67 participantes señalaron que volverán a utilizar la información que buscaron ($M = 1,46$ horas al día y $DE = 0,47$ horas diarias). 167 usuarios reconocieron principalmente que sienten ansiedad cuando la red es lenta ($M = 1,49$ horas diarias y $DE = 0,39$ horas al día). Por último, 170 participantes advirtieron que pasan muchas horas en la red ($M = 2,35$ horas diarias y $DE = 0,65$ horas al día).

Instrumentos

Se construyó una Escala de Red Intencional, la cual incluyó 32 reactivos en torno a selectividad, compatibilidad, computabilidad, accesibilidad, extensibilidad, acumulatividad, ansiedad y adicción (véase tabla 1).

Tabla 1
Operacionalización de variables

Dimensión	Definición	Ítems	Medición
Selectividad	Nivel de selección en la búsqueda de información para realizar trabajos, tareas, exposiciones, tesis o prácticas.	r1, r2, r3, r4	0 = nada probable, 1 = muy poco probable, 2 = poco probable, 3 = probable, 4 = muy probable
Compatibilidad	Grado de relación entre la búsqueda de información, los estilos de vida cotidianos y las actividades académicas	r5, r6, r7, r8	0 = nada probable, 1 = muy poco probable, 2 = poco probable, 3 = probable, 4 = muy probable
Computabilidad	Cantidad de almacenamiento de información buscada para llevar a cabo trabajos académicos.	r9, r10, r11, r12	0 = nada probable, 1 = muy poco probable, 2 = poco probable, 3 = probable, 4 = muy probable
Accesibilidad	Grado de intercambio de información a partir de la búsqueda de información para la elaboración de tareas, trabajos, exposiciones o tesis.	r13, r14, r15, r16	0 = nada probable, 1 = muy poco probable, 2 = poco probable, 3 = probable, 4 = muy probable
Extensibilidad	Nivel de influencia de los trabajos, tareas o tesis subidos a una página electrónica por parte de buscadores de información.	r17, r18, r19, r20	0 = nada probable, 1 = muy poco probable, 2 = poco probable, 3 = probable, 4 = muy probable
Acumulatividad	Número de veces en que la información buscada para realizar tareas, trabajos, exposiciones o tesis, es nuevamente utilizada para compartirla con otros usuarios o en otras actividades académicas.	r21, r22, r23, r24	0 = nada probable, 1 = muy poco probable, 2 = poco probable, 3 = probable, 4 = muy probable

Dimensión	Definición	Ítems	Medición
Ansiedad	Grado de reconocimiento de ansiedad al momento de buscar información, almacenar archivos, o revisar documentos con la finalidad de realizar tareas, trabajos o tesis.	r25, r26, r27, r28	0 = nada probable, 1 = muy poco probable, 2 = poco probable, 3 = probable, 4 = muy probable
Adicción	Grado de percepción en torno a la cantidad de tiempo que se utiliza para buscar información que sirva en la elaboración de tareas, trabajos, exposiciones o tesis en referencia a otros usuarios	r29, r30, r31, r32	0 = nada probable, 1 = muy poco probable, 2 = poco probable, 3 = probable, 4 = muy probable

Procedimiento

Se solicitó el permiso correspondiente para la aplicación del instrumento en el aula de clases. Una vez que se les explicó a los estudiantes que el estudio no afectaría ni positiva ni negativamente sus calificaciones parciales o finales, se procedió a entregarles la encuesta, advirtiéndoles que tenían un máximo de 20 minutos para responderla. Los casos en los que había una ausencia de respuestas, o una misma respuesta se repetía en cada aseveración, fueron eliminados de los análisis estadísticos. Posteriormente, los encuestados firmaron el consentimiento informado. Los datos fueron capturados en el Paquete Estadístico para Ciencias Sociales (SPSS, por sus siglas en inglés) y el software Análisis de Momentos Estructuras (AMOS, por sus siglas en inglés) en sus versiones 10 y 6.0, respectivamente.

Resultados

Los valores de curtosis cercanos a la unidad muestran una tendencia de distribución normal, aunque los promedios de las respuestas a los ítems señalan que la muestra sólo considera muy probable la relación entre la búsqueda de información, la vida cotidiana y las actividades académicas (véase apéndice B).

Respecto a la validez de constructos, los pesos factoriales de los ítems en cada uno de los ocho factores especificados indican que existen correlaciones suficientes para sustentar los ocho supuestos multidimensionales de la red intencional de búsqueda de información (véase figura 4).

De este modo, la ansiedad con respecto a la rapidez de búsqueda de información, el resguardo de archivos o la completud de los mismos, fue el factor reflejante de la intención de uso de Internet para fines académicos ($\beta = 0,53$).

Los parámetros de ajuste y residual [$\chi^2 = 24,36$ (16gl) $p = 0,000$; GFI = 1,000M RMR = 0,000] sugirieron la aceptación de la hipótesis nula, aun cuando el chi cuadrado fue significativo y supondría el rechazo de la hipótesis en cuestión.

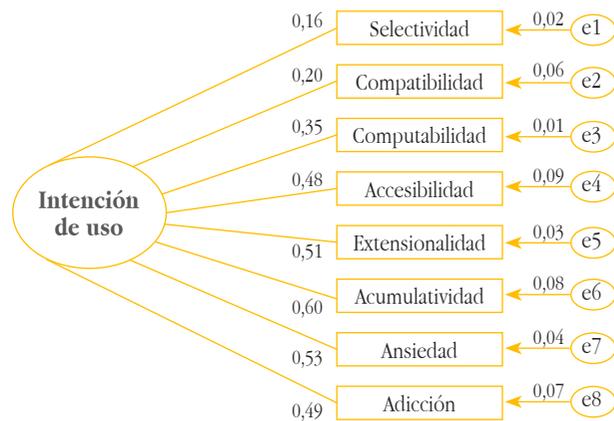


Figura 4. Relaciones reflejantes

No obstante, los valores de bondad de ajuste y residual son preponderantes en estos casos. Por consiguiente, se discuten a continuación las implicaciones de la aceptación del supuesto según el cual los buscadores de información se caracterizan por un proceso psicológico que hemos denominado red intencional. Ésta se refiere a un proceso psicológico que explica las decisiones racionales, deliberadas, planificadas y sistemáticas en torno a la elaboración de trabajos, tareas, exposiciones o tesis. Tales decisiones se toman a partir de la selección, compatibilidad, computación, acceso, extensión, acumulación, ansiedad y adicción a la información, la cual está disponible en los dispositivos electrónicos.

Discusión

El presente estudio ha especificado ocho dimensiones de la intención de buscar información a través de dispositivos

elec-trónicos con la finalidad de difundir tareas académicas. Los resultados sugieren la aceptación de la especificidad del modelo reflejante. No obstante, es necesario advertir que el estado del conocimiento ha establecido cada una de estas dimensiones, asumiendo que la intencionalidad de usar Internet es una posibilidad latente y poco relevante para el avance de la psicología informacional. Es decir, la intención de uso, reflejada por la ansiedad en torno a la búsqueda de información, el procesamiento de contenidos y la difusión de temas, es un proceso que no sólo consiste en deliberar, planificar o sistematizar información, sino que advierte acerca de las consecuencias de ajustar las actividades cotidianas y académicas a los estilos de vida de las redes sociales.

En el contexto de la investigación, la ansiedad no sólo es un reflejo patológico de las intenciones de uso frecuente de tecnologías de información, dispositivos electrónicos o protocolos digitales; ésta también es una variable latente que estaría emergiendo a medida que la brecha digital se acentúa entre internautas.

Se recomienda el contraste de un modelo especificado a partir de la ansiedad y sus dimensiones emocionales irracionales más que cognitivas racionales. En este sentido, el estudio de las emociones permitirá develar el factor ansioso.

Por otra parte, en la investigación de Núñez, Ochoa, Vales, Fernández y Paz (2013), se encontró una relación entre actitudes y hábitos en el uso de Tecnologías de Información y Comunicación respecto a entretenimiento, más que al desarrollo de competencias investigativas. Al igual que en el presente trabajo, dicha investigación estableció que la ansiedad se correlaciona con la búsqueda de información para elaborar trabajos, tareas, exposiciones o tesis. También se infiere que, en ambos estudios, el uso de Internet para entretenimiento o diversión genera una adicción que no estaría vinculada con el desempeño académico.

En el trabajo de Ballesteros et al., (2010), se afirma que la compulsividad fue un factor preponderante en la adicción al uso de redes sociales; esta investigación complementa el hallazgo del presente estudio ya que las patologías relacionadas con el uso de Internet son producto de distorsiones perceptuales acerca de los acontecimientos virtuales con respecto a los compromisos académicos. Es decir, en torno a la fantasía del cibersexo, los estudiantes se decantan por una probable compulsión de buscar relaciones sexuales virtuales. Por otra parte, si el objetivo es buscar información para realizar una tesis, los encuestados manifiestan un

alto grado de ansiedad ya que no estarían dispuestos a dedicarle el tiempo suficiente a la elaboración de un proyecto de investigación.

Por último, en el trabajo de Simsek (2011), la auto-eficacia computacional, indicador de un alto desempeño académico, se correlaciona negativamente con la ansiedad. Dicho estudio complementa el hallazgo de la presente investigación, pues la ansiedad se reflejó en la intención de uso de Internet para buscar información con fines académicos e investigativos.

No obstante, cabe advertir que la variable psicosocial de intención de uso, en este caso de dispositivos electrónicos para buscar información en la red, es predictora del comportamiento, ya que transfiere la influencia de las actitudes y las creencias de la información que se genera en Internet. Por ello, es fundamental especificar y contrastar un modelo en el que los cuatro factores de segundo orden expliquen el proceso racional, deliberado, planificado y sistemático de búsqueda de información como síntoma del desarrollo de competencias formativas.

El aporte del presente trabajo al estudio de Internet como un escenario de disponibilidad de información para fines académicos e investigativos es haber establecido ocho dimensiones de la intención de búsqueda de información a través de dispositivos electrónicos. Sin embargo, se debe profundizar en el análisis de otros factores implicados en la red intencional, tales como creencias, actitudes y comportamientos. Esto permitirá avanzar hacia una teoría que permita explicar la brecha entre quienes usan las redes sociales para su entretenimiento y diversión y quienes las utilizan para buscar información que les permita coadyuvar a su formación profesional.

Referencias

- Abu, F., Yunus, A., Majid, I., Jabar, J., Sakidin, H. y Ahmad, A. (2014). Technology Acceptance Model (TAM): Empowering smart customer to participate in electricity supply system. *Journal of Technology Management and Technopreneurship*, 2 (1), 85-94
- Ballesteros, R., Gil, M., Gómez, S. y Gil, B. (2010). Propiedades psicométricas de un instrumento de evaluación de la adicción al cibersexo. *Psicothema*, 22, 1048-1063
- Chuo, Y., Tsai, C., Lan, Y. y Tsai, C. (2011). The effect of organizational support, self-efficacy and computer anxiety on the

- usage intention of e-learning system in hospital. *African Journal of Business Management*, 5, 5518-5523
- Fenoll, V. (2011). Usuarios activos y pasivos. La interactividad de la audiencia en los medios digitales. *Revista de Ciencias Sociales*, 51, 1-26
- Fuente, A., Herrero, J. y Gracia, E. (2010). Internet y apoyo social: sociabilidad online y ajuste psicosocial en la sociedad de la información. *Acción Psico-lógica*, 7, 9-15
- Gamal, M. y Gebba, T. (2013). Mobile banking adoption: an examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business Research and Development*, 2 (1), 35-50
- García, C. (2007). La percepción de utilidad del comercio electrónico. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 12 (2), 409-420
- García, C. (2008). La brecha digital de las generaciones futuras. *Entelequia*, 8, 61-72
- García, C. (2011). Estructura del consumo electrónico. *Psicología Política*, 9 (26), 74-82
- García, C. (2012). Estructura híbrida de los determinantes del consumo electrónico. *Revista de Psicología Gepu*, 3 (2), 43-53
- García, C. (2013). Actitud hacia la utilidad y el riesgo en las redes sociales. *Fo-lios*, 29, 91-103
- García, C., Carreón, J., Hernández, J., Bustos, J., Bautista, M., Méndez, A. y Morales, M. (2013). Confiabilidad y validez de un instrumento de medición de búsqueda en Internet. *Revista de Psicología de la Universidad de Antioquia*, 5 (1), 27-34
- García, C., Carreón, J., Hernández, J., Bustos, J., Morales, M. y Limón, G. (2013). Dimensiones utilitarista y eficientista del uso de Internet. *Visión Gerencial*, 12 (2), 281-292
- García, C., Carreón, J., Hernández, J., Limón, G., Montero, M. y Bustos, J. (2013). Determinantes perceptuales de la intención de uso de Internet para el desarrollo del capital humano. *Forum Empresarial*, 18 (1), 95-117
- García, C., Carreón, J., Hernández, J., Montero, M. y Bustos, J. (2012). Confiabilidad y validez de un instrumento que mide la percepción de eficiencia en el uso de Internet en una biblioteca pública de México, Distrito Federal. *Invormus*, 7 (2), 3-11
- Groshek, J. (2011). Media, instability, a democracy: examining the granger causal relationships of the 122 countries from 1943-2003. *Journal of Communication*, 61, 1161-1182
- Hee, D. y Mc Daniel, S. (2011). Using an extended Technology Acceptance Model in exploring antecedents to adopting fantasy sports league web-sites. *International Journal of Sport Marketing & Sponsorships*, 17, 240-253
- López, L. y López, J. (2011). Los modelos de adopción de tecnologías de información desde el paradigma actitudinal. *Cuadernos Ebape*, 9, 176-196
- Mao, Y., Richter, M., Burns, K. y Chaw, J. (2012). Homelessness coverage, social reality, and media ownerships: comparing a national newspapers with to regional newspapers in Canada. *Mass Communication & Journalism*, 2, 1-7
- Nisbet, E., Stoycheff, E. y Pearce, K. (2012). Internet use and democratic demand: a multinational, multinivel model of Internet use and citizen attitudes about democracy. *Journal of Communication*, 62, 249-265
- Núñez, D., Ochoa, E., Vales, J., Fernández, M. y Paz, G. (2013). Actitudes y hábitos asociados al uso de las TIC's en alumnos de psicología. *Psicología para América Latina*, 25, 91-114
- Orantes, S. (2011). Viabilidad del Modelo de la Aceptación de la Tecnología en las empresas mexicanas. Una aproximación a las actitudes y percepciones de los usuarios de las tecnologías de la información. *Revista Digital Universitaria*, 12, 1-15
- Phan, K. y Daim, T. (2011). Exploring technology acceptance for mobile services. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 4 (2), 339-360
- Sandoval, R. y Saucedo, N. (2010). Grupos de interés en las redes sociales: el caso de Hi5 y Facebook en México. *Educación y Humanidades*, 4, 132-142
- Shrrof, R., Denenn, C. y Ng, E. (2011). Analysis of the Technology Acceptance Model in examining student's behavioral intention to use an e-portfolio system. *Australasian Journal of Educational Technology*, 27, 600-618
- Simsek, A. (2011). The relationships between computer anxiety and computer self-efficacy. *Contemporary Educational Technology*, 2, 177-187
- Teh, P., Chong, C., Yong, C. y Yew, S. (2010). Internet self-efficacy, computer self-efficacy, and cultural factor on knowledge sharing behavior. *African Journal of Business Management*, 4, 4086-4095
- Wong, K., Osman, R. y Goh, P. (2013). Understanding student teacher's behavioral intention to use technology: Technology Acceptance Model (TAM) validation and testing. *International Journal of Instruction*, 6 (1), 90-104
- Yaghoubi, N. y Bahmani, E. (2010). Factors affecting adoption of online banking. An integration Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business and Management*, 5 (9), 159-165

Apéndices

Apéndice A

Estado del conocimiento y especificación de la intención de uso

Año	Autor	Resultados	Especificación
2010	Yaghoubi y Bahmani	A partir de un modelo estructural [$\chi^2 = 1,87$; $p = 0,099$; $GFI = 0,93$; $AGFI = 0,91$; $CFI = 0,92$; $RMR = 0,41$; $RMSEA = 0,048$; $NFI = 0,92$], se contrastaron y aceptaron cada una de las siete hipótesis especificadas. PBC fue el determinante de la BI ($\beta = 0,33$), mientras que la actitud fue determinada por la PU ($\beta = 0,43$). Por último, la percepción de utilidad fue determinada por la PEU ($\beta = 0,37$)	La actitud determina la intención de uso de Internet, relacionada con la selectividad; al categorizar la información, supone que ésta última es una dimensión del constructo intencional de uso intensivo de dispositivos electrónicos o digitales.
2010	Hernández, Robles y Mella	Establecieron diferencias significativas por áreas disciplinares con respecto a las actitudes hacia el uso del ordenador y los servicios de internet. Las diferencias entre niveles (nulo, básico, intermedio, avanzado y experto) fueron significativas en relación a las disposiciones positivas hacia el uso de la tecnología de información y comunicación.	La actitud positiva que determina el uso de tecnologías de información supone una computabilidad que sólo los internautas pueden adquirir con el uso intensivo de sus dispositivos electrónicos.
2010	Wee, Hoc, Keat, Yee y Bin	La actitud determina la intención de uso de la tecnología ($\beta = 0,41$). A su vez, la actitud fue determinada por la percepción de facilidad de uso y la utilidad percibida ($\beta = 0,41$ y $\beta = 0,54$, respectivamente).	La utilidad, que afecta indirectamente al uso de tecnologías y procesamiento de información, está relacionada con la compatibilidad entre los estilos de vida de internautas y el avance de los dispositivos electrónicos.
2010	Ruíz, Sanz y Tavera	La actitud incidió sobre la intención de uso de mensajes SMS para participar en programas de televisión ($\beta = 0,17$). A su vez, la actitud fue determinada por el entretenimiento percibido y la compatibilidad ($\beta = 0,20$ y $\beta = 0,27$, respectivamente).	La actitud determinante de la intención de uso de dispositivos electrónicos denota una categorización de información que permite a los internautas acceder a contenidos exclusivos.
2011	Phan y Daim	El porcentaje de aceptación de tecnología fue de 20% a 25% para el caso de la utilidad y la facilidad de uso. La facilidad explica el 25% de la varianza de las actitudes. La facilidad estuvo configurada por los indicadores de calidad, simplicidad y rapidez (21% a 23% respectivamente).	La facilidad de uso percibida incide sobre la actitud, y ésta, sobre la intención, lo que devela un proceso de computabilidad en el que los internautas adquieren habilidades que les permiten encontrar información específica.
2011	Shroff, Deneen y Ng	Demostraron la vigencia de la actitud como variable mediadora de las percepciones. Puesto que la facilidad modera el efecto de la utilidad percibida, la actitud transfiere su influencia al uso de Internet. Esto demuestra la verosimilitud de las relaciones hipotéticas del MAT. En la medida en que la gente percibe la tecnología como un objeto accesible y benéfico es más proclive a aceptarla y consumirla vía sus evaluaciones. En efecto, la actitud hacia Internet es transmisora de las percepciones y antecedente de la intención, que determina el uso de la tecnología de información y comunicación.	La actitud no sólo transfiere las categorías de información a la intención de uso de tecnologías informativas, sino que anticipa escenarios de extensión o difusión de iniciativas o propuestas.

Año	Autor	Resultados	Especificación
2011	Ozer y Yilmaz	La actitud hacia la tecnología determinó la intención de uso de la tecnología de información ($\beta = 0,71$). A su vez, la interrelación entre la actitud y la norma subjetiva determinaron, en menor grado, la intención ($\beta = 0,67$).	La relación entre actitud y norma con respecto a la intención supone la inclusión de información seleccionada a partir de las normas establecidas en un grupo al que pertenecen los internautas.
2013	Wong, Osman y Goh	Mediante un modelo estructural [$\chi^2 = 97,969$; $p = 0,000$; (2df) RMSEA = 0,072; GFI = 0,944; CFI = 0,978; TLI = 0,967], se establecieron las relaciones reflejantes de cuatro factores: Percepción de utilidad ($pu1 = 0,78$, $pu2 = 0,94$; $pu3 = 0,80$), Percepción de Facilidad de Uso ($peu1 = 0,94$, $peu2 = 0,94$, $peu3 = 0,97$), Actitud hacia el Uso de la Computadora ($a1 = 0,78$, $a2 = 0,94$), Intención de Uso ($i1 = 0,85$, $i2 = 0,94$, $i3 = 0,55$). Además, se establecieron correlaciones entre los cuatro factores: percepción de utilidad con intención de uso (0,59), con actitud (0,59), con facilidad de uso (0,69). La facilidad de uso percibida con la intención (0,45), con la actitud (0,37). Por último, la actitud con la intención (0,47).	Las relaciones entre percepciones, actitudes, intenciones y comportamientos son parte de un proceso en el que la selección de información es el primer eslabón en la cadena de procesamiento y difusión.
2013	Gamal y Gebba	La confiabilidad para PEU fue (0,79), PU = (0,82), A (0,81), BI (0,76), BC (0,93) y SN (0,78). Fueron aceptadas H1 [$R^2 = 0,36$; $t = 3,754$; $P = 0,000$; $\beta = 0,351$], H2 [$t = 3,137$; $P = 0,000$; $\beta = 0,268$] H3 [$R^2 = 0,34$; $t = 6,279$; $P = 0,000$; $\beta = 0,581$] y H7 [$R^2 = 0,34$; $t = 7,802$; $P = 0,000$; $\beta = 0,585$]	La facilidad de uso percibida al ser determinante de la percepción de utilidad y la actitud como factores mediadores de las intenciones de uso y uso intensivo de tecnologías informativas revelan una estructura de compatibilidad entre las oportunidades, capacidades y dispositivos informativos.
2013	Iconaru	La actitud determinó la intención de uso de la tecnología ($\beta = 0,5$), aunque las disposiciones categoriales sólo transmitieron el efecto de la percepción de utilidad ($\beta = 0,54$) y la percepción de facilidad de uso ($\beta = 0,20$) cuando esta última determinaba la percepción de utilidad ($\beta = 0,49$). A su vez, la utilidad percibida determinaba directamente la intención ($\beta = 0,30$). Es decir, la actitud resultó una transmisora eficaz de los efectos de ambas percepciones sobre la intención porque aumentó el poder predictivo de ambas percepciones sobre la intención de uso de la tecnología.	Las percepciones, al ser determinantes indirectas de las intenciones, están conformadas por procesos de compatibilidad entre los estilos de vida de los internautas y las oportunidades informativas en Internet.
2013	Tavera, Sánchez y Ballesteros	La utilidad percibida y la confianza determinaron la actitud hacia el comercio electrónico ($\beta = 0,59$ y $\beta = 0,20$ respectivamente). En el caso de la percepción de utilidad, ésta había sido determinada por la percepción de facilidad de uso ($\beta = 0,69$). Sin embargo, la actitud no determinó significativamente la intención de uso del comercio electrónico en la ciudad de Medellín, Colombia.	Las percepciones y la confianza, al ser determinantes directos de las actitudes hacia el uso de información financiera, suponen procesos selectos de información dada la complejidad de los protocolos electrónicos de transferencia financiera.

Apéndice B

Propiedades psicométricas del instrumento

Ítems	M	DE	C	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
Subescala de selectividad (alfa = 0,69)											
R1	Elegiría información de revistas para elaborar mi exposición	1,03	0,49	2,03	0,381						
R2	Cualquier información me serviría para elaborar mi tesis	1,06	0,39	2,06	0,382						
R3	Encontraría información actualizada para realizar tareas	1,07	0,29	2,15	0,392						
R4	Buscaría cualquier información para hacer mis trabajos	1,19	0,31	2,16	0,391						
Subescala de compatibilidad (alfa = 0,70)											
R5	Adaptaría mis actividades a la búsqueda de información en la red	3,10	0,52	2,46		0,390					
R6	Ajustaría mis prioridades a la búsqueda de información en la red	3,04	0,39	2,37		0,491					
R7	Asimilaría cualquier información para aplicarla en mi vida	3,17	0,69	2,33		0,330					
R8	Buscaría información en la red que pueda llevar a la práctica	3,47	0,25	2,01		0,410					
Subescala de computabilidad (alfa 0,72)											
R9	Respaldaría la información de mi PC para facilitar el plagio	1,06	0,51	2,83				0,482			
R10	Vacunaría mis dispositivos para evitar virus espías	1,01	0,83	2,04				0,482			
R11	Utilizaría cualquier dispositivo para difundir el plagio	1,83	0,93	2,81				0,410			

	Ítems	M	DE	C	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
R12	Almacenaría información en el correo para evitar spam	1,27	0,62	2,93			0,441					
Subescala de accesibilidad (0,64)												
R13	Difundiría mis trabajos para que los demás me citen	1,20	0,63	2,32				0,518				
R14	Realizaría exposiciones con otros usuarios para ahorrar tiempo	1,17	0,84	2,04				0,529				
R15	Usaría una tecnología que me permitiera trabajar en red	1,28	0,85	2,83				0,502				
R16	Intercambiaría mis tareas con otros usuarios para ahorrar tiempo	1,62	0,19	2,01				0,481				
Subescala de extensividad (alfa 0 0,78)												
R17	Difundiría mi tesis para que otros la criticaran	1,69	0,29	2,46					0,518			
R18	Publicaría mis trabajos para que los demás me reconocieran	1,30	0,38	2,32					0,382			
R19	Vendería mis exposiciones para que mi capacidad sea premiada	1,64	0,41	2,37					0,493			
R20	Subiría mis tareas para que otros las utilizaran	1,02	0,62	2,83					0,513			
Subescala de acumulatividad (alfa = 0,75)												
R21	Usaría mis trabajos para elaborar mi tesis	1,29	0,47	2,06						0,391		
R22	Modificaría mis exposiciones para convertirlas en trabajos	1,63	0,35	2,83						0,495		
R23	Buscaría información complementaria a la que tengo	1,03	0,25	2,49						0,405		
R24	Volvería a utilizar mis tareas para realizar trabajos	1,83	0,38	2,04						0,506		

	Ítems	M	DE	C	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
Subescala de ansiedad (alfa = 0,68)												
R25	Aceptaría mi ansiedad si Twitter me lo señalara	0,38	0,05	2,17							0,381	
R26	Rechazaría cualquier advertencia de restricción a la red	0,49	0,07	2,16							0,406	
R27	Acataría las restricciones de Google* por mi búsqueda excesiva	0,16	0,08	2,71							0,591	
R28	Reconocería mi ansiedad si Facebook me lo advirtiera	0,39	0,04	2,10							0,471	
Subescala de adicción (alfa = 0,79)												
R29	Utilizaría el tiempo de búsqueda que tardan otros usuarios	0,82	0,04	2,03								0,595
R30	Ajustaría mi búsqueda a los criterios de otros usuarios	0,95	0,05	2,07								0,405
R31	Navegaría menos tiempo que el promedio de los demás	0,71	0,08	2,05								0,381
R32	Buscaría más información si los demás lo hicieran	0,39	0,05	2,06								0,606

Curtosis general = 2,47; Bootstrap = 0,000; KMO = 0,601; $X^2 = 12,35$ (24gl) $p = 0,000$; F1 = Selectividad (21% de la varianza explicada), F2 = Compatibilidad (18% de la varianza explicada), F3 = Computabilidad (15% de la varianza explicada), F4 = Accesibilidad (13% de la varianza explicada), F5 = Extensionalidad (11% de la varianza explicada), F6 = Acumulatividad (9% de la varianza explicada), F7 = Ansiedad (7% de la varianza explicada) y F8 = Adicción (6% de la varianza explicada). Todos los ítems tienen como opciones de respuesta: 0 = nada probable, 1 = muy poco probable, 2 = poco probable, 3 = probable, 4 = muy probable

