

Universidad Siglo 21



Trabajo Final de Graduación

Lic. En Psicología

**“Actitudes de estudiantes de la carrera de
psicología ante el uso de las TIC como
herramientas de estudio”**

Matías Nicolás Ampoli

2016

Resumen

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se han generalizado en su uso académico y se están convirtiendo en las nuevas formas de impartir y adquirir conocimientos (Coll, Mauri & Onrubia, 2008).

Los estudios de las actitudes permiten vincular el contexto social en el que las personas viven con su conducta individual, reflejando la interiorización de preferencias, valores y normas que rigen en los grupos u organizaciones a la cual los sujetos pertenecen.

El objetivo de este Trabajo Final de Graduación fue describir las actitudes que poseen los estudiantes de la carrera de psicología ante el uso de las TIC como herramienta de estudio, así como las principales creencias y valoraciones sobre las TIC, y el empleo de las diferentes herramientas y redes sociales más comunes.

Se presenta a continuación un diseño de investigación no experimental, transversal de tipo descriptivo, que estuvo conformada con una muestra intencional y autoelegida de 104 estudiantes, a los cuales se les aplicaron encuestas durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2016, en formato impreso y con formularios web.

Las actitudes de los estudiantes ante las TIC como herramienta de estudio a nivel general son positivas, encontrando diferencias en el componente cognitivo entre los alumnos de primero y quinto año. Los estudiantes prefieren la utilización de la PC o Notebook para realizar tareas vinculadas al estudio, y el uso del celular está más relacionado con los servicios de comunicación y el acceso a las redes sociales

Palabras claves: TIC, estudiantes universitarios, actitudes.

Abstract

Information and Communication Technologies (ICTs) have become widespread in their academic use and are becoming the new ways of imparting and acquiring knowledge (Coll, Mauri & Onrubia, 2008).

The researches on attitudes allow to link the social context in which people live with their individual behavior, reflecting the internalization of preferences, values and norms that govern the groups or organizations to which the subjects belong.

The objective of this Final Graduation Work was to describe the attitudes that the students of psychology career have before the use of the ITCs as a learning tool, as well as the main beliefs and valuations on the ITCs, and the use of the different tools and on the most common social networks.

A non-experimental cross-sectional descriptive research design was presented, which was made up of an intentional and self-selected sample of 104 students who were surveyed with printed and web forms during the months of July, August and September, 2016.

The students' attitudes towards ICT as a general study tool are positive, finding differences in the cognitive component among first and fifth year students. Students prefer to use the PC or Notebook to perform tasks related to the study, and the use of the cell phone is more related to communication services and access to social networks.

Keywords: ICT, university students, attitudes.

Índice

ÍNDICE	3
ÍNDICE DE TABLAS	4
1. INTRODUCCIÓN	5
1.1 ANTECEDENTES	7
1.2 JUSTIFICACIÓN	12
1.3 TEMA.....	15
1.4 PROBLEMA	15
1.5 OBJETIVOS GENERALES	15
1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
2. MARCO TEÓRICO	16
2.1 ACTITUD: DEFINICIÓN.....	16
2.1.1 Funciones de las actitudes.....	16
2.1.2 Concepción tripartita de las actitudes.....	17
2.1.3 La fuerza de las actitudes	18
2.1.4 Formación de las actitudes.....	19
2.2 LAS TIC EN LOS CONTEXTOS EDUCATIVOS Y LAS COMPETENCIAS DIGITALES.....	22
2.2.1 La brecha digital en la Sociedad de la Información.....	23
2.2.2 Un nuevo modo de producción comunicacional: la participación colaborativa.....	24
2.2.3 Las hipermediaciones y las nuevas subjetividades	25
2.2.4 La apropiación de la nueva tecnología comunicacional	27
3. METODOLOGÍA	29
3.1 DISEÑO.....	29
3.2 POBLACIÓN.....	29
3.3 MUESTRA.....	29
3.4 INSTRUMENTOS	30
3.5 PROCEDIMIENTOS	31
3.6 PROPUESTA DE ANÁLISIS.....	31
3.7 CUESTIONES ÉTICAS	32
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	33
4.1 ANÁLISIS DESCRIPTIVOS, SEGÚN VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS	33
4.2 ANÁLISIS DESCRIPTIVOS. ESCALA DE HÁBITOS	36
4.3 ANÁLISIS DESCRIPTIVO. ESCALA DE ACTITUDES	47
4.4 ANÁLISIS INFERENCIAL	48
5. DISCUSIONES	51
BIBLIOGRAFÍA	59
ANEXO	65
DATOS DEMOGRÁFICOS GENERALES (COMPLETE LOS SIGUIENTES DATOS Y MARQUE CON UNA X SU RESPUESTA)	67
ESCALA DE ACTITUDES (A CONTINUACIÓN, LE PRESENTO UNAS AFIRMACIONES SOBRE ACTITUDES ANTE EL USO DE LAS TIC COMO HERRAMIENTA DE ESTUDIO. EXPRESE SABRIENDO QUE 1 SIGNIFICA TOTALMENTE DESACUERDO, 2 DESACUERDO, 3 INDIFFERENTE, 4 DE ACUERDO Y 5 TOTAL ACUERDO) .	69
ESCALA DE HÁBITOS	70

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Estadísticos descriptivos: número de casos, mínimo, máximo y media</i>	33
Tabla 2 <i>Estadísticos descriptivos: sexo, frecuencia, y porcentaje</i>	33
Tabla 3 <i>Año de ingreso a la carrera</i>	34
Tabla 4 <i>Año de cursado actual</i>	34
Tabla 5 <i>Tipo de celular y sistema operativo</i>	35
Tabla 6 <i>Acceso a Internet, impresora y scanner</i>	35
Tabla 7 <i>Habilidades en el uso de las TIC</i>	36
Tabla 8 <i>Uso frecuente de Internet</i>	37
Tabla 9 <i>Tipo de dispositivo</i>	37
Tabla 10 <i>Usos más frecuente del celular</i>	37
Tabla 11 <i>Usos más frecuente de la PC/Notebook/Netbook</i>	38
Tabla 12 <i>Propuesta en la utilización de las redes sociales para fines académicos</i>	39
Tabla 13 <i>Participación en la utilización de las redes sociales para fines académicos</i>	40
Tabla 14 <i>Herramientas informáticas utilizadas para su estudio</i>	40
Tabla 15 <i>Frecuencia de usos de Internet en diferentes espacios</i>	42
Tabla 16 <i>Fines para el acceso a Internet. Obtención de información</i>	43
Tabla 17 <i>Fines para el acceso a Internet. Comunicación</i>	44
Tabla 18 <i>Fines para el acceso a Internet. Participación en comunidades virtuales</i>	45
Tabla 19 <i>Fines para el acceso a Internet. Actividades de entretenimiento</i>	46
Tabla 20 <i>Escala de actitudes</i>	47
Tabla 21 <i>Escala de actitudes. Ítems cognitivos</i>	48
Tabla 22 <i>Escala de actitudes. Ítems afectivos</i>	48
Tabla 23 <i>Escala de actitudes. Ítems comportamentales</i>	48
Tabla 24 <i>Actitudes ante las TIC en los cinco grupos (ANOVA)</i>	49
Tabla 25 <i>Comparación múltiple en los cinco grupos sobre uso de las TIC</i>	50

Índice de figuras

<i>Figura 1</i> Usos más frecuente del celular.....	38
<i>Figura 2</i> Usos más frecuente de la PC/Notebook/Netbook	39
<i>Figura 3</i> Herramientas informáticas utilizadas para su estudio	41
<i>Figura 4</i> Lugares en que utiliza Internet con mayor frecuencia	42
<i>Figura 5</i> Fines para el acceso a Internet. Obtención de información	43
<i>Figura 6</i> Fines para el acceso a Internet. Comunicación	44
<i>Figura 7</i> Fines para el acceso a Internet. Participación en comunidades virtuales.....	45
<i>Figura 8</i> Fines para el acceso a Internet. Actividades de entretenimiento	46

1. Introducción

En primer lugar, se puede definir a las actitudes como las valoraciones generales y relativamente constantes que las personas hacen sobre otras personas, cosas o ideas que técnicamente se denominan *objetos de actitudes* (Briñol, Falces & Becerra, en Morales, 2007). Las personas, según estos autores, a lo largo de sus vidas van tomando decisiones y realizando elecciones, las cuales reflejan las valoraciones que los sujetos hacen sobre diversas cuestiones.

Según Petty, Fabrigar & Wegener (2003) las actitudes dan una idea del grado positivo o negativo que hacen las personas a la hora de juzgar aspectos de la realidad, siendo éstas un fenómeno mental y como tal se hace necesario inferir las actitudes de los sujetos a partir de ciertos indicadores.

El estudio de este constructo cobra su relevancia a la hora de comprender las conductas individuales y sociales. Es por esta razón que los sujetos, por medio de las actitudes, van adquiriendo nuevos conocimientos, a través de procesos de aprendizajes básicos, ya que las personas relacionan y asimilan la información que reciben del mundo exterior (Kassin, Fein & Markus, 2013). También cumplen un rol fundamental a la hora de buscar, responder y procesar la información que les brinda el medio exterior, siendo además importante la influencia que tienen las actitudes en referencia a las respuestas que uno tiene consigo mismo (Briñol, Falces & Becerra, en Morales, 2007). Siguiendo las ideas de estos investigadores, los estudios de las actitudes permiten vincular el contexto social en el que las personas viven con su conducta individual, reflejando la interiorización de preferencias, valores y normas que rigen en los grupos u organizaciones a la cual los sujetos pertenecen.

Las actitudes, en mayor o menor medida, influyen en la forma de pensar, sentir y actuar de las personas (Briñol, Falces & Beccerra, en Morales, 2007). Según estos autores, el poseer un menor o mayor conocimiento sobre ellas, permite realizar predicciones sobre la conducta, tanto individual como social y sus cambios.

Por otro lado, en los inicios del siglo XXI, la invasión de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) han tenido un enorme impacto en las actitudes individuales como también en las colectivas, en diferentes ámbitos de la sociedad (Coll, Mauri & Onrubia, 2008). Siguiendo con las ideas planteadas de estos investigadores, las TIC han penetrado de manera incipiente en las nuevas formas de impartir conocimientos, en las instituciones educativas y de formación profesional, pero también han impactado de manera significativa en los modos de aprender y de obtener información por parte de los alumnos.

Con la aparición de las TIC, la educación convencional se fue redefiniendo y está dando paso a una nueva modalidad de enseñanza, la educación a distancia, la cual incorpora de manera intensa estas tecnologías como herramientas de estudio, de intercambio de información y modos de relación entre los estudiantes (Heidenreich, 2003).

Por estos motivos, en el presente trabajo se intentó esbozar las actitudes de los estudiantes de la carrera de psicología ante el uso de las TIC como herramientas de estudio.

Para ello se realizó un diseño de investigación no experimental, del tipo transversal, descriptivo, con una población de 104 estudiantes de la carrera de psicología de la Universidad Siglo 21. A ellos se les aplicó una serie de cuestionarios de actitud, previamente diseñado desde la revisión de instrumentos ya existentes sobre

la temática, con el fin de recabar datos que permita concluir acerca de la importancia del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como herramientas de estudio, como así también las creencias y los pensamientos que los alumnos poseen sobre ellas, los estados emocionales y sentimientos que predisponen el uso de las TIC y las intenciones o disposiciones a la acción que manifiestan estos sujetos a la hora de utilizar estas nuevas tecnologías como herramientas de estudio.

1.1 Antecedentes

Existen en la actualidad numerosos artículos de revistas científicas en relación a las actitudes de estudiantes universitarios hacia las tecnologías de la información y comunicación.

Para empezar, se puede mencionar un estudio realizado por Araujo, Marcano & Marcano (2007) donde su investigación tuvo como objetivo analizar la actitud de los alumnos de los Institutos Universitarios frente al uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Este trabajo fue desarrollado bajo una metodología descriptiva de tipo transversal, cuya población estuvo conformada por 82 alumnos de la ciudad de Maracaibo, Venezuela. Como instrumentos de recolección de datos se diseñó un cuestionario conformado por 45 preguntas, con escala de Lickert. Los resultados que obtuvieron en dicha investigación revelaron que los estudiantes tenían una actitud moderadamente favorable, ya que medianamente sus emociones, creencias y conductas en relación con el manejo de las TIC fueron positivas.

Otro estudio (Díaz & Urbano, 2012), cuyo objetivo fue describir el grado de destrezas en el manejo de las TIC que poseían los estudiantes universitarios del ingreso a la Escuela Universitaria de Magisterio, de la ciudad de Córdoba, España, también tuvo como objetivo conocer la valoración que hacían los alumnos de la

utilización didáctica de estas tecnologías en el aula, valorando los efectos en las practicas docentes en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

La muestra estuvo conformada por 709 alumnos. Para realizar dicha investigación se llevó a cabo un diseño descriptivo y correlacional ex post facto, utilizando estudios de encuestas. Para la confección de la misma se diseñó un cuestionario cuyo punto de partida fue la revisión de instrumentos ya existentes relacionados con el tema. Las conclusiones fueron que los ingresantes a la universidad pensaron que las TIC mejoran su formación académica. Y en relación con ello, fueron conscientes de la funcionalidad y potencialidad que tuvieron para su actividad, dándole especial relevancia al efecto que poseyeron en su creatividad y participación.

Por otro lado, Morales Rodríguez (2012), llevó a cabo una investigación de actitudes e intereses hacia las TIC en una muestra de 224 estudiantes del Máster en Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas de la Universidad de Málaga, España, con edades comprendidas entre 22 y 49 años.

El instrumento que utilizó fue un Cuestionario de Actitudes e Intereses hacia las TIC que reflejaba los conocimientos que se tienen a nivel informático, utilidad de Internet, acceso a ella, frecuencia, si consideraron útil en su proceso interactivo de aprendizaje la utilización del visionado de vídeos, Power Point, plataforma Moodle, foros, wikis, chats, videoforums y blogs, así como numerosas cuestiones sobre cuáles fueron las funciones que Internet puede llegar a tener en el contexto educativo universitario. Los datos demostraron que existen diferencias en la percepción de las funciones que las TIC pueden tener en dicho contexto según el género y la especialidad.

También, Centeno Moreno & Cubo Delgado (2013) realizaron una investigación cuyo objetivo fue evaluar el grado de Competencia Digital que tienen los estudiantes universitarios y conocer qué tipo de actitudes tienen hacia las TIC.

Para ello se realizó una investigación cuantitativa desarrollada a través de un diseño descriptivo. En la investigación se utilizó un cuestionario, previamente validado, basado en una escala de respuesta tipo Likert de 5 puntos, a una muestra constituida por 101 estudiantes pertenecientes a la Licenciatura de Psicopedagogía de la Universidad de Extremadura, España, en sus dos modalidades: virtual y presencial. Los resultados mostraron déficits en relación con la competencia digital, así como una actitud positiva hacia las TIC. Sumado a esto, encontraron una relación significativa entre las actitudes y las habilidades en TIC, así como una mejor actitud hacia ellas en los estudiantes de la modalidad virtual.

Por su parte, Lesta, Cañas, Rabbat & Rodríguez (2013) a través de un estudio cualitativo con técnicas de grupo focal y recursos de etnografías virtuales, lograron acercarse a prácticas de uso de las TIC en las cátedras desde la perspectiva y experiencia de los alumnos.

La población utilizada fueron alumnos ingresantes de las carreras de Publicidad y Relaciones Internacionales y un segundo grupo de alumnos del último año de las carreras de Abogacía y Administración de la Universidad Siglo 21, Córdoba, Argentina. El criterio muestral fue no probabilístico, por propósito.

Como resultado de dicha investigación se llegó a la conclusión de que los estudiantes se encuentran en un entorno que fomenta, facilita y promueve el uso de la red social Facebook como herramienta digital. Sin embargo, los alumnos no han podido “apropiarse” de la herramienta para resignificar y construir intersubjetividad,

pues solo se reconocen consumidores y receptores de mensajes más que como productores.

Según este estudio, la potencialidad de la herramienta no ha alcanzado los niveles suficiente como para poder abrir la posibilidad de una apropiación que permita a los sujetos la realización autónoma, colectiva o individual.

Además, otro artículo realizado por Fernández Nistal, Núñez Luna, Ochoa Ávila, Ross Argüelles & Vales García (2013), evaluó actitudes y hábitos asociados al uso de las tecnologías de la información y comunicación en alumnos de psicología, en México. El método de trabajo se fundamentó en el enfoque mixto (cuantitativo/cualitativo). Para ello se seleccionó una muestra no aleatoria de 200 alumnos a quienes se les aplicó un cuestionario; asimismo se conformó un grupo de enfoque constituido por 10 alumnos, con el propósito de realimentar el contenido de programas educativos correspondientes a la carrera de psicología.

Respecto al uso del Internet, se encontró que esta herramienta se utiliza principalmente como medio de entretenimiento y participación en comunidades sociales virtuales, concluyendo que hace falta el desarrollo de competencias investigativas para el aprovechamiento adecuado de todas las potencialidades educativas y de comunicación que tienen las TIC. Con respecto al enfoque cuantitativo, para la recolección de los datos de los estudiantes sobre sus actitudes y hábitos de uso de las TIC, se aplicó el instrumento de medición Computer Attitude Questionnaire (CAQ).

Cabe destacar otro estudio de investigación no experimental, transversal, de tipo descriptivo y correlacional, de diseño cuantitativo (Aguedo Sussan, Castro Tamayo, Izaguirre Sotomayor, Ramírez & Reátegui Guzmán, 2015), el cual demostró

que la actitud media global de los docentes hacia las TIC fue más favorable (86%) que la de los estudiantes (76%), mientras que la actitud muy favorable hacia las TIC fue solo para el quinto de los estudiantes y para el tercio de los docentes.

La población para dichos resultados estuvo conformada por 105 estudiantes y 45 docentes del departamento de pediatría de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. El instrumento que se utilizó fue la Escala de Likert, donde fueron determinadas las actitudes tanto de estudiantes como de profesores frente a 21 constructos relacionados con las tecnologías de la comunicación e información (TIC). La técnica utilizada fue la encuesta directa cara a cara.

Finalmente, Maldonado Berea & Vega Gea (2015), obtuvieron como resultados, a través de su investigación, que el alumnado en general, tiene una actitud positiva hacia el uso de la plataforma de Teleformación Moodle.

Para ello se llevó a cabo una investigación de tipo cuantitativo y cualitativo, a través de una metodología mixta, incorporando las aportaciones que proporciona el paradigma positivista, a través de un diseño no experimental de tipo correlacional y con relación al paradigma cualitativo, un diseño de tipo fenomenológico. La población participante en este estudio fueron 287 estudiantes matriculados en primer año durante el período escolar 2009 – 2010 de la Facultad de Ciencias de la Educación, Córdoba, España.

Con respecto al cuestionario aplicado a los estudiantes, se empleó la Técnica de la encuesta estructurada y el Cuestionario como instrumento. Se realizó un cuestionario preliminar que se sometió a un análisis de fiabilidad y validez. En base a los resultados obtenidos se procedió a su rediseño, generándose un cuestionario final constituido por 72 ítems integrados en 6 dimensiones: 1. Actitudes generales hacia la

Teleformación, 2. Experiencia previa en Teleformación, 3. Conocimientos de herramientas de interacción, 4. Habilidades en el uso de las herramientas de interacción, 5. Procesos técnicos de la PTM y 6. Procesos pedagógicos derivados de la PTM.

1.2 Justificación

Abordar el tema de las actitudes resulta importante a la hora de comprender la conducta social de las personas, pues las actitudes son relevantes en el momento de adquirir nuevos conocimientos, ya que los sujetos relacionan y asimilan la información de su entorno en dimensiones evaluativas (Briñol, Falces & Beccerra, en Morales, 2007).

También, este constructo tiene la función de procesar, buscar y responder tanto a la información del medio como a la información que está en relación con la propia persona (Baron & Byrne, 2005). Es así que, según estos autores, estos componentes se encuentran vinculados con las conductas de los sujetos, siendo las actitudes una de las principales fuentes de influencia en la forma de pensar y actuar, incluso influyen sobre el pensamiento social de las personas, ya que al evaluar el mundo circundante se está representando un aspecto central de la cognición social.

Por otra parte, las actitudes permiten dilucidar la conexión que hay entre la conducta individual y el medio ambiente social en el que viven las personas, ya que reflejan las preferencias, valores o normas que se rigen en los grupos sociales (Briñol, Falces & Becerra, en Morales, 2007). Tal es así que estos investigadores recién mencionados manifiestan que muchos grupos pueden ser reconocidos entre sí por las diferencias actitudinales hacia diversos asuntos o cuestiones que comparten los sujetos que conforman un grupo.

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han impactado enormemente en la vida cotidiana y por supuesto lo ha hecho también en las formas de enseñar y aprender conocimientos, en un contexto global cada vez mas gobernado por la cultura virtual (Buxarrais Estrada & Ovide, 2011).

Sin embargo, a pesar de las numerosas herramientas que existen en el mercado, la facilidad de acceso, la mayor penetración en las universidades y en las aulas de estas tecnologías, muchos de los estudiantes universitarios parecen estar alejados de esta nueva realidad y de las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías en los procesos de aprendizaje, pues si bien el acceso y el uso de las nuevas tecnologías están al alcance de los estudiantes, no han podido éstos aprovechar todas las potencialidades de estas herramientas, ya que no han “alcanzado aún los niveles suficientes como para abrir la posibilidad de una apropiación tal que permita la realización autónoma, individual o colectiva de estos sujetos” (Lesta, Cañas, Rabbat & Rodríguez, 2013).

Esta ajenidad parece no contemplar edades, entornos culturales o género, dejando entrever que las supuestas distinciones entre los conceptos de nativos digitales o migrantes digitales no son tales, o al menos se abre el camino para discutir estas dos categorías dicotómicas (Lesla & Tachella Prado, 2015).

Conocer los factores que intervienen en la evaluación de las actitudes o los juicios que hacen los estudiantes sobre las tecnologías como herramientas de estudio permitiría identificar posibles creencias erróneas sobre el uso de las tecnologías como una herramienta innovadora (Buxarrais Estrada & Ovide, 2011). Pero según estos autores, no solo en materia de comunicación, conectividad, intercambio o búsqueda

de información, sino también como herramientas que han modificado el rol pasivo del estudiante, a un rol mucho más activo, de iniciativas y críticos.

Los estudiantes que poseen un juicio negativo o indiferente hacia las TIC, no pueden ver y reconocer el potencial facilitador que estas tecnologías brindan en relación a la autonomía, flexible en sus estudios y nuevas formas de interacción social a través de, por ejemplo, las llamadas aulas virtuales, la comunicación instantánea y flexible que ellas brindan, o como instrumento mediador entre la enseñanza y el aprendizaje (Coll, 2008).

El ahondar sobre el tema de las actitudes permitirá saber más sobre la valoración positiva, negativa, ambivalentes o de indiferencia que los alumnos tienen hacia las TIC, qué factores cognitivos o qué creencias tiene los alumnos para inclinarse por uno u otra valoración, cuál es la influencia de los componentes emociones de las actitudes hacia estas tecnologías por parte del alumnado y cómo estos elementos interactúan con el comportamiento manifiesto hacia las TIC.

Estos planteamientos llevarán a pensar más allá de categorías dicotómicas como nativos digitales y migrantes digitales, y formular hipótesis de por qué algunos estudiantes podrían sentirse más cómodos que otros con el uso de las tecnologías como herramientas de estudios. Es así que se empieza a cuestionar qué hace que estos futuros psicólogos tengan una actitud favorable o desfavorable hacia estas herramientas, ya que también ellos serán futuros docentes que se verán aún más atravesados por los cambios tecnológicos y modos de impartir conocimientos a las futuras generaciones.

1.3 Tema

Actitudes de estudiantes de la carrera de psicología ante el uso de las TIC como herramientas de estudio.

1.4 Problema

¿Cómo son las actitudes de los estudiantes de la carrera de psicología ante el uso de las TIC como herramientas de estudio?

1.5 Objetivos generales

Describir las actitudes que poseen los estudiantes de la carrera de psicología ante el uso de las TIC como herramienta de estudio.

1.6 Objetivos específicos

- Registrar los juicios valorativos y los hábitos que poseen los estudiantes de la carrera de psicología ante las TIC específicas como herramienta de estudio.
- Identificar las creencias positivas y negativas de los estudiantes ante el uso de las TIC como herramienta de estudio.
- Reconocer la valoración afectiva de los estudiantes ante el uso de las TIC como herramienta de estudio.
- Indicar la fuerza de las actitudes de los estudiantes ante el uso de las TIC como herramienta de estudio.

2. Marco teórico

2.1 *Actitud: definición*

Desde la psicología social se han propuesto diferentes definiciones de actitud, de menor o mayor complejidad. Sin embargo, se puede definir la actitud como “evaluaciones globales y relativamente estables que las personas hacen sobre otras personas, ideas o cosas que, técnicamente, reciben la denominación de *objetos de actitud*” (Briñol, Falces & Becerra en Morales, 2007, p.459). Estas evaluaciones hacen referencias al grado en que las personas tienden a juzgar cualquier aspecto de la realidad, sea en grado positivo o negativo, las cuales se denominan objeto de actitud (Petty, Fabrigar & Wegener, 2003).

También, estas evaluaciones o juicios generales pueden ser positivos, negativos, además de variar en su grado de polarización, reflejando así que las actitudes se tratan de fenómenos mentales que expresan una predisposición evaluativa que no es observable directamente (Briñol, Falces & Beccerra en Morales, 2007).

2.1.1 *Funciones de las actitudes*

Para comprender el concepto de actitud es esencial entender porqué la disposición a responder evaluativamente es un fenómeno omnipresente en nuestra vida. Debido a la gran cantidad de información que proviene de nuestro entorno, nuestra mente necesita dar coherencia a los estímulos que se presentan ante nosotros, obteniendo así una mejor adaptación al ambiente y ayudando a satisfacer una necesidad básica de conocimiento y control, agrupando la información en términos negativos o positivos (Allport, 1935).

Tal es así, que las actitudes parecen operar como “esquemas” que nos ayudan a procesar e interpretar la información, matizando nuestros pensamientos y percepciones en relación a algún tema, grupo, objetos o personas (Baron & Byrne, 2005).

Los sujetos suelen exponer públicamente sus actitudes dando a manifestar sus valoraciones y opiniones sobre diversas cuestiones y asuntos. Esto ayuda a las personas para darse a conocer ante los demás, siendo las actitudes un componente importante en el fortalecimiento y la definición de la propia identidad (Katz, 1960). Según este autor, los sujetos muestran a través de sus actitudes sus valores y principios.

La expresión de las actitudes sirve a los grupos para identificarse entre sí, acercando a las personas que poseen actitudes similares, ayudando a satisfacer la necesidad básica de aceptación y pertenencia grupal (Baumeister & Leary, 1995).

Otra de las funciones que tiene las actitudes es la instrumental o utilitaria, la cual tiene su base en las teorías del aprendizaje social, un proceso a través del cual adquirimos nueva información, formas de comportamiento o actitudes hacia otras personas (Baron & Byrne, 2005). Con ello, según estos autores, las personas alcanzan sus objetivos deseados y también evitan los no deseados.

2.1.2 Concepción tripartita de las actitudes

Ésta concepción, definida por Fazio & Olson (2003) considera a la actitud como una organización mental que está compuesta por tres componentes. El primero de ellos, el cognitivo, incluye las creencias y los pensamientos del sujeto acerca del objeto de actitud. Un segundo componente, el afectivo, agrupa a las emociones y los

sentimientos que se encuentran asociados al objeto de actitud. Por último, el componente conductual que encierra todas aquellas intenciones a la acción como también las conductas que están dirigidas hacia el objeto de actitud.

2.1.3 La fuerza de las actitudes

Éste concepto hace referencia a la capacidad de una actitud para ser relativamente resistente y estable en el tiempo, con capacidad para poder predecir la conducta de las personas (Petty y Krosnick, 1995). Las actitudes fuertes tienen mayor probabilidad de predecir las conductas de las personas que aquellas actitudes débiles (Briñol, Falces & Beccerra, 2007).

Según Briñol et al. (2007) tenemos por un lado los indicadores objetivos como lo son la extremosidad o la polarización (la intensidad y la dirección de la valoración positiva, negativa o neutra que el sujeto tiene al objeto actitudinal), la accesibilidad (Roskos-Ewoldsen, & Fazio, 1992), es decir el grado en que las actitudes se activan automáticamente cuando los sujetos son expuestos al objeto de actitud, la ambivalencia (Thompson, Zanna & Griffin, 1995), la estabilidad y la resistencia (Briñol, Falces & Beccerra en Morales, 2007). Todos estos indicadores servirán como potencial predictivo sobre la conducta y grado de conocimiento asociado con el objeto de actitud (Cacioppo, Kao, Petty & Rodriguez, 1986).

Por otro lado, tenemos los indicadores subjetivos de la fuerza de las actitudes que hacen referencia a la estimación subjetiva que las personas tienen sobre los indicadores objetivos, como puede ser la confianza (DeMarree, Petty, & Briñol, 2007), la importancia (Krosnick, 1988) y el conocimiento (Wood, Rhodes & Biek, 1995).

2.1.4 Formación de las actitudes

Briñol, Falces & Becerra (2007) manifiestan que las personas tienen actitudes a casi todo estímulo que los rodea y que incluso las evaluaciones que los sujetos hacen están influenciadas por factores genéticos, cuyo origen parece estar relacionado con mecanismos innatos. Sin embargo, siguiendo la propuesta de los investigadores citados, muchas de las actitudes tienen su origen en el aprendizaje y el desarrollo social.

Como se desarrolló anteriormente, las actitudes se constituyen en torno a tres componentes, “denominados componentes cognitivo, componente afectivo y componente conductual” (Briñol et al., 2007, p.463).

En primer lugar, las actitudes basadas en la información cognitiva están relacionada con las creencias o los pensamientos que se desarrollan sobre los objetos de actitudes (Briñol et al., 2007). Según la idea de estos autores, basamos nuestros juicios en función de lo que se piensa sobre cualidades negativas o positivas en relación al objeto de actitud. Estos investigadores también plantean que el contacto diario con objetos y personas estimula que desarrollemos creencias y valores sobre los objetos de actitudes, pero también existen otros tipos de temas u objetos con los cuales probablemente no hayamos tenido una experiencia personal directa, sino indirecta que provienen de terceros.

Tal es así que Briñol et al. (2007) manifiestan que nuestros grupos de referencia van proporcionando a lo largo de la vida criterios a través de los cuales formamos nuestros comportamientos y actitudes. Se infiere con esto, que el entorno social influye sobre las actitudes y que éstas se ven atravesadas por un pensamiento razonado (Baron & Byrne, 2005). Siguiendo la idea de estos investigadores, este

constructo opera en situaciones donde pensamos de manera intencionada y cuidadosa sobre nuestras actitudes y sus consecuencias para nuestra conducta.

Una explicación para entender aún más este razonamiento, es proporcionada por la *teoría de la acción planeada* (Ajzen, 1991). Ésta teoría, que es una ampliación de la *teoría de la acción razonada* (Fishbein y Ajzen, 1975), sugiere que la decisión de comportarse de una determinada manera es el resultado de un proceso racional, donde se consideran las opciones, se evalúan las consecuencias y luego se llega a una decisión de actuar o no, reflejándose en las intenciones conductuales. Sumado a ello, el autor toma en cuenta las normas subjetivas del sujeto, la valoración que hace sobre la posibilidad de que otras personas significativas aprueben o desaprueren una conducta.

Ajzen (1991) también menciona que los individuos consideran el control de la conducta percibido, o la valoración que un sujeto hace sobre su habilidad para ejecutar la conducta.

En segundo lugar, las actitudes basadas en información afectiva hacen referencia que a través de nuestra experiencia se asocian emociones a situaciones, personas, objetos, ello relativamente a parte de las creencias que se posea sobre estos objetos de actitud (Briñol et al., 2007). Estos autores expresan que uno de los mecanismos que explica la influencia de los afectos en las actitudes es el *condicionamiento clásico*, donde un tipo de aprendizaje es dado por un estímulo que no evoca ninguna emoción inicialmente, se lo empareja con otro estímulo que sí provoca una respuesta afectiva.

Siguiendo la línea de los autores mencionados, otro de los mecanismos que explica el papel de la afectividad en la formación de las actitudes es el *priming*

afectivo, cuyo procedimiento es el mismo que el anteriormente mencionado, pero exponiendo primero el estímulo que provoca una respuesta afectiva, antes que el estímulo condicionado. Sin embargo, Zajonc (1968) acuñó el término de *efecto de mera exposición* para hacer referencia al aumento de la preferencia por un estímulo luego de la exposición repetida a dicho estímulo, sin la necesidad de emparejar un estímulo con otro. Según este investigador, la repetición de un estímulo puede llevar a evaluaciones más negativas o positivas de un objeto de actitud aún cuando el sujeto no reconozca haberlo visto anteriormente.

Por último, las actitudes basadas en la información conductual pueden servir de base para hacer una evaluación sobre diferentes objetos de actitudes, ya que la conducta que tenemos en relación con los objetos de actitud nos dan información necesaria para la constitución de nuestras actitudes (Briñol et al., 2007).

También la teoría de la *disonancia cognitiva* (Festinger, 1957) puede explicar cómo nuestra conducta puede influir para que adquiramos o modifiquemos nuestras actitudes. Este autor manifiesta que cuando los sujetos se comportan de manera inconsistentes con su forma de pensar se produce un estado de malestar que lleva a las personas a buscar estrategias para eliminar o reducir ese estado de ánimo negativo.

Además se puede aludir una explicación alternativa a la *teoría de la disonancia* que es la teoría de la *Autopercepción* de Bem (1972). La idea de este investigador es que utilizamos la observación de nuestras propias conductas para juzgarnos a nosotros mismos, igual que hacemos con la conducta de todos los demás.

Finalmente podemos mencionar el concepto de *autovalidación* de Briñol y Petty (2003), la cual explica que la conducta se utiliza en ocasiones como un

indicador de la validez de los propios pensamientos, es decir que la conducta no sesgaría los pensamientos sino que servirían para decidir sobre su validez.

2.2 Las TIC en los contextos educativos y las competencias digitales

El impacto de la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) a la educación tiene que ver con el papel que éstas tecnologías juegan en la llamada Sociedad de la Información (SI) (Coll, Mauri Majós & Onrubia Goñi, 2007). Estos investigadores hacen referencia al nuevo escenario político, social, económico y cultural de la SI, donde el conocimiento ha empezado a formar parte de la mercancía más valiosa de todas, donde la educación y la formación se han transformado en las vías para adquirirla y producirlas.

Las demandas de la sociedad actual, donde la información pasa a ser un recurso esencial para la inserción cultural de las personas, se traduce en la necesidad de mejorar las capacidades de acceso de los sujetos al saber y al conocimiento a través de estas herramientas tecnológicas (Peña Ochoa & Peña Ochoa, 2007). Sin embargo, estos autores manifiestan que a pesar del consenso respecto a que las TIC deben insertarse en el mundo escolar y académico, en la institución escuela, vale la pena preguntarse si pueden hacerlo, ya que la escuela como institución no se caracteriza por su disposición al cambio.

Una de las competencias para hacer frente a los nuevos retos que supone la Sociedad de la Información es la alfabetización o competencia digital, ya que se requiere de una ciudadanía capaz de acceder a la información, comunicarse, evaluar de manera crítica y organizarse a través de múltiples vías en permanente transformación (Esteve & Gisbert, 2013).

Para Gisbert Cervera, Espuny Vidal & González Martínez, las competencias digitales:

Suponen la adquisición de destrezas, conocimientos y actitudes que están relacionadas con el uso del hardware de las computadoras, el software como herramienta de trabajo, sus sistemas operativos, de comunicación off-line y de comunicación on-line; y, por extensión de la competencia de gestión de la información, todo aquel uso de las TIC que tenga que ver en los procesos de localización, acceso, obtención, selección, gestión y uso de esta información (2011, p.3)

Con esta definición, los autores mencionados reconocen que no tiene sentido hablar solo de herramientas para el acceso, almacenaje y recuperación de la información, sino que también las competencias digitales están relacionadas con las destrezas y habilidades necesarias para realizar un uso adecuado de la información y su ulterior transformación en conocimiento. Esto no solo supone la posesión de actitudes, conocimientos o habilidades, sino la capacidad de poder movilizarlos, transferirlos, combinarlos y ponerlos en acción para actuar de manera eficaz para una finalidad (Esteve & Gisbert ,2013).

2.2.1 La brecha digital en la Sociedad de la Información

Una de las cuestiones más críticas para el desarrollo de las llamadas SI es la brecha digital (Villanueva, 2006). Sin embargo, este autor plantea la necesidad de precisar la definición de este término, ya que suele ser usado de manera muy vaga y el mismo es planteado según los sesgos o intereses de los que discuten sobre el concepto. Para ello, éste investigador cita a Norris (2001) con el fin de hacer un intento de conceptualizar la brecha digital en términos más analíticos, basándose en la presunción de la importancia de las TIC y la Internet para los países en desarrollo, por su potencial participatório y la promesa de mayor productividad.

Éste autor divide la cuestión en tres niveles, entre naciones (brecha global), entre info-ricos e info-pobres (brecha social) y entre los que usan el potencial de la Internet para aumentar su participación política y aquellos que no (brecha democrática). Norris (2001) intenta definir la brecha digital como un conjunto de deficiencias de acceso a la información que afectan el desarrollo potencial que podría surgir del uso de la tecnología.

Aceptando la existencia de deficiencia de acceso, Villanueva (2006) propone dos matices de origen diferentes para estas carencias. Por un lado la brecha digital puede calificarse como la versión “suave” de la idea, como lo son las barreras de acceso a las personas con limitaciones físicas, los inmigrantes, la barrera de género o los grupos minoritarios. Esto no se trata de carencias estructurales, sino de carencias de oportunidades específicas de una sociedad que en general las ofrece. Por otro lado, la versión “dura” de la brecha digital consistiría en desigualdades estructurales, la cual se entendería como la separación entre info-ricos e info-pobres.

2.2.2 Un nuevo modo de producción comunicacional: la participación colaborativa

Desde la invención del sistema de código abierto, donde el código de un software puede ser difundido y modificado libremente, los usuarios pasaron a ser además productores, integrándose en los procesos de producción (Scolari, 2008). Según este autor, la lógica de los sistemas abiertos se funda en la idea de la cooperación voluntaria y descentralizada y muchas de las lógicas y prácticas de trabajo de los programadores de sistemas de códigos abiertos han penetrado al mundo de la producción comunicacional.

La red digital permite el intercambio entre millones de sujetos, dejando de lado el concepto de web 1.0 que se consideraba un mero espacio estático que exponía

contenidos, para transformarse en una plataforma abierta que promueve y facilita la participación de los usuarios (Scolari, 2008). Siguiendo con la idea del autor, en ésta nueva fase la difusión de los weblogs fue uno de los primeros indicios de los cambios que sufriría la web 1.0 para transformarse en lo que se conoce como web 2.0, que se opone a la transmisión de la información basado en la filosofía “uno-a-muchos”, desafiando al modelo tradicional de producción de contenidos de comunicación.

Por otro lado, se está asistiendo a una multiplicación de medios y contenidos, de los cuales estos últimos lo podemos encontrar en muchas versiones o formatos, siendo el fenómeno más interesante la cantidad y variedad de contenidos que se tiene a disposición más que el fenómeno de la interactividad (Scolari, 2008). Esta variedad de contenidos, dice el autor, fue favorecida por la llamada web 2.0, ya que con las redes colaborativas de usuarios éstos dejaron de ser un consumidor individual, abandonando también un rol de simples consumidores para convertirse en “prosumidores”, es decir productores y a la vez consumidores.

2.2.3 Las hipermediaciones y las nuevas subjetividades

Las hipermediaciones se las puede conceptualizar como “una trama de procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que engloba una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente” (Scolari, 2006, p.227). El espacio de las hipermediaciones, dice el autor, es particular, ya que es como una especie de agujero negro que atrae a los medios de comunicación, los absorbe e integra en su propio dispositivo intertextual.

Los cambios ocurridos con las tecnologías digitales han afectado nuestros sistemas de significación cultural (Scolari, 2006). Éste autor plantea que la web ha permitido la constitución de comunidades virtuales, las cuales están desplazando los

límites entre lo público y lo privado, donde se superponen espacios colectivos e individuales.

Las TIC según Hongladarom (2002), citado por Scolari, están introduciendo cambios muy significativos en la concepción del tiempo, caracterizada por disolver la separación entre tiempo local y tiempo global, potenciando la realización simultánea de múltiples tareas, instaurando un *multitasking* en las actividades humanas.

Además, el tiempo en las hipermediaciones es policrónico, discontinuo y reticular, donde la distribución y la producción hipermediática se aleja cada vez más de los ritmos de la línea de montaje industrializada y el consumo hipermediático se fragmenta en millones de situaciones asincrónicas (Scolari, 2006). Esta nueva dimensión temporal se complementa con una diferente visión espacial, expresa el autor, pues el hecho de estar siempre disponible, en cualquier lugar y momento, va transformando la gestión de las actividades regulando el ciclo vital social.

La aceleración de los ritmos de vida, la multiplicidad de tareas simultáneas y el consumo fragmentado de información, colisionan con las instituciones predigitales (Scolari, 2006). Siguiendo ésta idea, éste autor cita, a Castells (2007) para hacer referencia al fracaso y abandono escolar, el cual manifiesta que existe un desfase cultural y tecnológico entre los jóvenes y el sistema escolar que no ha evolucionado con la sociedad, donde el joven no soporta un discurso irrelevante desde su perspectiva, ni una disciplina arbitraria de clases anticuadas.

Por último, no se puede negar que se está en presencia de tecnologías cognitivas que configuran a las personas en tanto sujetos, donde hay transformaciones que se están haciendo perceptibles pero que aún no se han manifestado en su

integridad, reconociendo que una parte de estos cambios están remodelando nuestra subjetividad (Scolari, 2006).

2.2.4 *La apropiación de la nueva tecnología comunicacional*

En el contexto actual de la Sociedad de la Información se cuenta con una alta tecnificación y a la hora de transmitir un mensaje los emisores deben ser más creativos para vincular los diversos soportes con el fin que el mensaje sea recibido de manera mucho más efectiva (Lesta, Cañas, Rabbat & Rodríguez, 2013). Éstos autores manifiestan que las TIC han cambiado la configuración de la vida social, incluso repercutiendo en el aprendizaje y en la forma de asimilar los contenidos.

Tal es así, que, frente a la abundancia de información, los estudiantes deberán tener un rol protagónico en la enseñanza y el docente, por su parte, deberá plantearse su posición como guía en la comprensión, síntesis y análisis de la gran información que existe en los sistemas informáticos, dejando de lado su papel de proveedor de la información (Lesta et al., 2013). Según éstos investigadores, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el sistema educativo parecen abrir la posibilidad de un aprendizaje participativo, al igual que sucede con la participación en las redes colaborativas de la web 2.0.

Frente a esta realidad se pone el acento a las interpretaciones sociales que los estudiantes hacen de las TIC, como así también sus significaciones. Para dar cuenta de éstas relaciones, es útil el concepto de *apropiación*. Según Benitez Larghi (2009) el concepto de apropiación es entendido como un proceso simbólico y material de interpretación, de un determinado artefacto cultural, dotado de sentido por un grupo social, donde el énfasis de éste concepto esta puesto en la capacidad de los sujetos para convertir estos artefactos en algo significativo según sus propios propósitos.

Entender la apropiación de una nueva tecnología como el conjunto de procesos socio-culturales que intervienen en la socialización, uso y significación en los grupos sociales, implica reconocer en ellos un capital simbólico (Benitez Larghi, 2009).

Siguiendo la idea de este autor, los artefactos culturales son apropiados en la medida que estos son socialmente significativos para el grupo social particular, según las necesidades subjetivas de ese grupo.

3. Metodología

3.1 Diseño

Para la realización de los objetivos del presente trabajo final de graduación se realizó un diseño de investigación no experimental, transversal de tipo descriptivo (Sampieri, Callado & Lucio, 2010). Al denominar el estudio descriptivo se está haciendo referencia a que dicho diseño busca especificar las características, propiedades y perfiles de las personas, comunidades, grupos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir que se “pretende recoger o medir información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o variables a las que se refiere, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas” (Sampieri, Callado & Lucio, 2010, p. 80)

3.2 Población

En el presente trabajo final de graduación se trabajó con una población que estuvo compuesto por alumnos de la carrera de psicología de la Universidad Siglo 21, de 1° a 5° año, de ambos sexos, entre las edades de 18 a 50 años.

3.3 Muestra

Para el presente trabajo final de graduación se trabajó con una muestra de N=104 alumnos universitarios, de la Universidad Siglo 21, de Córdoba Capital. Los participantes fueron seleccionados mediante un procedimiento no probabilístico autoelegido (Bologna, 2012).

3.4 Instrumentos

Para la confección del instrumento que proporcionó respuestas al trabajo final de graduación se diseñaron tres cuestionarios cuyos puntos de partidas fue la revisión de instrumentos ya existentes relacionados con la temática (Nistal, Núñez Luna, Ochoa Ávila, Ross Argüelles & Vales García ,2013; Tejedor, García Valcárcel & Prada, 2009). En primer lugar, se creó un cuestionario sobre datos sociodemográficos generales en escalas dicotómicas, nominales y ordinales. En segundo lugar se adaptó a nuestra cultura y población la escala de actitudes de Tejedor, García Valcárcel & Prada (2009), que originalmente midió las actitudes del profesorado universitario hacia la integración de las TIC en su actividad docente. La misma constó de 24 reactivos que consideran 12 ítems con criterios favorables y 12 ítems con criterios desfavorables, con 8 ítems cognitivos, 8 ítems afectivos y 8 ítems comportamentales. Cada oración pudo ser contestada en una escala Likert de cinco opciones: total desacuerdo (1), en desacuerdo (2), indiferente (3), de acuerdo (4), total acuerdo (5). Por último, se utilizó el tercer apartado del instrumento utilizado por Nistal et al. (2013) para medir hábitos en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, que también fue adaptado a nuestra cultura, definiendo con más precisión qué TIC son de usos habituales por parte de los alumnos. Para la recolección de estos datos se utilizó la técnica del focus group para determinar qué herramientas son las más utilizadas en nuestro medio por los estudiantes de psicología. La unidad de análisis se constituyó a partir de un grupo de estudiantes de la carrera de psicología de 2º, 4º y 5º año, siendo el criterio muestral no probabilístico, por propósito. Con ello se logró delimitar con precisión las TIC de usos más habituales entre los estudiantes, descartando otras de menor significación estadística. Cada ítem pudo ser respondido en una escala tipo Likert con cinco opciones de respuestas, según el uso

frecuente de cada herramienta: muy frecuente (1), frecuente (2), a veces (3), poco frecuente (4) y menos frecuente (5).

3.5 Procedimientos

Respecto a la recolección de los datos se procedió del siguiente modo: para el 50 % de la muestra se solicitó autorización a docentes universitarios de la Universidad Siglo 21, de la carrera de Psicología, para entregar los cuestionarios en las aulas. Antes de entregar las encuestas se indicó los objetivos de la investigación y se entregó un consentimiento informado para asegurar el anonimato de las respuestas. Para el resto de la muestra se envió por mail, a través de un formulario de Google Doc, los cuestionarios mencionados en el ítem anterior donde también se indicó los objetivos de la investigación y su respectivo consentimiento informado. Con este procedimiento se pretendió verificar si los grupos contrastados presentan diferencias en las dimensiones a evaluar.

3.6 Propuesta de análisis

Finalmente, para el análisis de los datos se utilizaron estadísticos descriptivos como inferenciales (Bologna, 2012). Los análisis descriptivos se aplicaron fundamentalmente para verificar la frecuencia en las que se presentan los valores bajos, medios y altos de las distintas dimensiones a medir. Por su parte, el análisis inferencial consistió principalmente en la aplicación de la prueba *t* de Student y la prueba ANOVA, la cual posibilitó verificar o no si los grupos contrastados presentaron diferencias en las dimensiones evaluadas. Para los análisis mencionados se utilizó el software estadístico IBM SPSS 20.

3.7 Cuestiones éticas

Para la implementación de los cuestionarios, los participantes recibieron un consentimiento informado, en el cual quedó explicitado el carácter anónimo y confidencial del relevamiento de esta información, asegurando una participación absolutamente voluntaria. Se les aclaró además que una vez terminado esta investigación de grado podrán solicitar información, si así lo desean.

4. Análisis de resultados

4.1 Análisis Descriptivos, según Variables Sociodemográficas

A continuación, se mostrará la distribución del total de sujetos que participaron del estudio según las variables sociodemográficas: edad, sexo, año de ingreso a la carrera, año de cursado actual, tipo de celular y sistema operativo, acceso a Internet y habilidades en el uso de las TIC.

La muestra presentó edades entre 18 y 50 años, con una media de 26,65. Por otra parte, en lo que respecta al sexo, del total de la muestra, el 74,03 % pertenece al sexo femenino, mientras que el 25,96% al sexo masculino.

Tabla 1

Estadísticos descriptivos: número de casos, mínimo, máximo y media

	N	Mínimo	Máximo	Mediana	Media
Edad	104	18	50	25	26,65

Tabla 2

Estadísticos descriptivos: sexo, frecuencia, y porcentaje

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	77	74,03
Masculino	27	25,96
Total	104	100

En cuanto al año de ingreso de la carrera, un 20,19% ingreso en 2016, seguido de un 15,38% en el año 2014, 14,42% en el año 2011, 13,46% en el año 2012, 12,5% en el año 2015, 10,57% en el año 2013, 6,73% en el año 2008, 3,84% en el año 2010 y un 2,28% ingreso en 2009 (Tabla 3).

Tabla 3
Año de ingreso a la carrera

Año de ingreso a la carrera	Frecuencia	Porcentaje
2008	7	6,73
2009	3	2,88
2010	4	3,84
2011	15	14,42
2012	14	13,46
2013	11	10,57
2014	16	15,38
2015	13	12,5
2016	21	20,19
Total	104	100

Teniendo en cuenta el año de cursado actual, la muestra arrojó que un 25% está cursando 5° año, un 22,11% cursa el 2° año, un 19,23% 3° año, un 18,26% 4° año y por ultimo un 15,38% 1° año (Tabla 4).

Tabla 4
Año de cursado actual

Año de cursado actual	Frecuencia	Porcentaje
1°	16	15,38
2°	23	22,11
3°	20	19,23
4°	19	18,26
5°	26	25
Total	104	100

En relación al tipo de celular, el 100% de la muestra manifestó poseer celular, de los cuales un 94,17% fueron Smartphone y un 5,82% celulares convencionales. Dentro de los Smartphone, el 84,04% posee sistema operativo Android, el 14,89% iOS y solo el 1,06% Windows Phone (Tabla 5).

Tabla 5
Tipo de celular y sistema operativo

Tipo de celular	Frecuencia	Porcentaje
Smartphone	97	94,17
Celular convencional	6	5,82
Total	103	100

Sistema Operativo	Frecuencia	Porcentaje
Android	79	84,04
iOS	14	14,89
Windows Phone	1	1,06
Total	94	100

En el acceso a Internet, el 95,19% manifestó poseer computadora propia, y un 98,09% contar con Internet en su domicilio. Un 61,53% manifestó poseer impresora y un 51,92% poseer scanner en su domicilio.

Tabla 6
Acceso a Internet, impresora y scanner

¿Tiene computadora propia?	Frecuencia	Porcentaje
Si	99	95,19
No	5	4,80
Total	104	100

¿Cuenta con Internet en su casa?	Frecuencia	Porcentaje
Si	102	98,07
No	2	1,92
Total	104	100

¿Posee impresora en su domicilio?	Frecuencia	Porcentaje
Si	64	61,53
No	40	38,46
Total	104	100

¿Posee scanner en su domicilio?	Frecuencia	Porcentaje
Si	54	51,92
No	50	48,07
Total	104	100

Por otra parte, el 93,26% manifestaron reconocer sus habilidades en el uso de las TIC como básicas y avanzadas, expertos en un 5,76% y un 0,96% se consideró nulo.

Tabla 7
Habilidades en el uso de las TIC

Según sus habilidades con el uso de las TIC, se considera	Frecuencia	Porcentaje
Nulo	1	0,96
Básico	54	51,92
Avanzado	43	41,34
Experto	6	5,76
Total	104	100

4.2 Análisis Descriptivos. Escala de hábitos

A continuación, se describe como se distribuyó el total de sujetos que participaron del estudio según las variables de hábitos: frecuencia en la utilización de Internet, dispositivo utilizado para el acceso a Internet, fines en el uso del celular y la computadora, propuesta y participación en la utilización de las redes sociales, herramientas informáticas para el estudio, lugar de acceso para Internet y fines en el uso de Internet.

La muestra arrojó como resultado que el 82,69% utiliza Internet varias horas al día, un 15,38% al menos una vez al día y solo un 1,92% al menos una vez a la semana. En relación al dispositivo utilizado para el acceso a Internet, el 76,92% lo hace desde un Smartphone, un 6,73% desde una PC, un 13,46% desde una Notebook y un 2,88% desde Tablet.

Tabla 8
Uso frecuente de Internet

¿Con qué frecuencia utiliza Internet?	Frecuencia	Porcentaje
Varias horas al día.	86	82,69
Al menos una vez al día.	16	15,38
Al menos una vez a la semana.	2	1,92
Total	104	100

Tabla 9
Tipo de dispositivo

¿Desde qué dispositivo utiliza Internet con mayor frecuencia?	Frecuencia	Porcentaje
Smartphone	80	76,92
PC de escritorio	7	6,73
Notebook	14	13,46
Tablet	3	2,88
Total	104	100

En lo que refiere a la utilización de Internet desde el celular, la muestra arrojó que un 48,07% utiliza frecuentemente su celular para fines académicos, un 67,30% para fines sociales (Facebook, Twitter), un 57,28% para obtener información, un 53,84% para entretenimiento y un 75,96% para comunicación (llamadas, SMS, Whatsapp)

Tabla 10
Usos más frecuentes del celular

	Fines académicos	Fines Sociales (Facebook, Twitter, Instagram)	Obtención de información en general	Entretenimiento	Comunicación (llamadas, SMS, Whatsapp)
Más frecuente	22,11	49,03	35,92	27,88	68,26
2	25,96	18,26	21,35	25,96	7,69
3	31,73	11,53	22,33	14,42	4,8
4	10,57	8,65	9,7	16,34	6,73
Menos frecuente	9,61	12,5	10,67	15,38	12,5
Total	100	100	100	100	100

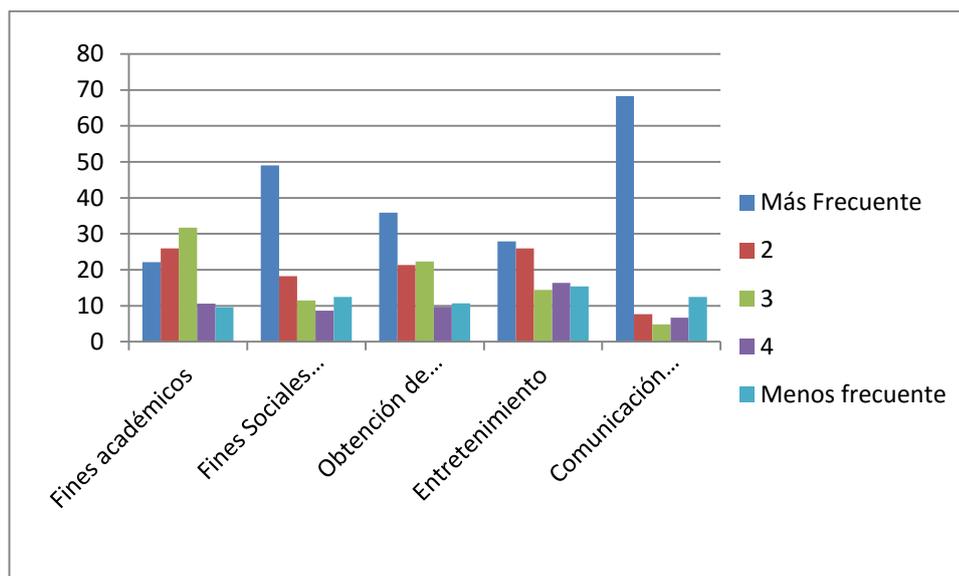


Figura 1
Usos más frecuentes del celular

Por otro lado, en relación a la utilización de Internet desde PC/Notebook/Netbook, la muestra arrojó un 73,78% de uso frecuente para fines académicos, un 44,66% de uso más frecuente para fines sociales (Facebook, Twitter) y un 64,07% para obtener información. Sin embargo, un 45,63% de la muestra manifestó que le da un uso menos frecuente para entretenimiento y un 48,54% de uso menos frecuente para la comunicación (Skype, Whatsapp).

Tabla 11
Usos más frecuentes de la PC/Notebook/Netbook

	Fines académicos	Fines Sociales (Facebook, Twitter)	Obtención de información en general	Entretenimiento	Comunicación (Skype, Whatsapp)
Más frecuente	54,36	15,53	36,89	25,24	24,27
2	19,41	29,12	27,18	11,65	12,62
3	8,73	16,5	14,56	17,47	14,56
4	1,94	23,3	6,79	14,56	12,62
Menos frecuente	15,53	15,53	14,56	31,06	35,92
Total	100	100	100	100	100

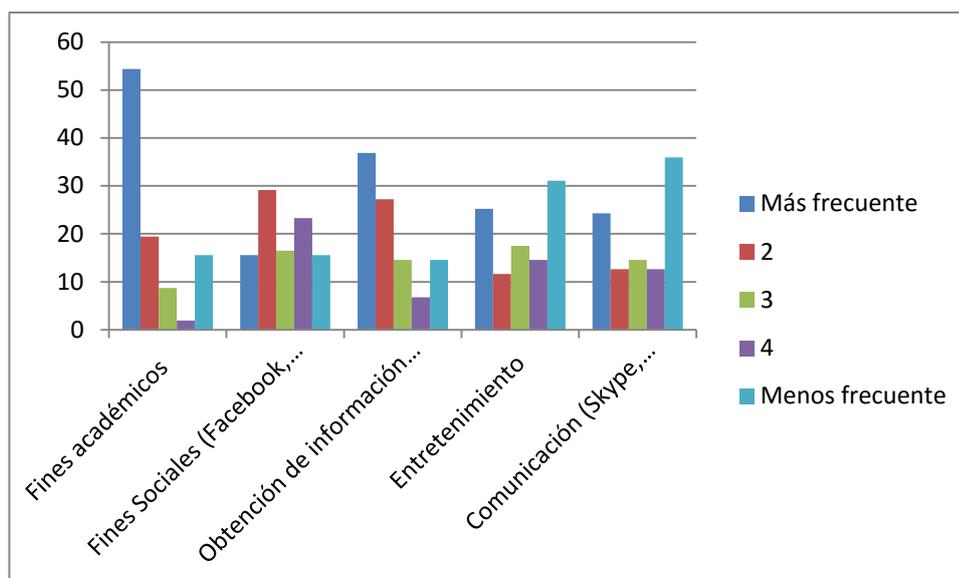


Figura 2
Usos más frecuentes de la PC/Notebook/Netbook

En relación a la propuesta y participación en la utilización de las redes sociales, los datos mostraron que la propuesta de utilizar las redes sociales (Facebook y Twitter principalmente) para fines académicos resultó en un 86,53% de una propuesta colectiva docente-alumno, un 7,69% solo del docente y un 5,76% solo de los alumnos (Tabla 12). Por otro lado, un 57,69% de los encuestados participa en esas redes sociales solo para obtener información, un 24,03% debatiendo con otros sujetos y un 18,26% con publicaciones (Tabla 13).

Tabla 12
Propuesta en la utilización de las redes sociales para fines académicos

Resulta de una propuesta...	Frecuencia	Porcentaje
Colectiva docente-alumno	90	86,53
Solo del docente	8	7,69
Solo de los alumnos	6	5,76
Total	104	100

Tabla 13

Participación en la utilización de las redes sociales para fines académicos

¿Su participación es...?	Frecuencia	Porcentaje
Con publicaciones (posteos)	19	18,26
Interactuando con otros sujetos (debates)	25	24,03
Como fuente de información (solo leyendo)	60	57,69
Total	104	100

De las herramientas informáticas utilizadas para el estudio, un 72,11% utiliza muy frecuentemente el Paquete office, un 58,25% herramientas de presentación, un 75% buscadores de información en la red, un 40,38% herramientas para compartir información, un 38,46% plataformas virtuales de enseñanza-aprendizaje, un 38,65% recursos educativos en red y un 57,69% libros digitales. Por otra parte, un 39,42% manifiesta un uso menos frecuente en servicios de almacenamiento en la nube.

Tabla 14

Herramientas informáticas utilizadas para su estudio

	Paquete Office	Herramientas de presentación	Buscadores de información en red	Herramientas para compartir información.	Plataformas virtuales de enseñanza-aprendizaje	Recursos educativos en red.	Servicios de almacenamiento en la nube	Libros digitales
1	60,57	36,89	67,3	23,07	23,07	15,38	18,26	35,57
2	11,53	21,35	7,69	17,3	15,38	18,26	20,19	22,11
3	7,69	22,33	7,69	24,03	26,92	32,69	22,11	15,38
4	6,73	6,79	5,76	15,38	14,42	12,5	12,5	11,53
5*	13,46	12,62	11,53	20,19	20,19	21,15	26,92	15,38
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

*Nota: 1=Más frecuente, 5=Menos frecuente

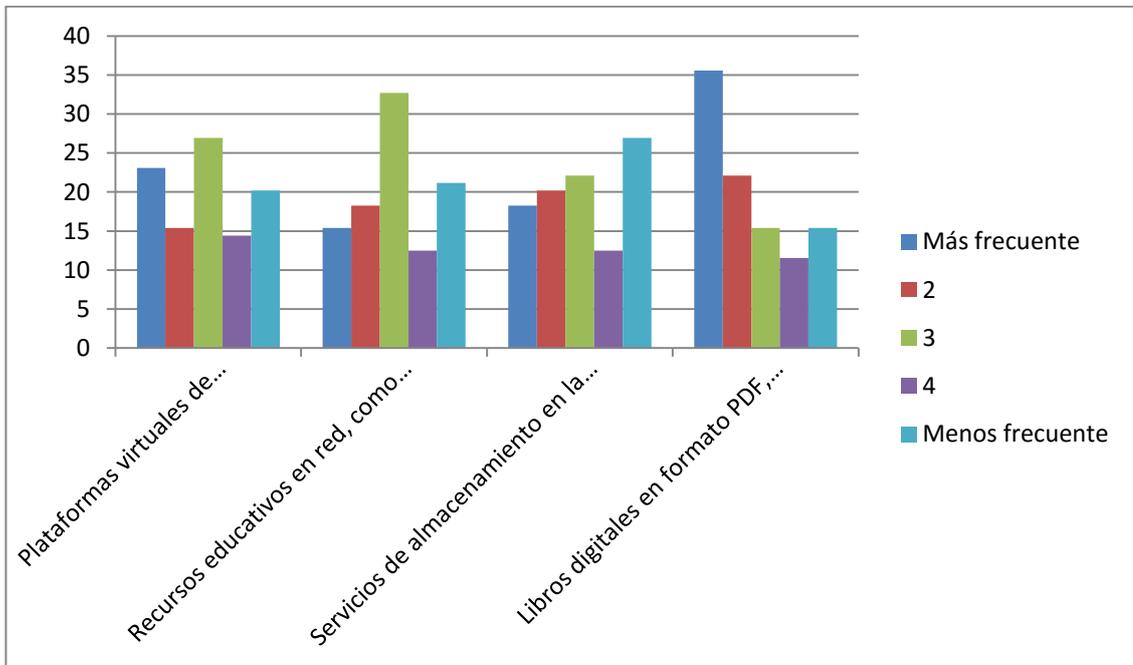
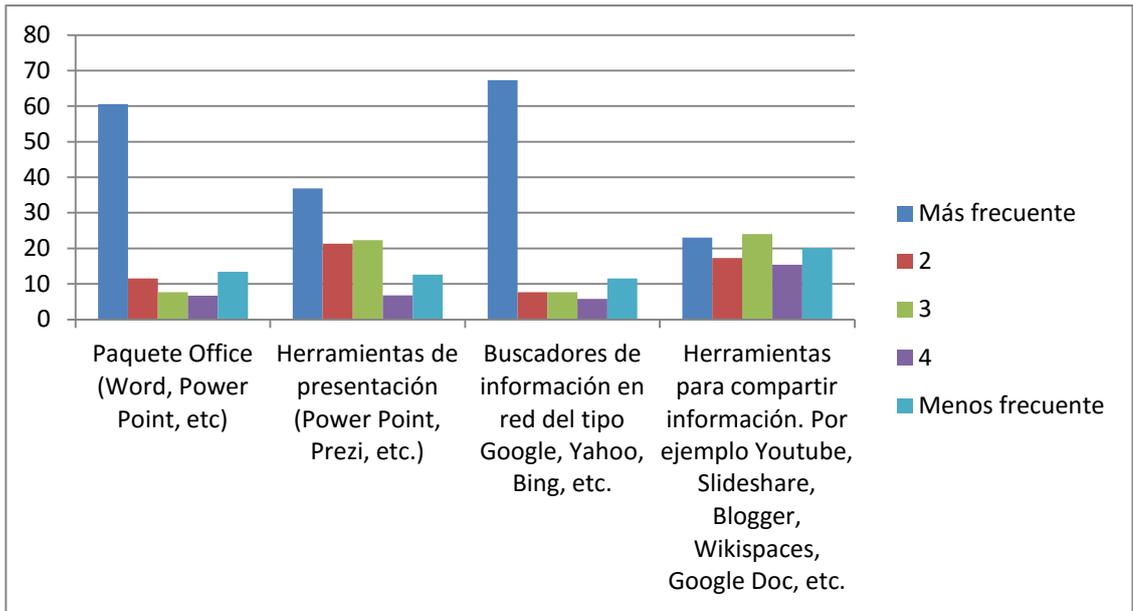


Figura 3
Herramientas informáticas utilizadas para su estudio

Lo que refiere a lugares desde donde se accede a Internet con mayor frecuencia, un 83,65% lo hace desde su casa y un 47,11% desde la facultad. Por otro lado, un 52,42% accede a Internet con menor frecuencia desde su trabajo, un 48,07% desde redes públicas y un 64,42% desde cibercafés.

Tabla 15
Frecuencia de usos de Internet en diferentes espacios

	Casa	Trabajo	Red inalámbrica pública	Facultad	Cibercafé
Más frecuente	75,96	21,35	20,19	25,96	17,3
2	7,69	6,79	10,57	21,15	4,8
3	2,88	19,41	21,15	24,03	13,46
4	1,92	11,65	10,57	13,46	11,53
Menos frecuente	11,53	40,77	37,5	15,38	52,88
Total	100	100	100	100	100

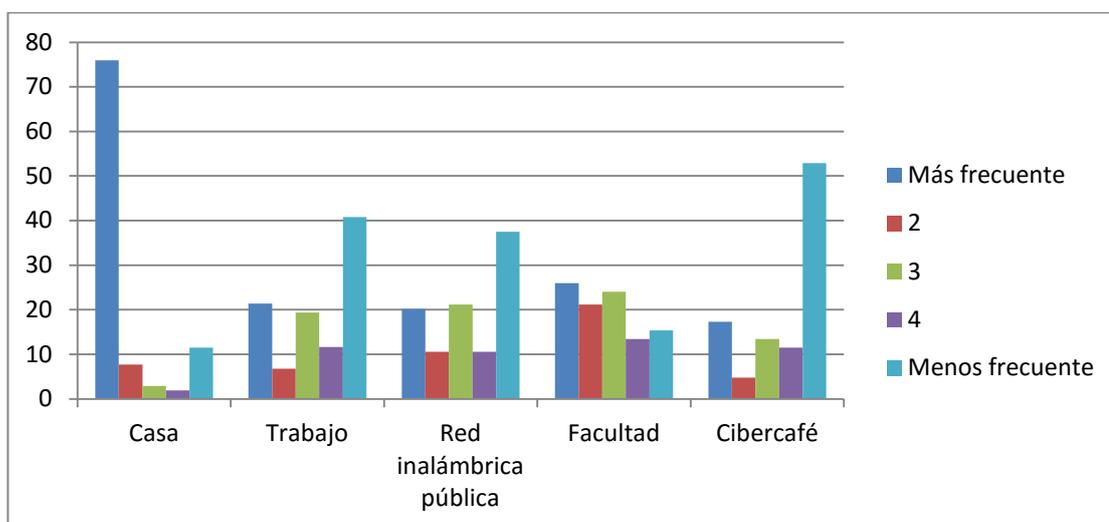


Figura 4
Lugares en que utiliza Internet con mayor frecuencia

Con respecto a los fines por el cual se accede a Internet, un 80,76% lo hace más frecuentemente para obtener información (Tabla 16). De ello, un 48,07% obtiene información sobre productos y servicios, un 36,53% relacionada con salud o servicios de salud, un 76,92% para investigación académica y un 72,11% para búsquedas generales en sitios web. Pero un 38,46% obtiene información menos frecuentemente de organizaciones civiles.

Tabla 16
Fines para el acceso a Internet. Obtención de información

Obtener información	Frecuencia	Porcentaje
Más frecuente	64	61,53
2	20	19,23
3	9	8,65
4	3	2,88
Menos frecuente	8	7,69
Total	104	100

	Sobre productos y servicios	Relacionada con salud o servicios de salud	De organizaciones civiles/autoridades públicas vías sitios Web	Para investigación académica/estudio	Otra información o búsquedas generales
Más frecuente	26,92	19,23	13,46	50,96	50
2	21,15	17,3	18,26	25,96	22,11
3	25	30,76	29,8	10,57	13,46
4	14,42	18,26	19,23	5,76	5,76
Menos frecuente	12,5	14,42	19,23	6,73	8,65
Total	100	100	100	100	100

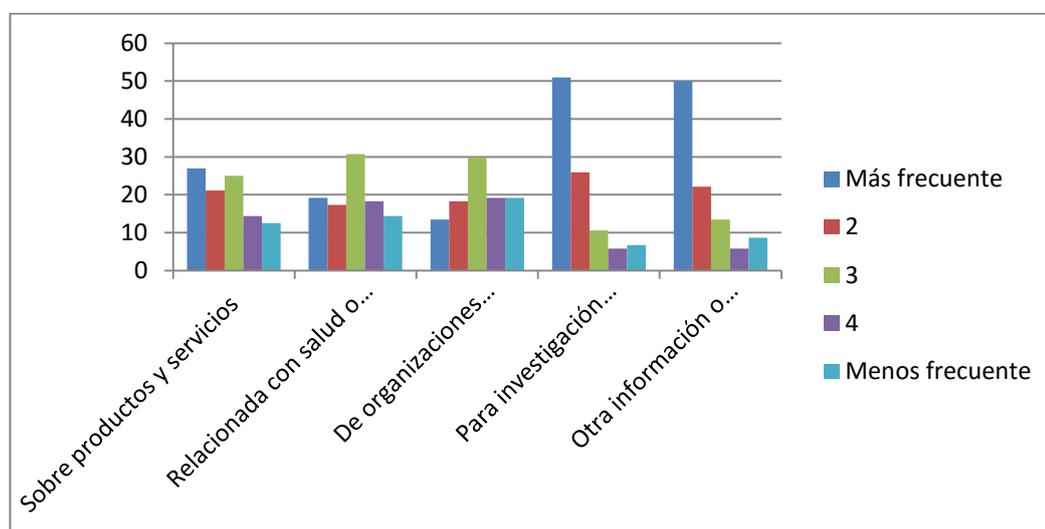


Figura 5
Fines para el acceso a Internet. Obtención de información

También un 80,76% accede a Internet con el fin de comunicarse (Tabla 17).

De esto un 61,53% se comunica a través del chat, un 66,34% por correo electrónico,

un 82,69% por Whatsapp. Sin embargo, un 62,5% se comunica menos frecuentemente a través de Skype y un 73,07% por foros de discusión.

Tabla 17
Fines para el acceso a Internet. Comunicación

Comunicación (Chat, Whatsapp, correo electrónico)	Frecuencia	Porcentaje
Más frecuente	72	69,23
2	12	11,53
3	4	3,84
4	6	5,76
Menos frecuente	10	9,61
Total	104	100

	Chat	Correo electrónico	Whatsapp	Skype	Foros de discusión
Más frecuente	51,92	43,26	78,84	19,23	10,57
2	9,61	23,07	3,84	5,76	1,92
3	11,53	19,23	0,96	12,5	14,42
4	8,65	10,57	2,88	13,46	22,11
Menos frecuente	18,26	3,84	13,46	49,03	50,96
Total	100	100	100	100	100

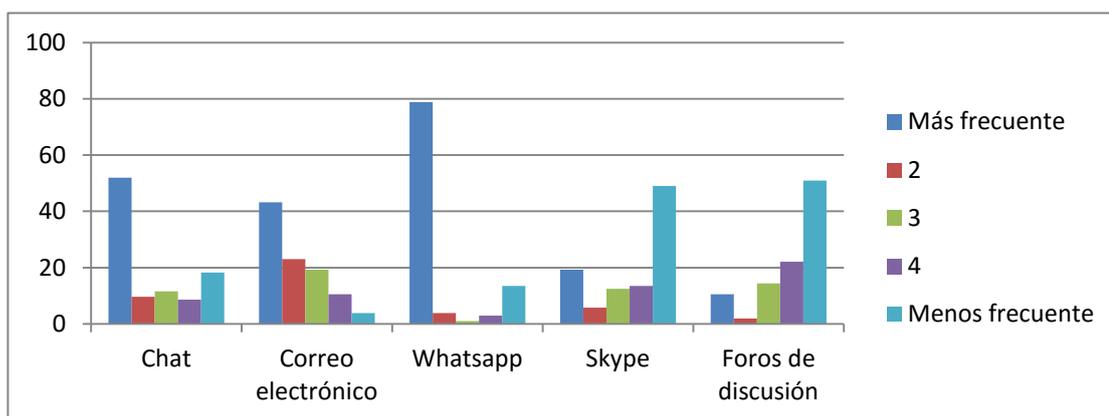


Figura 6
Fines para el acceso a Internet. Comunicación

Además, un 38,46% accede a Internet con el fin de participar en comunidades virtuales (Tabla 18). Sin embargo, un 40,38% hace un uso menos frecuente de acceso

a Internet para este fin. De los que acceden con más frecuencia, un 75,96% lo hace a través de Facebook y un 49,03% por Instagram. Sin embargo, un 62,5% accede menos frecuentemente a Twitter, un 52,88% a Google+ y un 63,09% a otras redes sociales, como lo son Snapchat o Trumblr.

Tabla 18

Fines para el acceso a Internet. Participación en comunidades virtuales

Participación en comunidades virtuales	Frecuencia	Porcentaje
Más frecuente	28	26,92
2	12	11,53
3	22	21,15
4	19	18,26
Menos Frecuente	23	22,11
Total	104	100

	Facebook	Twitter	Google +	Instagram	Otras
Más frecuente	60,57	18,26	23,07	40,38	21,42
2	15,38	8,65	7,69	8,65	8,33
3	6,73	10,57	16,34	13,46	7,14
4	4,80	7,69	8,65	3,84	3,57
Menos frecuente	12,5	54,80	44,23	33,65	59,52
Total	100	100	100	100	100

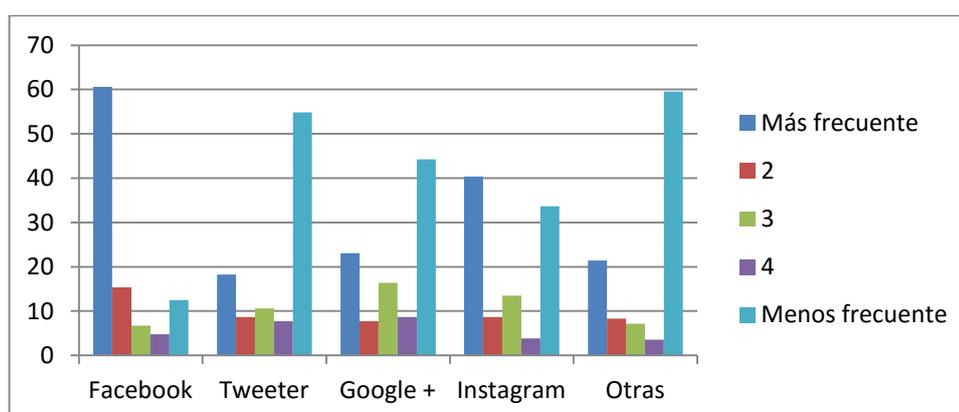


Figura 7

Fines para el acceso a Internet. Participación en comunidades virtuales

Por último, un 47,11% accede con más frecuencia con respecto a actividades de entretenimiento. Un 60,57% lo hace para obtener películas/música/software, un 47,11% lo hace para leer/descargar libros electrónicos, un 57,69% para leer diarios on-line. Sin embargo, hacen un uso menos frecuente para jugar en un 62,5% y un 45,09% para otras actividades de entretenimiento.

Tabla 19

Fines para el acceso a Internet. Actividades de entretenimiento

Actividades de entretenimiento	Frecuencia	Porcentaje
Más frecuente	30	28,84
2	19	18,26
3	19	18,26
4	12	11,53
Menos frecuente	24	23,07
Total	104	100

	Jugar	Obtener películas/música/software	Leer/descargar libros electrónicos	Leer diarios On-line	Otras actividades de entretenimiento
Más frecuente	16,34	41,34	27,88	36,53	22,54
2	7,69	19,23	19,23	21,15	9,80
3	13,46	17,30	24,03	15,38	22,54
4	16,34	8,65	13,46	7,69	11,76
Menos frecuente	46,15	13,46	15,38	19,23	33,33
Toral	100	100	100	100	100

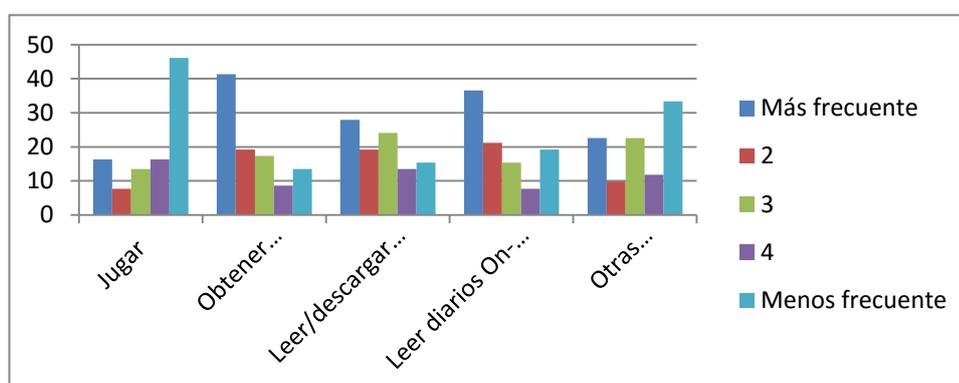


Figura 8

Fines para el acceso a Internet. Actividades de entretenimiento

4.3 Análisis descriptivo. Escala de actitudes

A continuación, se describe como se distribuyó el total de sujetos que participaron del estudio según las variables actitudes: componentes cognitivos, afectivos y comportamentales.

En la escala actitudinal, se puede observar una actitud positiva en el uso de las TIC como herramienta de estudio en un 53,52%, un actitud neutra de 41,34% y una actitud negativa de 5,12% (Tabla 20). Si bien las actitudes son favorables, no se encontró una polarización extrema en su valoración.

Respecto a las diferentes dimensiones de la actitud, los ítems cognitivos (reactivo 14, 4, 5, 23, 24, 18,11 y 1) mostraron un 61,53% de actitud positiva por parte de los sujetos, un 32,69% neutro y un 5,76% de actitud negativa (Tabla 21).

Por otra parte, los ítems afectivos (reactivos 6, 7, 10, 13, 8, 15, 19, 22) mostraron un 48,07% de actitud positiva por parte de los sujetos, un 47,11% de actitud neutra y un 4,8% de actitud negativa hacia las TIC (Tabla 22).

Por último, en los ítems comportamentales (reactivos 2, 3, 17, 20, 9, 12, 16, 21) los encuestados mostraron una actitud positiva del 50,96%, un 44,23% de actitud neutra y un 4,8% de actitud negativa hacia las TIC (Tabla 23).

Tabla 20
Escala de actitudes

	Porcentaje
Actitud positiva	53,52
Actitud negativa	5,12
Actitud neutra	41,34
Total	100

Tabla 21
Escala de actitudes. Ítems cognitivos

	Frecuencia	Porcentaje
Actitud positiva	64	61,53
Actitud negativa	6	5,769
Actitud neutra	34	32,69
Total	104	100

Tabla 22
Escala de actitudes. Ítems afectivos

	Frecuencia	Porcentaje
Actitud positiva	50	48,07
Actitud negativa	5	4,80
Actitud neutra	49	47,11
Total	104	100

Tabla 23
Escala de actitudes. Ítems comportamentales

	Frecuencia	Porcentaje
Actitud positiva	53	50,96
Actitud negativa	5	4,80
Actitud neutra	46	44,23
Total	104	100

4.4 Análisis inferencial

Para las comparaciones respecto a cómo se manifiestan las actitudes en relación a la integración de las TIC en el estudio y las tres dimensiones que componen dicho test (aspectos cognitivos, afectivos y comportamentales) en cada año de cursado, se utilizó la prueba ANOVA.

Como puede observarse en la Tabla 24, existen diferencias significativas entre los grupos con respecto al aspecto cognitivos de las actitudes.

Tabla 24
Actitudes ante las TIC en los cinco grupos (ANOVA)

		Suma de cuadrado	df	Media cuadrática	F	Sig.
Cognitivo	Inter-grupos	475,688	4	118,922	3,052	,020
	Intra-grupos	3858,158	99	38,971		
	Total	4333,846	103			
Afectivo	Inter-grupos	278,326	4	69,582	1,851	,125
	Intra-grupos	3721,433	99	37,590		
	Total	3999,760	103			
Comportamental	Inter-grupos	248,370	4	62,093	1,941	,110
	Intra-grupos	3071,412	96	31,994		
	Total	3319,782	100			

Nota. $p < .05$.

En la Tabla 25 se puede observar de manera detallada lo dicho anteriormente. En primer lugar, se encuentra la distinción entre alumnos de 1° año y 5° año. En ambos casos se observaron diferencias estadísticamente significativas en los ítems que miden aspectos cognitivos, lo cual evidencia que el segundo grupo presentan una actitud más favorable hacia las TIC como herramientas de estudio que el grupo de 1° año.

En relación a los demás ítems que componen el instrumento (afectivos y comportamentales), no se han encontrado diferencias estadísticamente significativas entre los grupos.

Tampoco hubo diferencias significativas en relación al sexo. También la muestra se dividió en dos grupos según su edad, teniendo como corte de los grupos la $Mdn=25$. El análisis no mostró diferencias estadísticamente significativas.

Finalmente, la muestra también se dividió en dos grupos según el medio que utilizaron para contestar los instrumentos. La mitad de la muestra contestó las encuestas a través del formulario Google Form, vía web, la otra mitad en formato papel. También en el análisis de estos grupos no se encontraron diferencias significativas.

Tabla 25

Comparación múltiple en los cinco grupos sobre uso de las TIC

			Diferencias de medias (I-J)	Error típico	Sig.
Cognitivo	1° año	2° año	-5,122	2,032	,094
		3° año	-1,688	2,094	,928
		4° año	-4,424	2,118	,233
		5° año	-5,841*	1,984	,032
	2° año	1° año	5,122	2,032	,094
		3° año	3,435	1,909	,380
		4° año	,698	1,935	,996
		5° año	-,719	1,787	,994
	3° año	1° año	1,688	2,094	,928
		2° año	-3,435	1,909	,380
		4° año	-2,737	2,000	,649
		5° año	-4,154	1,857	,175
	4° año	1° año	4,424	2,118	,233
		2° año	-,698	1,935	,996
		3° año	2,737	2,000	,649
		5° año	-1,417	1,884	,943
	5° año	1° año	5,841*	1,984	,032
		2° año	,719	1,787	,994
		3° año	4,154	1,857	,175
		4° año	1,417	1,884	,943

Nota. * $p < .05$. La negrita se utilizó para resaltar diferencias estadísticamente significativas entre los grupos.

5. Discusiones

El objetivo del presente trabajo fue describir las actitudes que poseen una muestra de estudiantes universitarios ante el uso de las TIC como herramienta de estudio. Éste grupo estuvo representado por estudiantes de la carrera de psicología de la Universidad Siglo 21.

También, se pretendió registrar los juicios valorativos y los hábitos que poseen dichos estudiantes. Particularmente, identificar las creencias positivas y negativas de los estudiantes ante el uso de las TIC como herramienta de estudio.

Por último, esta investigación trató de reconocer la valoración afectiva de los estudiantes, como así también la fuerza de las actitudes de los estudiantes ante el uso de las TICs como herramienta de estudio.

Para la concreción de estos objetivos se realizó un diseño de investigación no experimental, transversal de tipo descriptivo con una muestra de N=104 alumnos universitarios de Córdoba Capital. Estos participantes fueron escogidos mediante un procedimiento no probabilístico autoelegido.

Las diferencias sociodemográficas en cuanto a la edad varían entre los 18 y 50 años, con una media de 26 años. Además, en relación al sexo, el 74,03 % pertenece al sexo femenino, mientras que el 25,96% al sexo masculino. El alto porcentaje de mujeres en la muestra responde a características particulares de la profesión, ya que el 85% de los egresados son del género femenino (Alonso, 2006).

Por otra parte, el estudio muestra el amplio acceso a Internet que poseen los estudiantes, ya que más del 98% manifiesta poseer Internet en su domicilio, y los

medios más utilizado para ello es tanto el celular como la computadora, pues el total de los encuestados manifiestan tener celular, de los cuales un 94% son Smartphone. Más del 95% de la muestra cuentan con una computadora propia en su hogar. Además, cerca del 84% de los alumnos acceden a Internet desde su hogar y también un 47% desde la facultad.

También, más del 93% de los estudiantes manifiestan reconocer sus habilidades en el uso de las TIC como básicas y avanzadas, datos que estarían relacionados con los altos porcentajes de sujetos que cuentan con una conexión a Internet en sus domicilios y con dos medios para el acceso a ello.

En relación a los hábitos que los alumnos poseen con el uso de las TIC, más del 82% manifiestan estar conectados varias horas al día, lo cual está en línea con los resultados obtenidos por Fernández Nistal, Núñez Luna, Ochoa Ávila, Ross Argüelles & Vales García (2013), ya que indicaron que es habitual en los estudiantes hacer uso del Internet varias horas al día en un 77%. Además el dispositivo más utilizado para el acceso a Internet fue el celular en un 76% de la muestra, resultado que también concuerda con la investigación llevada a cabo por Lesta, Cañas, Rabbat & Rodríguez (2013), cuyos resultados mostraron que tanto alumnos ingresantes como avanzados manifestaron estar conectados a Internet las 24 horas del día durante todo el tiempo desde sus celulares.

Más del 75% de los encuestados utilizan Internet desde el celular para comunicarse (llamadas, Whatsapp) y también un 67% lo hace para fines sociales (Facebook, Twitter). Por otro lado, en relación a la utilización de Internet desde PC/Notebook/Netbook, más de un 73% de los estudiantes hace un uso frecuente para

finés académicos, además de utilizar la computadora para obtener información general en un 64%.

Estas diferencias en el uso de Internet en los distintos dispositivos también coinciden con los resultados obtenidos por Lesta et al. (2013), ya que los estudiantes manifestaron hacer uso del celular para fines sociales y la computadora para fines académicos.

En lo referido a la propuesta y participación en la utilización de las redes sociales para fines académicos, más del 86% de los encuestados declararon que surge de una propuesta colectiva entre docente y alumnos, datos que sin embargo no se condice con lo expuesto por Lesta et al. (2013), pues los estudiantes declararon que los docentes en todos los casos proponen el uso de éste espacio por lo cual ésta propuesta no formó parte de un proyecto colectivo. Además, solo un 24% de la muestra participan en debates o interactuando con otros sujetos, contra un 57% que participan en el uso de las redes sociales solo para obtener información.

Estos resultados se condicen con la investigación realizada por Fernández Nistal, Núñez Luna, Ochoa Ávila, Ross Argüelles & Vales García (2013) y Lesta et al. (2013), pues en el primero de ellos han demostrado que los alumnos hacen muy poco uso de los foros de discusión y en el segundo estudio se reconoció que los sujetos utilizan la herramienta Facebook como medio o fuente de información unidireccional, siendo meros receptores de la información más que productores. Sin embargo un estudio realizado por Morales Rodríguez (2012) indicó que los alumnos le otorgaron mucha importancia al uso de herramientas colaborativas de la web 2.0, como son los foros, wikis, blogs y redes sociales para su formación en competencias académicas. Estas diferencias pueden estar en relación al contexto de las

investigaciones, ya que esta última fue realizada con una población de estudiantes de tecnología e información.

Por otro lado, se encontró un uso frecuente por parte de los alumnos de herramientas informáticas para el estudio. En este caso, un 72% utiliza frecuentemente el Paquete Office (Word, Excel, Power Point), un 75% hace un uso muy frecuente de buscadores de información y un 57% de libros digitales. Estos resultados coinciden con una investigación llevada a cabo por Centeno Moreno & Cubo Delgado (2013) donde se demuestra que los alumnos afirmaron tener bastante conocimiento y hacer uso de procesadores de texto en casi un 70% y utilizar con mayor frecuencia para la mejora en sus estudios de buscadores de información en más de un 60%.

En lo que concierne a la utilización de Internet a nivel general, independientemente del medio utilizado, el 80% de alumnos manifiestan acceder más frecuentemente para obtener información. De ello cerca del 77% lo hace para investigación académica y también un 72% para búsqueda general en sitios web. Estos resultados concuerdan con el estudio realizado por Fernández Nistal, Núñez Luna, Ochoa Ávila, Ross Argüelles & Vales García (2013), ya que casi el 50% de los estudiantes manifestaron utilizar Internet para obtener información y un 60% lo hace para investigación académica.

También, cerca de un 80% de los sujetos accede a Internet para comunicación. Ésta acción la realizan por medio de la aplicación Whatsapp en un 82%, seguido de un 66% por medio del correo electrónico y un 61% vía chat. Cabe destacar, sin embargo, un uso menos frecuente en un 73% de foros de discusión, dato que

concuerta con la poca participación en debates o interacción con otros sujetos en las redes sociales.

Además, también de un 47% accede con más frecuencia para actividades de entretenimiento. Entre estas actividades se encuentra que un 60% de los alumnos lo hace para obtener música, películas o software y un 57% para la lectura de diarios online.

Por último, un 38% accede a Internet con el fin de participar en comunidades virtuales. Sin embargo, un 40,38% hace un uso menos frecuente de acceso a Internet para este fin. Estos datos, también están en relación con la poca participación por parte de los alumnos en foros de discusión o la escasa interacción con otros sujetos en las redes sociales.

A modo general, en lo que respecta a las actitudes en el uso de las TIC como herramientas de estudio, se encuentra una actitud positiva por parte de los estudiantes en un 53% y una actitud negativa del 5%. Estos datos se condicen con varios estudios similares (Araujo, Marcano & Marcano, 2007; Díaz & Urbano, 2012; Morales Rodríguez, 2012; Centeno Moreno & Cubo Delgado, 2013; Fernández Nistal, Núñez Luna, Ochoa Ávila, Ross Argüelles & Vales García, 2013), donde han concluido que los estudiantes poseen una actitud de moderada a altamente favorable hacia el uso de las TIC para su formación, considerándolas herramientas útiles en sus estudios.

Respecto a las diferentes dimensiones de la actitud, los ítems cognitivos mostraron un 61,53% de actitud positiva por parte de los sujetos, contra un 5,76% de actitud negativa. Por otra parte, los ítems afectivos mostraron un 48,07% de actitud positiva contra un 4,8% de actitud negativa hacia las TIC. Por último, en los ítems

comportamentales, los encuestados mostraron una actitud positiva del 50,96%, contra un 4,8% de actitud negativa hacia las TIC.

En el análisis inferencial, utilizando la prueba ANOVA, las comparaciones respecto a cómo se manifiestan las actitudes respecto a la integración de las TIC en el estudio y las tres dimensiones que componen dicho test (aspectos cognitivos, afectivos y comportamentales) en cada año de cursado, mostraron diferencias estadísticamente significativas entre los grupos respecto al aspecto cognitivo de las actitudes. El análisis evidencia que los alumnos de 5° año presentan una actitud más favorable hacia las TIC como herramientas de estudio que el grupo de 1° año. Esto estaría en relación con una marcada tendencia por parte de la universidad y los docentes en promover el uso más frecuente de las TIC en el ámbito académico, para que los alumnos se encuentren insertos en un entorno que facilitan, promueven y fomentan el uso de las herramientas digitales.

Por otro lado, no se ha encontrado diferencias significativas entre los cursos y los demás ítems que componen el instrumento, ni diferencia según edad y sexo. Tampoco se encontró diferencias significativas según el medio que se utilizó por parte de los estudiantes para contestar los instrumentos.

Una de las limitaciones con las que contó el presente estudio tuvo que ver con el instrumento aplicado, ya que en la escala de hábitos al indagarse sobre “otra información o búsqueda general” obtenida en Internet, no se especificó o no se dió la opción de aclarar cuáles o qué tipo de información los estudiantes buscan, teniendo en cuenta que esa pregunta obtuvo un porcentaje del 72% de uso más frecuente. Otra de las limitaciones de esta escala se observó en la pregunta sobre actividades de

entretenimiento, en la opción “otras actividades de entretenimiento” tampoco se dió la opción de aclarar o especificar cuáles eran esas actividades de entretenimiento.

Otra crítica que se puede realizar a este estudio fue la toma de los instrumentos, ya que el 50% de la muestra fue encuestada en la universidad, luego de culminada sus clases, con alumnos cansados por tantas horas dentro del aula. Esto pudo haber repercutir de manera negativa a la hora de contestar los cuestionarios.

Por otro lado, los resultados de esta investigación están limitados a estudiantes universitarios de la carrera de psicología de la ciudad de Córdoba, pudiendo generalizar estos resultados a dicha población. Sin embargo este estudio podría aplicarse a estudiantes de otras carreras si se modifican algunos apartados como “herramientas informáticas utilizadas para el estudio”, “la participación en comunidades virtuales” o actividades de entretenimientos” a través de la técnica de grupo focal como se realizó para el presente estudio, con el fin de obtener la especificidad de dichos apartados.

Como líneas de investigaciones futuras para profundizar en la temática se considera de gran importancia la realización de estudios que ayuden a identificar el nivel de habilidades y competencias informáticas o la alfabetización digital que poseen los estudiantes, ya que con ello se puede capacitar mejor a los alumnos, aprovechando mejor la red de comunicación e información que es Internet, sobre todo la gran ventaja que brinda la web 2.0 en materia de aprendizaje participativo y colaborativo.

Además, otra propuesta para futuras investigaciones es la producción de estudios que discutan la dicotomía entre Nativos vs. Inmigrantes Digitales, indagando si es viable diferenciar o clasificar si son categorías excluyentes, ya que el presente

estudio arrojó como resultado que no existen diferencias significativas en relación a la edad con respecto a las habilidades y actitudes ante las TIC.

En conclusión, los resultados encontrados en este estudio son coherentes con la literatura científica precedente. La buena accesibilidad por parte de los estudiantes a Internet, desde diferentes dispositivos, varias horas al día, hace que los alumnos reconozcan sus habilidades como básicas y avanzadas ante el uso de las TIC como herramientas de estudio. Por otro lado, los estudiantes prefieren la utilización de la PC o Notebook para realizar tareas vinculadas al estudio, y el uso del celular está más relacionado con los servicios de comunicación y el acceso a las redes sociales.

En la utilización de las redes sociales para uso académico, solo un cuarto de los alumnos participa en debates con los demás miembros de esos espacios, y la mayoría los utiliza solo para obtener información.

Por último, los estudiantes muestran una actitud general positiva o favorable ante el uso de las TIC como herramientas de estudio, sin llegar a una polarización extrema de su valoración. Resulta interesante señalar la distinción entre alumnos de 1° año y de 5° año. En ambos casos, se observaron diferencias estadísticamente significativas en los ítems que miden los aspectos cognitivos de la actitud, lo cual evidencia que el segundo grupo (estudiantes avanzados) presenta una actitud más favorable hacia las TIC como herramientas de estudio que el grupo de 1° año.

Bibliografía

- Aguedo Sussan, N., Castro Tamayo, R., Izaguirre Sotomayor, M., Ramírez, H. & Reátegui Guzmán, L. (2015) Actitud de estudiantes y profesores del Departamento de Pediatría hacia las tecnologías de la información y comunicación (TIC). *Anales de la Facultad de Medicina*. 76, pp. 261-264.
- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, pp. 179-211.
- Allport, G. (1935) Attitudes. *A Handbook of Social Psychology*. (pp. 798-844). Worcester, MA, US: Clark University Press.
- Baron, R. & Byrne, D. (2005) *Psicología Social*. (10° ed.) Madrid: Pearson Educación.
- Baumeister, R. F. y Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, pp. 497-529.
- Bem, D. J. (1972). Self-perception theory. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 6, pp. 1-62). Nueva York: Academic Press.
- Benítez Larghi, S. (2009) “La lucha desigual por la apropiación de las TIC en las Organizaciones de Trabajadores Desocupados”. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires, Mimeo.

- Bizer, G. Y. y Krosnick, J. A. (2001). Exploring the structure of strength-related attitude features: The relation between attitude importance and attitude accessibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, pp.566-586.
- Bologna, E. (2012). *Estadística para Psicología y Educación*. Córdoba, Argentina: Brujas.
- Briñol, P. y Petty, R. E (2003). Overt head movements and persuasion: A self-validation analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, pp.1123-1139.
- Briñol, P., Gandarillas, B., Horcado, J. & Becerra, A. (2010) Emoción y meta-cognición: implicaciones para el cambio de actitud. *Revista de Psicología Social*, 25, pp. 157-183.
- Briñol, P; Falces, C & Becerra A (2007) Actitudes. En Morales F, Moya M, Gaviria E & Cuadrado I. *Psicología Social* (3° ed.) Madrid: McGraw-Hill.
- Buxarrais Estrada, M. & Ovide, E. (2011) El impacto de las nuevas tecnologías en la educación en valores del siglo XXI. *Sinéctica*. 37, pp. 1-15.
- Cacioppo, J., Kao, C., Petty, R. & Rodriguez, R. (1986) Central and peripheral routes to persuasion: an individual difference perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, pp.1032-1043.
- Centeno Moreno, G. & Cubo Delgado S. (2013) Evaluación de la competencia digital y las actitudes hacia las TIC del alumnado universitario. *Revista de Investigación Educativa*. 32, pp. 517-536.

- Coll, C., Mauri, T. y Onrubia, J. (2008). Análisis de los usos reales de las TIC en contextos educativos formales: una aproximación sociocultural. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 10 (1)
- DeMarree, K. G., Petty, R. E. y Briñol, P. (2007). Self-certainty: Parallels to attitude certainty. *International Journal of Psychology*, 7, pp.159-188.
- DeMarree, K., Petty, R. & Briñol, P. (2007) Self and attitude strength parallels: Focus on accessibility. *Social and Personality Psychology Compass*, 1, pp. 1-28.
- Díaz, V. & Urbano E. (2012) Universidad 2.0: Actitudes y aptitudes ante las TIC del alumnado de nuevo ingreso de la escuela universitaria de magisterio de la UCO. *Revista de Medios y Educación*, 40, pp.197-211.
- Esteve Mon, F. & Gisbert Cerveza, M. (2013) Competencia digital en la educación superior: instrumentos de evaluación y nuevos entornos. *Revista Venezolana de Información, tecnología y Conocimiento*, 3, pp. 29-43.
- Fazio, R. & Olson, M. (2003) Attitudes: Foundations, functions, and consequences. In Hogg, M. & Cooper, J. (Eds.). *The sage handbook of social psychology*. London: Sage.
- Festinger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. Stanford: Stanford University Press (Versión en castellano: Teoría de la disonancia cognoscitiva. Madrid: Instituto de Estudios Políticos, 1975).
- Gisbert Cervera, M., Espuny Vidal, C. & González Martínez, J. (2011) INCOTIC. Una herramienta para la autoevaluación diagnóstica de la competencia digital en la universidad. Profesorado. *Revista de Curriculum y Formación del Profesorado*, 15, pp. 75-90.

- Heidenreich, M. (2003) Die Debate um die Wissensgesellschaft. In Stefan Bösch und Ingo Schulz-Schaeffer (Hg.): *Wissenschaft in der Wissensgesellschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kassin, S., Fein, S. & Markus H (2013) *Psicología Social* (7° Ed.) Mexico: Cengage Learning.
- Katz, D. (1960). The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 14, pp.163-204.
- Krosnick, J. A. (1988). The role of attitude importance in social evaluation: A study of policy preferences, presidential candidate evaluations, and voting behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, pp. 196-210.
- Lesta, L. & Tachella Prado, D. (2015) *Nativos digitales vs. inmigrantes digitales ¿Una definición posible?* VIII Seminario Regional (Cono Sur) ALAIC. Córdoba, Argentina.
- Lesta, M., Cañas, N., Rabbat, M. & Rodríguez, A. (2013) *Apropiación de TIC en Educación Superior: el Facebook en las cátedras*. I Congreso De Investigación Cualitativa en Ciencias Sociales. Córdoba Argentina.
- Maldonado Barea, G. & Veá Gea, E. (2015) Actitudes de los estudiantes universitarios ante la plataforma Moodle. *Revista de Medios y Educación*. 47, pp.105-117.
- Marcano, M. Marcano, N. & Araujo D (2007) Actitudes de los estudiantes de los institutos universitarios frente a las tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Electrónica de Estudios Telemáticos*. 6, pp. 77-106.

- Morales Rodríguez, F. (2012) Actitudes e intereses hacia las TIC en una muestra de estudiantes de posgrado. *Psicología Educativa*. 18, pp. 53-63.
- Núñez Luna, D., Ochoa Ávila, E., Vales García, J., Fernández Nistal, M. & Ross Agüelles, G. (2013) Actitudes y hábitos asociados al uso de las TIC en alumnos de psicología. *Psicología para América Latina*. 25, pp.91-114.
- Peña Ochoa, P. & Peña Ochoa, M. (2007) El saber y las TIC: ¿brecha digital o brecha institucional? *Revista Iberoamericana de Educación*, 45, pp. 89-106.
- Petty, R. E. y Krosnick, J. A. (1995). *Attitude strength: Antecedents and consequences*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Petty, R. E. y Wegener, D. T. (1998). Attitude change: Multiple roles for persuasion variables. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 1, pp. 323-390). Nueva York: McGraw-Hill.
- Petty, R.E., Fabrigar, L R. & Wegener, D. T., (2003) Emotional factors in attitudes and persuasion. In R.J. Davison, K.R Scherer & H.H. Goldsmith (Eds.). *Handbook of affective sciences* (pp. 752-772). Oxford: Oxford University Press.
- Roskos-Ewoldsen, D. R., y Fazio, R. H. (1992). On the orienting value of attitudes: Attitude accessibility as a determinant of an object's attraction of visual attention. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, pp. 198-211.
- Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, P. (1996). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill, 3.
- Scolari, C (2008) *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gidesa Editorial.

- Thompson, M. M., Zanna, M. P., y Griffin, D. W. (1995). Let's not be indifferent about (attitudinal) ambivalence. En R. E. Petty y J. A. Krosnick (Eds.), *Attitude strength: Antecedents and consequences* (pp.361-386). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Villanueva, E. (2006) Brecha digital: Descartando un término equívoco. *Razón y Palabra, 11*, pp. 1-13.
- Wood, W., Rhodes, N. y Biek, M. (1995). Working knowledge and attitude strength. An information processing analysis. En R. E. Petty y J. A. Krosnick (Eds.), *Attitude strength. Antecedents and consequences* (pp. 283-313). Mahwah: L. Erlbaum.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology, Monograph Supplement, 9*, pp.1-27.

Anexo



Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

La presente investigación es conducida por Matías Nicolás Ampoli, de la Universidad Siglo 21. La meta de este estudio es conocer sobre las actitudes de los estudiantes de psicología ante el uso de las TIC como herramientas de estudio.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 10 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la encuesta le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Matías Nicolás Ampoli

Consentimiento Informado

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Matías Nicolás Ampoli.

He sido informado (a) de que la meta de este estudio es conocer sobre las actitudes de los estudiantes de psicología ante el uso de las TIC como herramientas de estudio.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas, lo cual tomará aproximadamente 10 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Matías Nicolás Ampoli al mail nicolasampoli@gmail.com.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Matías Nicolás Ampoli al mail anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Fecha

Firma del Participante

(En letras de imprenta)

Actitudes de estudiantes de la carrera de psicología ante el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como herramientas de estudio.

Datos demográficos generales (complete los siguientes datos y marque con una X su respuesta)

1. Edad:

2. Sexo:

Femenino

Masculino

3. Año de ingreso a la carrera:

4. Año de cursado actual:

5. ¿Tiene celular?

Si

No

6. Tipo de celular:

Convencional

Smartphone

7. Si la respuesta anterior fue Smartphone: ¿qué tipo de sistema operativo posee?

iOS

Android

Windows Phone

BlackBerry OS

No sabe

Otros: _____

8. ¿Tiene computadora propia?:

Si

No

9. ¿Cuenta con Internet en su casa?: Si No

10. ¿Alguna vez ha tomado un curso de computación?: Si No

11. ¿Estaría dispuesto a tomar un curso de computación?: Si No

12. ¿Posee impresora en su domicilio?: Si No

13. ¿Cuál es el uso que le da a su impresora?

Nulo

Poco

Frecuente

Muy frecuente

14. ¿Posee scanner en su domicilio?: Si No

15. ¿Cuál es el uso que le da a su scanner?

Nulo

Poco

Frecuente

Muy frecuente

16. Según sus habilidades con el uso de las TIC, se considera:

Nulo

Básico

Avanzado

Experto

Escala de actitudes (a continuación, le presento unas afirmaciones sobre actitudes ante el uso de las TIC como herramienta de estudio. Expresé sabiendo que 1 significa totalmente desacuerdo, 2 desacuerdo, 3 indiferente, 4 de acuerdo y 5 total acuerdo)

N	Ítem	Puntuación
1	Las TIC no me ofrecen un aprendizaje activo.	1 2 3 4 5
2	Considero que los alumnos deberían utilizar las TIC para facilitar el aprendizaje de las materias.	1 2 3 4 5
3	Considero que son muy importantes las TIC para el aprendizaje en el momento actual.	1 2 3 4 5
4	Los profesores deberían utilizar las TIC para mejorar la calidad de los procesos de aprendizaje.	1 2 3 4 5
5	Las clases mejoran a medida que se van incorporando las TIC.	1 2 3 4 5
6	Me encantaría estudiar en un centro que contara con más recursos tecnológicos.	1 2 3 4 5
7	Me siento a gusto usando una metodología de estudio que sigue las tendencias de las TIC.	1 2 3 4 5
8	Me angustia tanta información en Internet.	1 2 3 4 5
9	Las TIC en el alumnado son entorpecedoras.	1 2 3 4 5
10	Si tuviera que elegir un centro universitario para mí, mis hijos o conocidos valoraría el hecho de que se emplearan las TIC en la enseñanza.	1 2 3 4 5
11	Las clases pierden eficacia en la medida que se van incorporando las TIC.	1 2 3 4 5
12	Es irrelevante usar las TIC para el aprendizaje.	1 2 3 4 5
13	Me gusta trabajar con compañeros que integran las TIC como herramientas de estudio.	1 2 3 4 5
14	Es imprescindible incorporar las TIC en las aulas universitarias.	1 2 3 4 5
15	Tiene poco sentido creer que las TIC van a cambiar la forma de estudiar de los alumnos.	1 2 3 4 5
16	Las TIC no permiten a los alumnos ejercitarse en la adquisición de algunas destrezas intelectuales básicas.	1 2 3 4 5
17	Debería priorizarse la mejora de las infraestructuras actuales en las TIC.	1 2 3 4 5
18	No estoy dispuesto a aprender las posibilidades de las TIC como herramientas de estudio.	1 2 3 4 5
19	No me parece conveniente para mí introducir las TIC como herramientas de estudio.	1 2 3 4 5
20	El uso de las TIC ayudara al alumno a realizar mejor su papel.	1 2 3 4 5
21	Mis prácticas como estudiante no van a mejorar por el uso de las TIC	1 2 3 4 5
22	Me preocupa que, en mi futuro profesional, tenga que usar más las TIC.	1 2 3 4 5
23	Las TIC proporcionan flexibilidad de espacios y tiempo para la comunicación entre los miembros de la comunidad educativa.	1 2 3 4 5
24	Las utilizaciones de las TIC no me permiten desarrollar un aprendizaje significativo.	1 2 3 4 5

Escala de hábitos**1. ¿Con qué frecuencia utiliza Internet? (Marque con una X su respuesta)**

- Varias horas al día
- Al menos una vez al día
- Al menos una vez a la semana
- Al menos dos veces a la semana

2. ¿Desde qué dispositivo utiliza Internet con mayor frecuencia?

- Smartphone
- PC de escritorio
- Notebook/netbook
- Tablet

3. ¿Utiliza el celular para fines...? (Marque con un círculo según su uso frecuente, siendo 1 el más frecuente y 5 el menos frecuente)

Académicos	1	2	3	4	5
Sociales (Facebook, Twitter, Instagram)	1	2	3	4	5
Obtención de información en general	1	2	3	4	5
Entretenimiento	1	2	3	4	5
Comunicación (llamadas, SMS, Whatsapp)	1	2	3	4	5

4. ¿Utiliza la PC/Notebook/Netbook para fines...? (Marque con un círculo según su uso frecuente, siendo 1 el más frecuente y 5 el menos frecuente)

Académicos	1	2	3	4	5
Sociales (Facebook, Twitter)	1	2	3	4	5
Obtención de información en general	1	2	3	4	5
Entretenimiento	1	2	3	4	5
Comunicación (Skype)	1	2	3	4	5

5. La utilización de redes sociales (Facebook y Twitter principalmente) para fines académicos... (Marque con una X su respuesta/s)

- Resultó de una propuesta: colectiva docente-alumno
- Solo del docente
- Solo de los alumnos
- Participa: Con publicaciones (posteos)
- Interactuando con otros sujetos (debates)
- Como fuente de información (solo leyendo)

6. Herramientas informáticas utilizadas para su estudio. (Marque con un círculo según su uso frecuente, siendo 1 el más frecuente y 5 el menos frecuente)

Paquete Office (Word, Power Point, etc)	1	2	3	4	5
Herramientas de presentación (Power Point, Prezi, etc.)	1	2	3	4	5
Buscadores de información en red del tipo Google, Yahoo, Bing, etc.	1	2	3	4	5
Herramientas para compartir información. Por ejemplo Youtube, Slideshare, Blogger, Wikispaces, Google Doc, etc.	1	2	3	4	5
Plataformas virtuales de enseñanza-aprendizaje, por ejemplo aulas virtuales (Moodle), Epic, etc.	1	2	3	4	5
Recursos educativos en red, como pueden ser los traductores, cursos, etc.	1	2	3	4	5
Servicios de almacenamiento en la nube como DropBox, Mega, Google Drive, etc.	1	2	3	4	5
Libros digitales en formato PDF, Word, etc.	1	2	3	4	5

7. Lugares en que utiliza Internet con mayor frecuencia. (Marque con un círculo según su uso frecuente, siendo 1 el más frecuente y 5 el menos frecuente)

Casa	1	2	3	4	5
Trabajo	1	2	3	4	5
Red inalámbrica pública	1	2	3	4	5
Facultad	1	2	3	4	5
Cibercafé	1	2	3	4	5

8. ¿Para qué utiliza Internet? (Marque con un círculo según su uso frecuente, siendo 1 el más frecuente y 5 el menos frecuente)

Obtener información	1 2 3 4 5
Comunicación	1 2 3 4 5
Participación en comunidades virtuales	1 2 3 4 5
Actividades de entretenimiento	1 2 3 4 5

8.1 OBTENER INFORMACIÓN (Marque con un círculo según su uso frecuente, siendo 1 el más frecuente y 5 el menos frecuente)

Sobre productos y servicios	1 2 3 4 5
Relacionada con salud o servicios de salud	1 2 3 4 5
De organizaciones civiles/autoridades públicas vías sitios Web	1 2 3 4 5
Para investigación académica/estudio (bibliotecas o bases de datos digitales)	1 2 3 4 5
Otra información o búsquedas generales en sitios Web	1 2 3 4 5

8.2 COMUNICACIÓN (Marque con un círculo según su uso frecuente, siendo 1 el más frecuente y 5 el menos frecuente)

Chat	1 2 3 4 5
Correo electrónico	1 2 3 4 5
Whatsapp	1 2 3 4 5
Skype	1 2 3 4 5
Foros de discusión	1 2 3 4 5

8.3 PARTICIPACIÓN EN COMUNIDADES VIRTUALES (Marque con un círculo según su uso frecuente, siendo 1 el más frecuente y 5 el menos frecuente)

Facebook	1 2 3 4 5
Twitter	1 2 3 4 5
Google +	1 2 3 4 5
Instagram	1 2 3 4 5
Otras: _____	1 2 3 4 5

8.4 ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO (Marque con un círculo según su uso frecuente, siendo 1 el más frecuente y 5 el menos frecuente)

Jugar	1 2 3 4 5
Obtener películas/música/software	1 2 3 4 5
Leer/descargar libros electrónicos	1 2 3 4 5
Leer diarios On-line	1 2 3 4 5
Otras actividades de entretenimiento	1 2 3 4 5

Muchas gracias por su colaboración.

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR Y DIFUNDIR TESIS DE POSGRADO O GRADO A LA UNIVERSIDAD SIGLO 21

Por la presente, autorizo a la Universidad Siglo 21 a difundir en su página web o bien a través de su campus virtual mi trabajo de Tesis según los datos que detallo a continuación, a los fines que la misma pueda ser leída por los visitantes de dicha página web y/o el cuerpo docente y/o alumnos de la Institución:

Autor-tesista <i>(apellido/s y nombre/s completos)</i>	Ampoli, Matías Nicolás
DNI <i>(del autor-tesista)</i>	29809955
Título y subtítulo <i>(completos de la Tesis)</i>	“Actitudes de estudiantes de la carrera de psicología ante el uso de las TIC como herramientas de estudio”
Correo electrónico <i>(del autor-tesista)</i>	nicolasampoli@gmail.com
Unidad Académica <i>(donde se presentó la obra)</i>	Universidad Siglo 21. Campus. Córdoba.
Datos de edición: <i>Lugar, editor, fecha e ISBN (para el caso de tesis ya publicadas), depósito en el Registro Nacional de la Propiedad Intelectual y autorización de Editorial (en el caso que corresponda).</i>	

Otorgo expreso consentimiento para que la copia electrónica de mi Tesis sea publicada en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21 según el siguiente detalle:

Texto completo de la Tesis <i>(Marcar SI/NO)¹</i>	Si
Publicación Parcial <i>(Informar que capítulos se publicarán)</i>	

Otorgo expreso consentimiento para que la versión electrónica de este libro sea publicada en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21.

Lugar y fecha: _____

Firma autor-tesista

Aclaración autor-tesista

Esta secretaria/Departamento de Grado/Posgrado de la Unidad Académica:

_____ certifi
ca que la tesis adjunta es la aprobada y registrada en esta dependencia.

Firma Autoridad

Aclaración Autoridad

Sello de la Secretaria/Departamento de Posgrado

¹ Advertencia: Se informa al autor/tesista que es conveniente publicar en la Biblioteca Digital las obras intelectuales editadas e inscriptas en el INPI para asegurar la plena protección de sus derechos intelectuales (Ley 11.723) y propiedad industrial (Ley 22.362 y Dec. 6673/63). Se recomienda la No publicación de aquellas tesis que desarrollan un invento patentable, modelo de utilidad y diseño industrial que no ha sido registrado en el INPI, a los fines de preservar la novedad de la creación.