



UNIVERSIDAD PERUANA
CAYETANO HEREDIA
ESCUELA DE POSGRADO

ACTIVISMO EN LÍNEA,
AUTOEFICACIA DEL USO DE REDES
SOCIALES PARA PRODUCIR
ACCIONES COLECTIVAS E INTENCIÓN
DE PARTICIPAR EN ACCIONES
COLECTIVAS PRESENCIALES EN
UNIVERSITARIOS DE LIMA

TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE
DOCTOR EN PSICOLOGÍA

FERNANDO GABRIEL RUIZ DODOBARA

Lima – Perú

2018

Asesora: Dra. Ana Aguilar Angeletti

A mi familia

En primer lugar, quiero expresar mi agradecimiento a mi asesora, la doctora Ana Aguilar Angeletti, por su cuidadosa orientación y guía a lo largo de todo el trabajo de investigación; asimismo, mi reconocimiento a la doctora Teresa Quiroz Velasco, al magíster Walter Neira Bronttis, al doctor Ramón León Donayre y al magíster Miguel Ecurra Mayaute por el apoyo significativo que me brindaron para realizar la presente tesis. Además, deseo manifestar mi gratitud a los profesores Emilio Bustamante Quiroz, Caroline Cruz Valencia, Martín Haro de la Vega, Néstor Martos Castañeda y Julianna Ramírez Lozano por su colaboración en la realización de la presente investigación.

Fuente de financiamiento: Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima (IDIC)

ÍNDICE

Resumen

Introducción	1
Capítulo I: Planteamiento del problema	4
1. Identificación del problema	4
2. Justificación e importancia del problema	7
3. Limitaciones del estudio	8
4. Objetivos de la investigación	8
4.1 Objetivo general	8
4.2 Objetivos específicos	9
4.3 Objetivo secundario	9
Capítulo II: Marco teórico	10
1. Aspectos conceptuales pertinentes	10
1.1 Teoría social cognitiva y autoeficacia	10
1.2 Teoría social cognitiva y causación recíproca triádica	15
1.3 Activismo en línea	16
1.4 Acción colectiva y acciones colectivas presenciales	17
1.5 Autoeficacia del uso de redes sociales virtuales	21
1.6 Redes sociales virtuales y estudiantes universitarios	22
1.7 Acciones colectivas en Perú y redes sociales virtuales	23
1.8 Modelo mediacional de uso de redes sociales para acciones colectivas	27
2. Investigaciones relacionadas	29
3. Definiciones operacionales y de variables	54
4. Hipótesis	57
Capítulo III: Metodología	59
1. Nivel y tipo de investigación	59
2. Diseño de investigación	59

3. Naturaleza de la muestra	61
4. Instrumentos	62
4.1 Escala de activismo en línea	63
4.2 Escala de autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas	67
4.3 Escala de intención de participar en acciones colectivas presenciales	72
5. Procedimientos de recolección de datos	76
6. Plan de análisis de datos	78
7. Consideraciones éticas	79
Capítulo IV: Resultados	81
1. Análisis descriptivos	81
2. Análisis de hipótesis	82
Capítulo V: Discusión	89
Capítulo VI: Conclusiones	102
Capítulo VII: Recomendaciones	104
Referencias Bibliográficas	106
Anexos	119

Resumen

El estudio propone la validación del modelo mediacional de uso de redes sociales para acciones colectivas (MMURSAC), cuyo objetivo es explicar la intención de participar en acciones colectivas presenciales (IPACP), considerando al activismo en línea (AEL) como variable predictora y a la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas (AURSAC) como variable mediadora. La muestra estuvo conformada por 293 estudiantes universitarios de dos instituciones privadas de Lima. Para obtener los datos se crearon tres instrumentos: escala de activismo en línea, escala de autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas y escala de intención de participar en acciones colectivas presenciales. La investigación se inserta dentro de un nivel básico descriptivo y posee un diseño correlacional multivariado. Los resultados mostraron un buen índice de ajuste del modelo MMURSAAC, por lo que el modelo fue validado. Específicamente, se encontró una mediación parcial de la variable AURSAC en la relación entre las variables AEL y la IPACP. Además, se hallaron correlaciones positivas significativas (1 a 1) entre las tres variables del estudio y que las mujeres tenían niveles mayores de activismo en línea e intención de participar en acciones colectivas presenciales que los varones.

Palabras claves: activismo político en línea, redes de comunicación de computadoras, autoeficacia, negociación colectiva, mediación estadística y Facebook.

Abstract

The present study proposes the validation of the modelo mediacional de uso de redes sociales para acciones colectivas (mediational model of social networks use for collective actions) (MMURSAC). The model suggested an explanation of the intention to participate in offline collective actions (IPACP), considering online activism (AEL) as the input variable and self – efficacy to use social networks to produce collective action (AURSAC) as the mediational variable. The sample consisted of 293 undergraduate students from two private universities in Lima. The author created three instruments: the online activism scale, the self - efficacy to use social networks to produce collective actions scale and the intention to participate in offline collective actions scale. The research presented a basic descriptive level and its design was correlational multivariate. Results showed a good index adjusted fit of the MMURSAC model, which gave empirical support to the MMURSAC model. Furthermore, the findings displayed a partial mediation of the AURSAC variable on the relationship between the AEL and the IPACP variables. In addition, the study found positive significant relationships (1 on 1) between the three analyzed variables. Likewise, it was observed that women had higher levels of online activism and intention to participate in offline collective actions in comparison to men.

Key words: political activism, computer communication networks, self-efficacy, collective negotiation, statistical mediation and Facebook.

Introducción

El uso de redes sociales virtuales para promover acciones colectivas es una práctica muy utilizada por diversos movimientos sociales a lo largo del mundo (Tufekci y Wilson, 2012). El Perú no ha sido ajeno a esta tendencia y en los últimos años las redes sociales virtuales como Facebook han sido usadas para la promoción de acciones colectivas fuera de línea, las que han tenido gran acogida y repercusión social en nuestro país (El Comercio, 2014; RPP, 2016).

Los universitarios son uno de los grupos en donde las redes sociales tienen mayor popularidad (Salas y Ecurra, 2014); entre los usos que le dan a estas plataformas tenemos: el intercambio de información y la coordinación de iniciativas (Cabalin, 2014). Este grupo ha hecho suyos muchos de los reclamos de las movilizaciones, teniendo gran participación en estas (La República, 2016a).

Es importante mencionar que la autoeficacia, entendida como la creencia en la capacidad personal para realizar determinadas tareas específicas es un buen predictor de conducta (Bandura, 1995). Asimismo, esta variable ha sido conectada a la realización de acciones colectivas (Brunsting y Postmes, 2002, Vaccari et al. 2015).

El presente estudio busca validar el modelo mediacional de uso de redes sociales para acciones Colectivas (MMURSAC), el cual ha sido formulado teóricamente y se propone explicar la intención de participar en acciones colectivas presenciales, considerando como variable predictora el activismo en línea y como variable mediadora la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas. Otros objetivos del estudio son la identificación de

los niveles de las tres variables del estudio, la identificación de las relaciones entre las variables del estudio, la identificación de diferencias de acuerdo a sexo y la validación de tres instrumentos (escala de activismo en línea, escala de autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas y escala de intención de participar en acciones colectivas presenciales).

Respecto a las hipótesis del trabajo tenemos, como hipótesis general la existencia de un alto índice de bondad de ajuste del modelo MMURSAC. Entre las hipótesis específicas se plantea la existencia de relaciones positivas y estadísticamente significativas entre las variables del estudio (el activismo en línea, la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas y la intención de participar en acciones colectivas presenciales) y la presencia de diferencias significativas en los puntajes de las variables del estudio de acuerdo al sexo de los participantes.

La importancia de la investigación radica en la validación del modelo MMURSAC el que busca dar luces respecto al paso del ciberactivismo a la práctica de acciones en el mundo real. El trabajo se sitúa dentro de los estudios que buscan conectar al activismo en línea y la intención de participar en acciones colectivas presenciales. Específicamente, se busca explorar a la autoeficacia del uso de redes sociales como una variable que ayuda a clarificar la asociación entre activismo en línea e intención.

El estudio plantea un diseño mediacional, el cual busca inferir el efecto de la variable autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas en la relación entre el activismo en línea y la intención de participar en acciones

colectivas presenciales. Además, el diseño también puede ser definido como correlacional multivariado porque busca inquirir sobre la relación entre variables, pero no pretende el establecimiento de relaciones de tipo causal.

Dentro de las implicancias teóricas del trabajo tenemos, en primer lugar, la creación de un modelo teórico que explique la asociación entre el activismo en línea y la intención de participar en acciones colectivas presenciales y la aplicación de los conceptos de la teoría social cognitiva en el área de los movimientos sociales promovidos en Internet.

Capítulo I: Planteamiento del problema

1. Identificación del problema

Actualmente, el uso de las nuevas tecnologías, en particular, las redes sociales, es un fenómeno de gran popularidad y rápida expansión (Sheldon, 2008). La utilización de las redes sociales es variada: los individuos las emplean para comunicarse, intercambiar información, compartir recursos y desarrollar comunidades con historias compartidas (Haythornwite, 2007).

Uno de los usos que se le da a estas plataformas virtuales es la realización de acciones colectivas, dado que las redes sociales proveen de herramientas que facilitan la organización e intercambio de recursos en grupos numerosos, por lo que contribuyen al alcance de objetivos colectivos (Shirky, 2008). En el Perú, las acciones colectivas promovidas por las redes sociales virtuales son un fenómeno de gran presencia en los últimos cinco años. Es así que movimientos como la "Marcha contra la ley Pulpín", "Ni una menos", "Con mis hijo no te metas", la marcha contra el indulto al ex presidente Alberto Fujimori y la "Marcha por la vida" han utilizado plataformas tipo Facebook para convocar a los interesados y dar a conocer sus objetivos (El Comercio, 2014; RPP, 2016; Publimetro, 2017; El Comercio, 2017a; "Marcha por la vida", 2018).

La autoeficacia, es decir, la creencia en la capacidad para realizar una acción es un buen predictor de desempeño de la conducta, puesto que estas creencias determinan qué es lo que las personas hacen con sus conocimientos y habilidades (Pajares y Schunk, 2001). Se ha identificado a la percepción de

eficacia como un componente clave para la realización de acciones colectivas, ya que la participación en movimientos sociales depende del valor de los resultados de estos movimientos, pero también de la creencia de que la acción colectiva es realizable y de que va a ser o no efectiva (Postmes, 2007).

Las investigaciones sobre redes sociales virtuales y acción colectiva son abundantes, en estas se busca: conectar las acciones colectivas promovidas por las redes sociales con las variables como la identidad política (Alberici y Milesi, 2013), la percepción de eficacia de una acción, la percepción de injusticia (Postmes, 2007), la expresión política (Vaccari et al., 2015), la autoeficacia respecto a la acción colectiva (Brunsting y Postmes, 2002), etc. No obstante, es necesario enfocar teóricamente el problema desde la perspectiva del individuo, desde la creencia en su capacidad personal (autoeficacia) para usar las redes sociales con el objetivo de producir acciones colectivas. Es importante esta perspectiva, dado que la autoeficacia afecta directamente nuestra expectativa respecto a un resultado y, por ende la intención de comportarnos de determinada manera o no (Bandura, 2001b). La autoeficacia del uso de las redes sociales para producir acciones colectivas sería, entonces, un buen predictor de una posible conducta de llevar a cabo acciones colectivas.

Sin embargo, existe escepticismo con respecto al poder de las redes sociales para fomentar un activismo que tenga un impacto en el mundo real; se plantea que las iniciativas virtuales se orientan a acciones que hacen que las personas se sientan bien consigo mismas, pero que no generan cambios sociales (Morozov, 2011). La presente investigación constituye un intento por brindar información respecto a esta dinámica.

Se ha elegido como grupo de estudio a los jóvenes universitarios ya que constituyen un conjunto que presenta una utilización intensa de las nuevas tecnologías (Salas y Ecurra, 2014). Debido al uso y conocimiento de las redes sociales, este sector de la población al momento de realizar acciones colectivas utiliza las plataformas virtuales para coordinar sus iniciativas y dar a conocer sus puntos de vista respecto a problemas sociales que los afectan (Cabalin, 2014; García - Galera, Del Hoyo – Hurtado y Fernández - Muñoz, 2014).

El presente trabajo busca formular teóricamente y validar el modelo mediacional de uso de redes sociales para acciones colectivas (MMURSAC), el que tiene como objetivo explicar la intención de participar en acciones colectivas presenciales. Con este propósito, se han propuesto tres variables: el activismo en línea como variable predictora, la autoeficacia del uso de las redes sociales para producir acciones colectivas como variable mediadora y la intención de participar en acciones colectivas presenciales como la variable explicada.

Por consiguiente, se formula el problema de investigación con la siguiente interrogante:

¿Cuál es la bondad de ajuste del modelo explicativo mediacional de uso de redes sociales para acciones colectivas (MMURSAC) sobre la intención de participar en acciones colectivas presenciales, basado en el activismo en línea, teniendo como variable mediadora la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas en jóvenes universitarios de Lima?

2. Justificación e importancia del problema

La presente investigación tiene relevancia teórica, ya que formula el modelo mediacional de uso de redes sociales para acciones colectivas (MMURSAC), el que busca explicar la intención de participar en acciones colectivas presenciales; el modelo incorpora una variable mediadora: la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas.

Además, se ha observado que se requieren investigaciones que se enfoquen en la intención de participar en acciones colectivas presenciales, desde la creencia personal (autoeficacia) para usar las redes sociales con el objetivo de producir acciones colectivas.

Por otro lado, ofrece la posibilidad de aplicar los presupuestos teóricos de Bandura (teoría social cognitiva) al área de las nuevas tecnologías.

Asimismo, trabajo actual es relevante, ya que busca dar luces respecto a un tema que se ha vuelto recurrente en los últimos años en el país: las acciones colectivas promovidas en redes sociales.

Respecto a la relevancia metodológica, en primer lugar debemos resaltar la importancia del estudio puesto que se elaborarán y validarán tres instrumentos de evaluación para medir las variables antes mencionadas. En segundo lugar, si se identifican los componentes que determinan la autoeficacia del uso de las redes sociales para producir acciones colectivas, se puede capacitar a individuos de diferentes grupos o comunidades para desarrollar autoeficacia y así aumentar sus posibilidades de producir acciones colectivas que favorezcan a sus comunidades. En base a lo anterior debemos señalar que las aplicaciones de este estudio son

numerosas en áreas como la salud, la educación, el ámbito académico, la política, el medio ambiente, etc.

3. Limitaciones del estudio

El estudio presenta limitaciones de generalización, puesto que, en primer lugar se trata de una investigación transversal. Asimismo, el muestreo utilizado en el trabajo ha usado un procedimiento no probabilístico por cuotas. Por otra parte, el estudio se ha enfocado únicamente en universidades privadas y en estudiantes de las carreras de Comunicación y Psicología.

Por otro lado, se debe indicar que los instrumentos construidos han sido evaluados en base al formato de autorreporte, debido a su mayor practicidad en la evaluación de grupos.

4. Objetivos de la investigación

4.1 Objetivo general

Probar la bondad de ajuste del modelo mediacional de uso de redes sociales para acciones colectivas (MMURSAC) para explicar la intención de participar en acciones colectivas presenciales, basado en la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas como la variable mediadora y el activismo en línea como variable predictora, con respecto a datos empíricos.

4.2 Objetivos específicos

- a) Identificar los niveles del activismo en línea, autoeficacia del uso de redes sociales para acciones colectivas e intención de participar en acciones colectivas presenciales
- b) Identificar la relación entre el activismo en línea,y la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas
- c) Identificar la relación entre el activismo en línea y la intención de participar en acciones colectivas presenciales.
- d) Identificar la relación entre la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas y la intención de participar en acciones colectivas presenciales .
- e) Identificar las diferencias del activismo en línea, la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas y la intención de participar en acciones colectivas de acuerdo a sexo

4.3 Objetivo secundario

Crear y validar tres instrumentos: la escala de activismo en línea, la escala de autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas y la escala de intención de participar en acciones colectivas presenciales.

Capítulo II: Marco Teórico

1. Aspectos conceptuales pertinentes

1.1 Teoría social cognitiva y autoeficacia

La teoría social cognitiva de Bandura desarrolla la agencia humana, la cual supone la capacidad del individuo de ejercer control sobre su propia vida, siendo esta una de las motivaciones humanas más importantes. La agencia humana implica los talentos, sistemas de creencias, capacidades regulatorias, estructuras y funciones a través de las cuales se ejerce la influencia personal. La idea principal es que la agencia le permite a los individuos influir en su adaptación, auto desarrollo y auto renovación en tiempos de cambio (Bandura, 2001a).

Uno de los puntos más resaltantes de la teoría social cognitiva lo constituye la autoeficacia percibida, definida por Bandura (1995) como la creencia en la capacidad personal para llevar a cabo acciones que permitan el manejo de ciertas situaciones, en otras palabras, la creencia en la propia capacidad para resolver situaciones específicas. La importancia de la autoeficacia radica en su influencia sobre la conducta, ya que lo que las personas piensan acerca de sus propias capacidades es un mejor predictor de su comportamiento que, incluso, sus habilidades. El impacto de la autoeficacia se explica debido a que la percepción de eficacia delinea qué es lo que un individuo hace con sus conocimientos y habilidades (Pajares y Schunk, 2000)

La concepción de la mente de la teoría social cognitiva se opone a la consideración de esta como un computador lineal que procesa información y produce soluciones de acuerdo a ciertas reglas previamente establecidas. Por el contrario, se toma a la conciencia como la parte más relevante de la vida mental, dado que la conciencia funcional supone el acceso y procesamiento deliberado de información para seleccionar, evaluar y construir cursos de acción. Las personas no son organismos pasivos determinados por mecanismos internos, influidos por eventos externos, sino agentes de experiencias que usan sus sistemas motores, sensorios y cerebrales para lograr tareas y metas que dan dirección, satisfacción y sentido a su vida (Bandura, 2001a). Las personas se auto regulan, reflexionan sobre sus vidas y operan en una red de influencias socioculturales, es decir, son vistas como productos y productores de sus sistemas sociales (Bandura, 2001b). Se da así un papel central a los procesos cognitivos en los que el individuo puede observar a otros y a su ambiente, reflexionar sobre lo anterior y alterar sus funciones auto regulatorias (Burney, 2008).

Una de las principales características que distingue a la teoría social cognitiva es la capacidad de simbolizar de los seres humanos. Los individuos usan su capacidad de simbolizar para comprender su medio ambiente y para regular y crear eventos ambientales relacionados con todos los aspectos de su vida. Por lo tanto, la mayor parte de los estímulos externos afectan el comportamiento no directamente sino a través de procesos cognitivos, es decir, el procesamiento cognitivo de la información va a determinar a qué eventos se presta atención, qué significado se le da a los estímulos externos, su impacto emocional y su influencia motivadora. Es así que la relevancia de la simbolización subyace en que

utilizando los símbolos las personas convierten sus experiencias en modelos cognitivos que guían sus acciones y juicios, dando así significado y continuidad a sus vivencias (Bandura, 2001b).

Otra característica primordial de la teoría social cognitiva es la capacidad vicaria del ser humano, la que implica la posibilidad de aprender observando a otros. El individuo observa el éxito o fracaso del comportamiento de un modelo y determina si la acción es deseable y posible o no de imitar. De esta manera el ser humano no se ve limitado al aprendizaje por la experiencia directa, sino que puede aprender habilidades y conocimientos de diferentes modelos. Es importante mencionar que, si bien mucho del aprendizaje vicario ocurre en el medio ambiente inmediato, este es también producto de la influencia de modelos planteados por los medios de comunicación (Burney, 2008). Es así que el consumo frecuente y la incorporación de los medios al quehacer diario genera un impacto indirecto en nuestra concepción de la realidad, a través de lo que vemos, oímos y leemos.

Particularidades relevantes de la teoría social cognitiva relacionadas a la capacidad de simbolización y al aprendizaje vicario son: la intencionalidad, la planificación (forethought), la auto reacción (self – reactivity) y la auto reflexión (self - reflectiveness). Respecto a la intencionalidad, se entiende por intención a la representación de una acción futura a realizarse. La intencionalidad supone que los individuos son capaces de influirse a ellos mismos para comprometerse activamente a hacer que sus intenciones se vuelvan realidad. Respecto a la planificación (forethought) las personas se motivan a sí mismas y guían sus comportamientos anticipando eventos futuros. Al ser representados cognitivamente en el presente, los eventos futuros funcionan como reguladores y

motivadores de la conducta. En relación a la auto reacción (self - reactiveness), esta implica la capacidad de motivar y regular los propios comportamientos. La auto regulación y motivación de la acción están normadas por sub funciones como el auto monitoreo, el desempeño, la auto guía conectada a estándares personales y las acciones auto correctivas. El monitoreo de la conducta personal y de las condiciones cognitivas y ambientales en la que el comportamiento ocurre es vital para influir sobre la conducta. El monitoreo permite la comparación de la acción con metas y estándares personales. La motivación supone que las personas auto evalúan sus conductas de manera que sean coherentes con sus estándares personales y crean auto incentivos que sostienen los esfuerzos hacia la consecución de metas (Bandura, 2001a). En el caso de la auto reflexión (self - reflectiveness), esta comprende la capacidad metacognitiva de los individuos de examinar su propio comportamiento. Es decir, las personas reflexionan sobre la adecuación de sus acciones y pensamientos. A través de una conciencia que permite la reflexión, la gente evalúa su motivación, valores y el significado de su vida. Entre los mecanismos conectados a la auto - reflexión (self reflectiveness), tenemos a la autoeficacia definida anteriormente como la creencia de las personas en su capacidad para ejercer control sobre su medio ambiente y su propio funcionamiento (Bandura, 2001b).

El mecanismo central de la agencia humana viene a ser la creencia en la propia eficacia o autoeficacia. Tanto la motivación de un individuo como sus acciones están basadas en la creencia de que se tiene el poder de generar lo que se desea mediante el comportamiento. La autoeficacia determina: el grado de motivación y perseverancia ante las dificultades, si las personas piensan sobre

ellas mismas de manera que las fortalece o debilita, la calidad de la vida emocional y la toma de decisiones que delinea la dirección que sigue la vida de una persona. En general, la autoeficacia afecta el funcionamiento humano a través de la regulación de los procesos cognitivos, afectivos, motivacionales y decisionales (Bandura, 2002).

Hay diversas maneras de desarrollar la autoeficacia. La más importante es el tener experiencias exitosas. La obtención de éxitos implica la superación de obstáculos mediante la perseverancia y el esfuerzo, y, también, la adquisición de herramientas cognitivas, conductuales y de auto control. La segunda forma de generar autoeficacia es mediante el aprendizaje vicario. Si los individuos observan que personas similares a ellos perseveran y tienen éxito, entonces van a creer que poseen la habilidad para realizar adecuadamente actividades similares. La tercera fuente de eficacia es la persuasión social. Las personas que han sido persuadidas verbalmente de que poseen las características y habilidades necesarias para tener éxito en ciertas tareas, son más perseverantes y mantienen un nivel de esfuerzo mayor en comparación a las que se cuestionan sus competencias. Finalmente, se puede mencionar que la interpretación de los estados emocionales y psicológicos también se relaciona con la autoeficacia. Los individuos pueden interpretar su estrés y tensión como signos de debilidad, lo cual podría disminuir su autoeficacia. Por otro lado, el buen humor aumenta la percepción de eficacia, mientras que un humor negativo la reduce. Asimismo, la mejora del estado físico, la disminución del estrés y las correctas interpretaciones de los estados corporales pueden afectar la autoeficacia (Bandura, 1995).

1.2 Teoría social cognitiva y causación recíproca triádica

La teoría social cognitiva plantea el sistema de causación recíproca triádica. Este sistema pone énfasis en el proceso de interacción entre el medio ambiente, el comportamiento y los factores personales para explicar el funcionamiento del individuo (Burney, 2008). Este determinismo recíproco sostiene que los factores personales, por ejemplo, lo que pensamos sobre nosotros mismos, operan sobre los comportamientos y la forma en que interpretamos las señales del ambiente. Una manera en que se expresa esta influencia son las respuestas mediadas, que suponen la interpretación cognitiva de un evento antes de emitir una respuesta. Es decir, una persona puede pensar que el resultado en un examen se debió a la falta de esfuerzo y otro a su poca habilidad en la materia. El mismo evento podría producir diferentes respuestas: en el primer caso un aumento de las horas de estudio y, en el segundo, un incremento de la ansiedad (Bruning, Schraw y Norby, 2012).

Una de las formas de entender el intercambio entre medio ambiente e individuo es mediante los diferentes tipos de agencia humana y en cómo estos nos permiten influir sobre nuestro ambiente. La teoría social cognitiva señala la existencia de tres modos de agencia: la agencia personal, la agencia delegada (proxy agency) y la agencia colectiva. En la primera los individuos controlan sus vidas ejerciendo influencia sobre ellos mismos y su ambiente. En el caso de la agencia delegada, las personas, frecuentemente, no tienen control sobre condiciones sociales que los afectan diariamente; por lo que buscan que individuos con influencia, poder o recursos actúen en representación de ellos para lograr los resultados que desean. Respecto a la agencia colectiva, implica la unión

de conocimientos, recursos, habilidades, etc. para conseguir objetivos que no se podrían lograr individualmente (Bandura, 2002)

1.3 Activismo en línea

El Internet permite a los individuos estar informados acerca de diversas causas sociales y de la forma de participar en ellas; es así que ahora existe un usuario activo que puede promocionar las iniciativas que le parecen adecuadas, crear contenido relacionado y animar a otros a participar en estas iniciativas (García-Galera et al., 2014). Las plataformas tipo Facebook dan a las personas la oportunidad de llevar a cabo un activismo en línea o ciberactivismo. Este tipo de activismo supone unirse a causas y buscar información en medios virtuales que movilice a las personas (Valenzuela, 2013). El activismo en línea aprovecha medios como las redes sociales virtuales para posibilitar la comunicación entre usuarios, fomentando la transmisión de imágenes e ideas a un numeroso grupo de personas (Khamis y Vaughn, 2011). Entre las formas de activismo tenemos la movilización de personas respecto a una causa (Cmeci, 2016), el dar a conocer información sobre actividades de determinados movimientos y la reinterpretación de la información brindada por los medios de comunicación en función a metas políticas (Cabalin, 2014)

Es importante mencionar que la relación entre el activismo en línea y el impacto que este pueda tener en la sociedad, ha sido disminuida y conceptualizada como poco relevante. El término “slacktivism” se utiliza para describir actividades cívicas o políticas que se realizan en línea como: la firma de una petición, la

donación para una causa, el compartir contenido en la red, el apoyar una propuesta con el botón de “me gusta”, etc. Se plantea que estas actividades están haciendo que las personas se alejen de formas convencionales de participación política y se concentren en actividades en línea que les demandan menos esfuerzo, pero que tienen poca influencia en la sociedad (Breuer y Farooq, 2013). Por su parte, Morozov (2011) sostiene que el involucramiento en actividades en línea rara vez se traslada fuera del mundo virtual; el autor defiende que los medios sociales virtuales hacen factibles acciones como darle “me gusta” a una declaración política o el cambio de foto en el perfil para apoyar una causa, actos que van dirigidos a que los usuarios se sientan bien más que a la consecución de metas con fines políticos.

No obstante, se ha demostrado que el activismo en línea produce efectos que van más allá del expresar simpatía por una causa con un “me gusta”. Las personas que utilizan medios sociales virtuales se exponen a información política, lo que facilita su posterior involucramiento en otras acciones más intensas como la asistencia a eventos y la participación en campañas (Vaccari et al, 2016). Además, la expresión de las ideas políticas puede actuar como mediador de la relación entre el uso de medios sociales virtuales y la participación política en línea y fuera de línea (Gil de Zuñiga, Molyneux y Zheng, 2014).

1.4 Acción colectiva y acciones colectivas presenciales

La acción colectiva se describe como acciones que llevan a cabo individuos o grupos en busca de un objetivo colectivo, como por ejemplo, la lucha

contra otro grupo o el progreso de una idea política (Brunsting y Postmes, 2002). Asimismo, Benford y Snow (2000) plantean que la acción colectiva implica un conjunto de significados y creencias que hacen legítimas y promueven las actividades de organizaciones de movimientos sociales. La acción colectiva se produce cuando se percibe que una meta deseable se alcanza a través de una participación masiva coordinada, y cuando la participación en solitario es prohibitiva por los altos costos que genera (Olson, 1971).

Las acciones colectivas varían en relación a su naturaleza e intensidad y pueden ser definidas como “suaves” y “duras”. Ejemplos de las primeras son el envío de cartas y las peticiones, estas buscan persuadir a las persona de ciertos puntos de vista. En contraste, se conocen como acciones “duras” a las que buscan la confrontación directa con otro grupo; algunos ejemplos de este tipo son las protestas, los bloqueos y el sabotaje (Brunsting y Postmes, 2002).

Asimismo, la acción colectiva se relaciona a tres estados psicológicos que la motivan, estos son: la percepción de injusticia, la percepción de eficacia y una sensación de identidad social compartida. La percepción de injusticia se relaciona a la teoría de la deprivación relativa (Walker y Smith, 2002, citado por Postmes, 2007, p. 169). Esta teoría implica que las personas experimentan frustración cuando se comparan con otro grupo y descubren que no reciben las recompensas y reconocimientos que merecen, de esta manera es posible detectar desigualdades entre los grupos (Klandermans & Van Stekelenburg, 2007). La percepción de desigualdad debe surgir de la comparación entre grupos, no entre individuos, esto es se debe llegar a una comparación de inequidad compartida. Es importante mencionar que la deprivación relativa posee dos componentes: el afectivo y el

cognitivo (Postmes, 2007). Otro componente que fomenta la acción colectiva es la eficacia. En el modelo de Klandermans (1984, como se citó en Postmes, 2007, p. 169) se plantea que la realización de una acción colectiva depende de la expectativa de si esta acción será posible de ser realizada y de si será efectiva. Es así que la eficacia grupal fomenta la acción colectiva. De manera más detallada, la eficacia grupal se define como la creencia que mediante el esfuerzo compartido, el grupo es capaz de responder efectivamente ante situaciones importantes, superar obstáculos, enfrentar a grupos externos adversarios y conseguir metas colectivas. Por consiguiente, el involucramiento en una acción colectiva depende de la creencia de que el grupo al que se pertenece va a lograr sus objetivos (Van Zomeren et al., 2004). Un tercer elemento necesario para la actuación grupal es la identidad social. La base de la acción colectiva es la identidad colectiva, puesto que este tipo de identidad es necesaria para que los miembros de un colectivo se comprometan a realizar acciones cuya meta sea la mejora de la situación de su grupo. La identidad que mejor predice la participación en una acción colectiva es la identificación con determinado grupo político, llamada también identidad política (Simon y Klandermans, 2001). El hecho de desarrollar una identidad política supone que las personas han internalizado las normas de grupo y se sienten impelidas a involucrarse, más allá de una reflexión detenida de si van a tener éxito o no (Alberici y Milezi, 2013). La Teoría de la Identidad Colectiva explica que una acción colectiva se hace probable cuando los individuos no pueden cortar lazos con su grupo, el estatus diferencial del grupo es percibido como injusto y cuando las relaciones de estatus son inestables (Postmes, 2007).

Las redes sociales están dando a los individuos la posibilidad de unirse y coordinar acciones gracias a las herramientas de las que disponen. Además, las redes posibilitan la formación de una identidad social, definida como la parte de nuestra identidad que deriva de la pertenencia a un grupo. Se ha demostrado que a pesar del aislamiento y el anonimato de los ambientes de las redes sociales estos pueden ejercer bastante influencia en los individuos cuando las personas se sienten próximas e identificadas con el grupo. El efecto de las redes sociales es importante ya que los individuos pueden sentirse próximos a sus grupos virtuales, sin importar la distancia geográfica. Por otro lado, el anonimato que permiten las redes sociales puede promover la conciencia de grupo disminuyendo la atención hacia las diferencias individuales dentro del grupo, lo cual refuerza la unidad grupal y por ende, la identidad y metas grupales. Por lo tanto, se puede inferir que dado que las redes sociales refuerzan la prominencia de una identidad social y dan las condiciones para la expresión de esa identidad, estas fomentarán la movilización social y estimularán la acción colectiva (Brunsting y Postmes, 2002).

Las redes sociales y su efecto sobre las acciones colectivas, han llevado a diferenciar entre acciones colectivas en línea y fuera de línea o presenciales. Las acciones colectivas en línea se refieren a comportamientos dentro de la red que fomentan la discusión de temas políticos, el intercambio de información (Alberici y Milesi, 2013; Vaccari et al, 2015) y la organización de acciones de protesta (García-Galera et al., 2014). Mientras que las acciones colectivas presenciales hacen alusión a conductas que trascienden el Internet y toman lugar en el mundo real, como por ejemplo: la participación en grupos fuera de la Internet (Zhang y

Gearhart, 2015), la asistencia a eventos y la realización de protestas fuera de la red (Cmeciu 2016).

1.5 Autoeficacia del uso de redes sociales virtuales

El concepto de la autoeficacia en las redes sociales como Facebook se refiere a la percepción individual de la habilidad personal para realizar tareas particulares, conectadas a la red social (Lampe , Wohn, Vitak, Ellison y Wash, 2011). Es importante resaltar que, las personas con altos niveles de autoeficacia demuestran un mejor desempeño en las redes sociales, en tanto, desarrollan tareas más complicadas y utilizan redes sociales virtuales más complejas (Mew y Money, 2010). Por otro lado, la autoeficacia en el uso de Facebook, junto con la autoeficacia en el uso de computadoras, las actitudes hacia el uso de Facebook y la utilidad percibida han permitido predecir el uso de la redes sociales virtuales (Wang, Xu y Chan, 2015). En relación a algunas tareas específicas, se ha probado que la creencia en la capacidad para controlar la configuración de privacidad de Facebook se ha relacionado con el uso de Facebook para la colaboración (Lampe et al). Asimismo, se ha demostrado que la autoeficacia del uso de Internet es un buen predictor de la habilidad percibida para transformar la presentación que la persona hace de sí misma en Facebook (Sun y Wu, 2011)

La autoeficacia también puede ser un producto del uso de redes sociales. El uso de estas tecnologías para la expresión política, puede conectarse a formas de participación política más activa (Vaccari et al, 2015). Finalmente, se ha hallado que la autoeficacia individual general para el uso de internet, con especial

énfasis en la conexión con grupos de intereses similares y la organización de actividades sociales, se relaciona con la participación cívica en línea y fuera de la red (Zhang y Gearhart, 2015).

1.6 Redes sociales virtuales y estudiantes universitarios

Las llamadas redes sociales son un producto de la Web 2.0 que implica la interrelación de diferentes aplicaciones del internet con el objetivo de intercambiar información y promover la colaboración e interactividad en tiempo real (García – Galera et al., 2014).

La población de estudiantes universitarios es uno de los grupos que utiliza las redes sociales con más frecuencia (Salas y Escurra, 2014). La conexión con los universitarios puede rastrearse al inicio de Facebook. En el 2004 un grupo de estudiantes de Harvard dirigidos por Mark Zuckerberg crea Facebook como un servicio para fomentar citas dentro de la universidad (Shier, 2005). Los usos que los estudiantes dan a esta red social son múltiples: intercambio de información para fines educativos, conocimiento de nuevos amigos (Zaremohzzabieh, Abu Samah, Zobidah Omar, Bolong, & Akhtar Kamarudin, 2014), mantenimiento de contacto con el círculo social anterior a la universidad, reforzamiento de relaciones iniciadas presencialmente (Ellison, Steinfield y Cliff, 2007) y expresión de sentimientos y nuevas experiencias relacionadas a la universidad en general (Eberhardt, 2007). Además, la utilización de redes sociales virtuales está asociada a la participación en actividades sociales en la universidad y puede actuar como mediador entre el deseo de pertenecer a un grupo y la interacción con

una comunidad (Kim, Wang y Oh, 2016). Respecto a temas sociales, los jóvenes han encontrado en las plataformas virtuales un medio para expresar su opinión, compartir información política y organizar manifestaciones que trascienden el mundo virtual (Cabalin, 2014; García-Galera et al., 2014; Vaccari et al., 2015, Alberici y Milesi, 2013).

Se debe mencionar que las redes sociales virtuales pueden presentar implicancias negativas para los estudiantes. Puesto que el uso de estas plataformas está tan difundido entre los universitarios, este grupo es vulnerable a desarrollar adicción a Facebook, la cual tiene características similares a adicciones como el uso compulsivo de Internet, el apostar y el comprar en exceso (Zaremohzzabieh et al, 2014). Existe evidencia que demuestra que el uso excesivo de las redes sociales y su consumo sin un control personal se han visto asociados de manera inversa a las habilidades sociales en estudiantes universitarios de pre grado (Delgado et al, 2016).

1.7 Acciones colectivas en Perú y redes sociales virtuales

En los últimos años, se han podido apreciar una cantidad considerable de movimientos sociales en el Perú, los cuales organizan múltiples acciones colectivas tipo marchas de protesta. Algunos ejemplos de movilizaciones que se han producido son: la marcha contra la llamada “ley Pulpín”, el movimiento “Ni una menos”, la iniciativa “Con mis hijos no te metas”, las marchas contra el indulto al ex presidente Alberto Fujimori y la “Marcha por la vida”. Una de las características en común de estos movimientos ha sido el uso de redes sociales

virtuales para la organización, convocatoria de participantes e información acerca del movimiento.

Respecto a la llamada “ley Pulpín”: el gobierno del ex presidente Ollanta Humalala buscó la aprobación en el congreso de un nuevo régimen laboral con el objetivo de fomentar la entrada al mercado de trabajo formal de los jóvenes entre 18 y 24 años. No obstante, esta oportunidad suponía el recorte de derechos laborales como la recepción de gratificaciones, un mes de vacaciones y la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS). El nuevo régimen laboral fue aprobado en el congreso peruano el 11 de diciembre del 2014, posteriormente a su aprobación, la sociedad denominó a la norma “ley Pulpín”. Las protestas multitudinarias que ocurrieron obligaron al congreso a derogar la ley el 27 de enero del 2015. Específicamente, se realizaron múltiples marchas durante los meses de diciembre del 2014 y enero del 2015, cada una de las movilizaciones congregó entre 2000 y 10 000 jóvenes en Lima y provincias (La República, 2015). Los colectivos “18D” y los grupos denominados “Zonas” que buscaban congregarse a simpatizantes de distintos lugares de Lima fueron los articuladores de diversos grupos como: federaciones de estudiantes, gremios estatales, sindicales y privados, y organizaciones culturales y juveniles (Díaz, 2015). Se pudo observar que los días de las marchas usuarios individuales y colectivos ciudadanos utilizaron Facebook para: invitar a sumarse a la marcha, criticar a los congresistas que aprobaron la ley y compartir fotos acerca de las movilizaciones en Lima y al interior del país (El Comercio, 2014).

En relación al movimiento “Ni una menos”: este colectivo civil surge a raíz de casos de violencia contra la mujer en los que el poder judicial no había

castigado a los agresores (La República, 2016a). Es importante resaltar que este movimiento se justificó en base al elevado número de feminicidios en el país, siendo que, según datos del INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017) entre enero del 2015 y setiembre del 2016, hubo 611 mujeres víctimas de feminicidio en el Perú. En este reporte, también se observa que el 67.3% de las víctimas del 2016 y 59% de las del 2015 pertenecían al rango de edad entre 18 y 34 años. Por otro lado, en el año 2016 de acuerdo al INEI (2016) el 68.2% de las mujeres experimentaron algún tipo de violencia familiar proveniente del compañero o esposo. Las formas que de violencia que más destacan son psicológica y/o verbal (64.2%), la violencia física (31.7%) y la violencia sexual (6.6%).

La primera movilización del 13 de agosto del 2016, tuvo gran convocatoria, la que se puede apreciar en la ocupación de más 30 cuadras por los manifestantes. A esta marcha se sumaron colectivos civiles, grupos universitarios y políticos de distintas bancadas (La República, 2016a). Las marchas posteriores del movimiento se realizaron el 12 de agosto y 25 de noviembre del 2017 (RPP, 2017a). Respecto a la protesta de noviembre, según una encuesta de IPSOS para el Comercio, el 93% de los limeños apoyaba la marcha (Lara, 2017).

En las movilizaciones de “Ni una menos” las redes sociales como Facebook y Twitter fueron usadas para convocar a los interesados a la marcha (RPP, 2016). Respecto a la marcha del 25 del 2017 de noviembre, se fomentó la participación en la red planteando que la situación de la mujer no había cambiado (La República, 2017b). Estas plataformas virtuales también se usaron para

describir los eventos de las marchas mediante fotos y descripciones (La República, 2017c).

Respecto a la marcha organizada por el movimiento “Con mis hijos no te metas”: este colectivo convocó a una movilización el 4 de marzo del 2017 para protestar contra la denominada “ideología de género”, que, de acuerdo a los manifestantes, se había introducido en el currículum escolar nacional. Los participantes sostenían que el nuevo currículum promovía el libertinaje sexual y la homosexualidad en los estudiantes escolares (La República, 2017a). La marcha movilizó a 25 mil personas en Lima y también se produjo en departamentos como Huánuco, La Libertad, Ica, Ucayali, Cuzco y Piura, movilizando en cada departamento de provincias entre 800 y 5000 personas (RPP, 2017b). El colectivo, “Con mis hijos no te metas” utilizó la red social Facebook para colgar información sobre el desarrollo de la marcha y un video en donde se apreciaba a algunos personajes de la televisión apoyando la movilización y fomentando la participación en esta. En el video se hacía un llamado a reemplazar ciertos términos del currículum como “igualdad de género” por “igualdad de oportunidades” e “identidad de género” por “identidad biológica” (Publimetro, 2017).

En lo referente a las marchas contra el indulto al ex presidente Alberto Fujimori: la protestas se organizaron porque el ex presidente Pedro Pablo Kuczynski decidió otorgarle en indulto humanitario a Alberto Fujimori, sentenciado por violaciones de derechos humanos en los casos de “La Cantuta” y “Barrios Altos” (RPP, 2017c), despertando las protestas de gran parte de la población, que derivaron en la realización de cinco marchas en los meses de

diciembre y enero del 2018 en Lima y provincias (El Comercio, 2018b; La República, 2018). Colectivos como “Dignidad” y “No a Keiko” (hija del ex presidente Fujimori) utilizaron las redes sociales virtuales para convocar la asistencia a las marchas (El Comercio, 2017a) y describir los sucesos que acontecían en estas (El Comercio, 2018a).

En relación a la “Marcha por la vida”: es una iniciativa creada por el Arzobispado de Lima, que se viene realizando en Lima y provincias desde el 2002 (La República, 2016c), con una interrupción el 2017 dado que tuvo que ser suspendida por las inundaciones producidas por el fenómeno del Niño. El objetivo de la marcha es protestar contra la legalización del aborto (RPP, 2018). Este colectivo promueve la marcha a través de la red social Facebook, en donde se pueden apreciar indicaciones sobre el recorrido de la marcha y testimonios contra el aborto (Marcha por la Vida, 2018). La última edición de “La Marcha por la Vida” se realizó el cinco de mayo en la zona del circuito de playas del distrito de Magdalena y fue apoyada por la conferencia Episcopal peruana (RPP, 2018), algunos congresistas y personalidades públicas (Perú 21, 2018). Debido a la cantidad de participantes, la municipalidad de Lima cerró la avenida Brasil al tránsito Vehicular (El Comercio, 2018d).

1.8 El modelo mediacional de uso de redes sociales para acciones colectivas

El modelo mediacional de uso de redes sociales para acciones colectivas (MMURSAC), se basa en el concepto de mediación. Es importante mencionar que las relaciones que el modelo describe implican relaciones funcionales y no

relaciones causales. La mediación plantea que la relación de una variable X sobre una variable Y, se explica porque X tiene un efecto en Y a través de una variable M (Hayes, 2013). El modelo MMURSAC sostiene que el efecto del activismo en línea sobre la intención de participar en acciones colectivas de manera presencial, ocurre a través la autoeficacia para usar redes sociales con el objetivo de producir acciones colectivas. Respecto a la evidencia en la que descansa el modelo, en primer lugar se debe mencionar que la relación entre el ciberactivismo y la realización de actividades presenciales se encuentra bien documentada (Brunsting y Postmes, 2002; Tufekci y Wilson, 2012; Alberici, 2013, García-Galera et al., 2014; Gil de Zuñiga, Molyneux y Zheng, 2014). Por otro lado, existe evidencia que describe que la autoeficacia en el uso de redes sociales se encuentra conectada al uso de estas redes (Wang et al., 2015), y que las personas con alta autoeficacia desarrollan tareas con alto grado de complejidad en este entorno virtual (Mew y Money, 2010). Asimismo, se debe agregar que autores como Zhang y Gearhart (2015) sostienen que la eficacia individual del uso de internet está asociada a una participación fuera de línea con objetivos cívicos. Siendo la autoeficacia un predictor importante de la conducta, el que hace alusión a la creencia en la capacidad para desempeñar exitosamente tareas específicas (Bandura, 1995); se ha considerado la creación del modelo MMURSAC incluyendo a la variable mediadora autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas, para indagar sobre la relación entre el activismo en línea y la intención de participar en acciones colectivas presenciales.

2. Investigaciones relacionadas

2.1 Investigaciones nacionales

Ruiz y Escurra (2013) realizaron un estudio con 463 estudiantes de cuatro universidades situadas en la ciudad de Lima. El propósito de la investigación fue analizar los hábitos de consumo de las plataformas en línea Facebook y Youtube, y establecer relaciones entre el uso de estas plataformas y las variables conciencia metacognitiva, estrategias metacognitivas en la lectura y aplicación de estrategias de aprendizaje y estudio. Los resultados mostraron que el 76% de los participantes utilizaba solo Facebook, 12.5% ambas plataformas y solo un 11.5% declaró un uso exclusivo de Youtube. Respecto al uso diario de Facebook se encontró que un 26.4% de los participantes utilizaba la plataforma tres horas o más al día, 20.5% de dos a tres horas, 32.4% de una a dos horas y 20.7% menos de una hora. Por otro lado, se halló que la mayor parte de la muestra utilizaba Facebook para mantener contacto con su red social (familiares y amigos), 71.1% para intercambiar información, 65.9% para establecer comunicación con el círculo de amigos y familiares, 22.7% para proporcionar y recibir apoyo social y 26.6% para estar pendiente de lo que acontecía en su círculo social. Por otro lado, se encontró que el uso de las plataformas en línea estaba asociado de manera negativa con la conciencia metacognitiva y las estrategias metacognitivas de la lectura.

Salas y Escurra (2014) llevaron a cabo un estudio con 380 estudiantes usuarios de redes sociales de cuatro universidades de Lima – Perú; el objetivo de la investigación fue describir el uso que los jóvenes daban las redes sociales. Los resultados mostraron que 31.1% utilizaban las redes sociales entre una o dos veces

al día y 25.8% todo el tiempo que se encontraban conectados. Por otro lado, se encontró que el 44.6% de los participantes utilizaban solo una red social y 36.7% dos redes sociales. Además, se identificó que la red de mayor uso era Facebook (98%), seguida de Twitter (35%). Los participantes declararon que lo más les gustaba de las redes sociales era: la comunicación con amigos y familiares (39.42%), el hecho de tener una comunicación fácil, rápida y gratis de manera simultánea con varias personas (17.15%) y la oportunidad que les brindaban las redes de dar su opinión, recibir información y discutir (18.26%). Los autores también hallaron que el 83.9% establecía más del 50% de sus comunicaciones con gente que ya conocía.

Delgado et al. (2016) realizaron un estudio con 1405 universitarios de dos instituciones educativas de Lima – Perú, para analizar la relación entre habilidades sociales y el uso de redes sociales virtuales. Los autores hallaron una asociación negativa entre las dos variables principales. Algunos otros resultados específicos y significativos que se encontraron fueron: relaciones inversas entre el factor autoexpresión en situaciones sociales, y los factores falta de control personal en el uso de las redes sociales y uso excesivo de las redes sociales. Por otro lado, se observaron correlaciones negativas entre el factor defensa de los propios derechos como consumidor, y los factores falta de control personal en el uso de las redes sociales y uso excesivo de las redes sociales. También se descubrieron asociaciones negativas entre el factor expresión de enfado o disconformidad, y los factores falta de control personal en el uso de las redes sociales y uso excesivo de las redes sociales.

2.1 Investigaciones Internacionales

Brunsting y Postmes (2002) realizaron un estudio con activistas suscritos al “Mileudefensive” (la división Holandesa de “Friends of the Earth International”) para analizar hasta qué punto estos trataban de participar en acciones colectivas en línea y fuera de línea y qué los motivaba para llevar a cabo futuras acciones. Respecto a las acciones, estas se diferenciaron en duras (demostraciones y sabotajes) y suaves (firma de peticiones y envío de cartas). Se tomó una encuesta virtual centrada acciones activistas desarrolladas por el movimiento medio ambiental de Holanda. Los contactos electrónicos de esta organización fueron la población que se usó en este estudio. La muestra estuvo constituida por 554 sujetos y se dividió en cuatro grupos: un grupo activista radical (61), un grupo de presión (95), un grupo de simpatizantes (295) y un grupo de control (103). El instrumento de investigación fue un cuestionario de siete partes. Se pidió contestar a los participantes con cuánta frecuencia habían participado en acciones débiles (firma de peticiones, cartas) y acciones fuertes (sabotaje y demostraciones) desde el 2000.

Algunos resultados del estudio mostraron que los activistas radicales y los grupos de presión tuvieron más identificación con el movimiento ambiental que los simpatizantes y el grupo de control. El grupo de control tuvo puntajes significativamente menores en deprivación relativa, autoestima colectiva, eficacia política y actitud hacia el medio ambiente.

En base a la efectividad de la acción, se mostró que el grupo de presión presentó una estimación de efectividad alta de las acciones en línea (duras y

suaves). Asimismo, la estimación de la efectividad de las acciones duras en línea y fuera de línea fue más alta en el grupo de activistas radicales. Cabe resaltar que, se encontraron diferencias generales entre grupos relacionadas a la efectividad de la acción en línea y fuera de línea: todos los grupos menos el de control pensaron que las acciones duras en línea eran menos efectivas. No se encontraron diferencias significativas en las estimaciones de acciones suaves en línea y fuera de línea.

Respecto a la autoeficacia, se mostró que el grupo de presión tuvo la estimación más alta para acciones en línea y fuera de línea. En contraste, el grupo de control presentó los niveles de autoeficacia más baja para las acciones en línea y fuera de línea. También, se apreció que todos los grupos consideraban que su autoeficacia era más alta para las acciones fuera de línea que para las acciones en línea, pero la diferencia fue solo significativa para las acciones débiles en el grupo de presión y en los simpatizantes.

En relación a la participación de otros, no se apreciaron diferencias significativas en la estimación de la participación de otros en acciones suaves. Tampoco se vio diferencias respecto a la estimación de la participación de otros en acciones duras fuera de línea. No obstante, el grupo activista radical mostró una estimación más positiva respecto a la participación de otros respecto a las acciones duras en línea que el grupo de presión, pero no se diferenció de los otros grupos.

Los resultados de comparar la participación de otros en acciones duras y débiles fueron las siguientes: en general, los grupos tendían a estimar la

participación de otros en línea mayor que la participación fuera de línea (acciones duras y suaves). Se encontraron diferencias relacionadas a las acciones duras (favoreciendo a las acciones en línea) en todos los grupos.

En lo concerniente a acciones pasadas, se halló que el grupo de presión se involucraba más en acciones suaves en línea que los otros. Por otro lado, los grupos se involucraron más en acciones suaves fuera de línea que en línea. También se observó que los grupos se involucraron más en acciones duras fuera de línea que en línea, apreciándose una diferencia significativa en los activistas radicales.

Respecto a la intención de participar en una acción relacionada al activismo, el grupo de presión era el que tenía una mayor intención de involucrarse en acciones en línea y fuera de línea débiles. Por su parte, el grupo de activistas radicales fue el que más intención tenía en realizar acciones duras fuera de línea y en línea. Además, el grupo de activistas radicales tuvo una intención mayor de participar en acciones duras fuera de línea que en acciones suaves.

Los autores crearon modelos para predecir la intención de participar en acciones activistas débiles y fuertes. El modelo de acciones débiles explicó el 35% de la varianza de la intención de participar en acciones débiles fuera de línea y, asimismo, explicó 35% de la varianza en la intención de participar en acciones débiles en línea. Tanto para las acciones en línea como para las acciones fuera de línea, la eficacia de la acción es el predictor más importante, en contraste la participación de otros no fue una variable relevante. El modelo constó de las siguientes variables: efecto de la acción fuera de línea, autoeficacia fuera de línea,

participación de otros fuera de línea, acciones pasadas fuera de línea, acciones pasadas en línea, identificación, actitud, normas subjetivas, deprivación relativa, efecto de la acción en línea, autoeficacia en línea y participación de otros en línea.

Respecto al modelo relacionado a las acciones duras. El modelo explicó el 28% de la varianza de la intención de participar en acciones colectivas fuera de línea y el 29% de la intención de participar en acciones colectivas en línea. El modelo mostró que la actitud y las normas subjetivas no tenían relevancia para la intención de participar en acciones duras en línea y fuera de línea. La eficacia de la acción resultó ser el predictor más importante tanto para acciones duras en línea y fuera de línea, seguido de acciones pasadas en línea y fuera de línea. El modelo estuvo compuesto por las mismas variables del modelo de acciones suaves.

Algunas de las conclusiones a las que llegaron los autores fueron que tanto los activistas como no activistas percibían al Internet como una plataforma viable para acciones colectivas. Por otro lado, las acciones débiles en línea y fuera de línea fueron vistas como igualmente efectivas. Esto último era más intenso para las llamadas acciones suaves (formas de acción de presión y persuasivas). En contraste, las acciones duras (más directas y confrontacionales) fueron vistas como menos efectivas, esto especialmente para las acciones fuertes en línea. Se concluyó que el Internet dirige a la gente más a acciones persuasivas no confrontacionales que a iniciativas de confrontación. Por otro lado, los autores reflexionan que la participación en acciones en línea puede ser motivada de manera diferente a la participación fuera de línea. Los autores hipotetizaron que los factores afectivos, principalmente la identificación, son más trascendentales para la acciones fuera de línea, mientras que los cálculos cognitivos,

especialmente la eficacia, sería más importantes para las acciones en línea. Específicamente, se aprecia el peso de variables relacionadas al cálculo cognitivo para predecir la intención de participar en acciones en línea: la efectividad de la acción esperada y la autoeficacia esperada. Además, una variable que tiene un peso importante en la predicción de la acción colectiva viene a ser la identidad social. Otra conclusión interesante fue que los miembros periféricos de los movimientos sociales (personas que normalmente no participan en estas acciones) son más fácilmente persuadidos de participar en acciones colectivas en línea. Se concluye finalmente, que el Internet es más útil para fomentar la acción colectiva persuasiva que para la acción colectiva confrontacional.

Lampe et al. (2011) llevaron a cabo una investigación con el objetivo de analizar cómo estudiantes universitarios usaban Facebook para involucrarse en actividades colaborativas de su salón de clase. Los autores realizaron dos estudios con alumnos de una universidad del centro oeste de los Estados Unidos, el primero con una muestra de 360 participantes y el segundo con una de 295. En el primer estudio se estructuró un modelo para predecir la inclinación de los estudiantes para usar el Facebook de manera colaborativa (por ejemplo, ayudar a otros con sus tareas, organizar un grupo de estudio, discutir sobre temas de clase, etc.). Las variables del modelo fueron: demográficas (género, edad, años como estudiante de pre grado), horas de uso de Internet, notas, intensidad del uso de Facebook, autoestima, satisfacción con la vida universitaria, uso inadecuado de Facebook (“usar el Facebook de manera en que un instructor no lo aprobaría”), comunicación con un instructor (profesor o asistente de profesor) a través de Facebook, ver el perfil de un instructor y el agregar a un instructor mediante

Facebook. El modelo uno predijo un 35% de la varianza de la variable dependiente; se encontró que la frecuencia del uso de Facebook, el uso inadecuado de Facebook, el ver el perfil de un instructor y el contactar a un instructor mediante la red social predecían positivamente la inclinación del uso de Facebook colaborativamente.

Respecto al segundo estudio se construyeron dos modelos incorporando algunas variables al primer modelo. En estos modelos se buscó predecir la inclinación del uso de Facebook para la colaboración positiva (por ejemplo, usar Facebook para organizar grupos que realicen un proyecto, pedir ayuda en clase y discutir sobre el trabajo del colegio) y la inclinación para la colaboración negativa (por ejemplo, utilizar Facebook para colaborar con un tarea de una manera no aprobada por un instructor). En estos modelos se agregaron tres tipos de autoeficacia: autoeficacia del uso de Facebook para la comunicación (confianza para publicar mensajes públicos y comentarios, confianza para enviar mensajes privados y usar chat), autoeficacia del uso de Facebook para obtener información de interés y la autoeficacia para manejar la configuración de la privacidad en la Facebook. También se incluyeron estrategias de conexión: uso de Facebook para buscar información sobre otras personas y el uso de Facebook para conocer nuevas personas. Por último se agregaron variables de pedido de ayuda a profesores y asistentes.

En el modelo para predecir colaboración positiva, se halló que las siguientes variables se relacionaban de manera positiva a la inclinación para utilizar Facebook de manera colaborativa: autoeficacia de los estudiantes para manejar su configuración de privacidad en Facebook, el uso de Facebook para

conocer nuevas personas y el pedir ayuda a un profesor asistente. No obstante, se observó que las personas que buscan información sobre otros tenían menos probabilidad de utilizar Facebook para organizarse positivamente. Asimismo, se halló que los hombres eran más propensos a colaborar a través de Facebook que las mujeres.

En contraste, en el modelo para predecir colaboración negativa, se encontró que las variables se relacionaban positivamente con la propensión para utilizar Facebook colaborativamente de manera negativa eran: el número de años como alumno de pregrado, la intensidad del uso de Facebook, la satisfacción con la vida universitaria, la autoeficacia del uso de Facebook para obtener información de interés, las dos estrategias de conexión (uso de Facebook para buscar información sobre otras personas y el uso de Facebook para conocer nuevas personas) y el pedir ayuda a un profesor asistente. También se halló que era menos probable que las personas con una mayor autoestima y un nivel mayor de autoeficacia del uso de Facebook para obtener información de interés, colaboraran negativamente usando Facebook.

Tufekci y Wilson (2012) realizaron un estudio tomando como base a los participantes en las protestas de la plaza Tahrir contra el régimen del presidente Mubarak en Egipto. El propósito del estudio era analizar si el uso de medios sociales (redes sociales, televisión, celulares) moldeaba la manera en cómo los participantes se enteraban sobre las protestas, planeaban acciones y registraban su involucramiento. Se encuestó presencialmente a 1050 protestantes egipcios a menos de dos semanas de la resignación del presidente Mubarak. Uno de los hallazgos de la investigación fue que las fuentes más comunes mediante las que se

informaron por primera vez de las protestas en la Plaza Tahrir fueron el cara a cara (48.4%) y las redes sociales tipo Facebook (28.3%); en contraste, solo un 13.1% reportó como su fuente de información el teléfono y solo un 4% la televisión satelital. Por otro lado, se observó que la participación del primer día en la Plaza Tahrir estaba asociada al uso de blogs, Twitter, celulares y Facebook para obtener información y para comunicar sobre las protestas.

También se halló que el uso de medios sociales (por ejemplo, Facebook), principalmente para fines políticos, estaba relacionado a una mayor probabilidad de participar en una protesta el primer día en la plaza Tahrir.

Por otra parte, se encontró que el 48.2% de los participantes del estudio produjeron y diseminaron fotos o videos de las protestas políticas en las calles. Los medios más usados para promocionar la información fueron Facebook (25%) y los celulares (15%); el 72% de los participantes usaron Facebook y también sus celulares. Los autores concluyeron que los nuevos medios de comunicación permiten la convergencia de aspectos como la información, apoyo social, cooperación y coordinación de acciones colectivas, los que fomentan la participación en una protesta política.

Alberici y Milesi (2013) realizaron un estudio en Italia donde el objetivo era determinar si la comunicación a través de las computadoras tenía un papel importante en el desarrollo de acciones colectivas. En primer lugar, el estudio se centró en el movimiento “Cinque Estrellas” (“Cinco Estrellas”) un movimiento creado por el comediante Beppe Grillo. El 2005 Grillo funda un blog con el que consigue organizar dos eventos masivos, en los que él y sus seguidores criticaban

la corrupción y los privilegios de la clase política italiana. Posteriormente, Grillo crea una lista electoral, “el movimiento Cinco Estrellas”. Desde el 2009, la lista ha obtenido bastante éxito político, por ejemplo, ganando la alcaldía de Parma en el 2012. Este estudio se realizó aplicando cuestionarios a 71 activistas del movimiento “Cinco Estrellas”. Los autores hallaron asociaciones positivas entre la intención de realizar una acción colectiva y todos sus predictores: identidad política, la eficacia colectiva y la cólera respecto a políticas que el movimiento criticaba (por ejemplo: “¿Qué tan molesto se siente, respecto a que ciudadanos que han sido condenados puedan ser elegidos en el parlamento?”). Específicamente, se encontró que la discusión política en línea era un buen predictor de la intención de realizar una acción colectiva. Otros hallazgos importantes en el estudio fueron que: la intención de realizar una acción colectiva fue significativamente predicha por la identidad política solo cuando los participantes declaraban una alta frecuencia de discusión política en línea, pero no cuando reportaban una baja discusión en línea. Asimismo, la eficacia colectiva predijo la intención de realizar una acción colectiva, solo cuando los participantes declaraban una alta frecuencia de discusión en línea, pero no cuando mostraban una baja frecuencia de discusión política. Los autores concluyeron que el efecto de la identidad política en la acción colectiva era aumentado entre la gente que discutía frecuentemente sobre política en Internet. Se infirió que las personas, mediante el involucramiento en discusiones política en línea, tienen ocasiones en las que pueden llegar a consensos respecto a normas de grupo, intereses y metas, lo que aumenta la probabilidad de la acción colectiva. También, se concluyó que a más participación en discusiones políticas, más fuerte era la relación entre la

percepción de eficacia colectiva y la intención de realizar acciones colectivas. Esta relación se explica, ya que las discusiones en línea puede aumentar la percepción que otros miembros del grupo comparten la intención de llevar a cabo una acción colectiva; asimismo, la participación frecuente en estas discusiones hace que los participantes perciban que pueden lograr sus metas a un costo razonable.

García-Galera et al. (2014) realizaron una investigación en España con una muestra de 1330 jóvenes hombres (59%) y mujeres (41%) entre las edades de 16 a 18 años. El objetivo de la investigación era determinar si la participación en redes sociales virtuales de los jóvenes españoles conducía a movilizaciones en línea y/o fuera de la red. El instrumento que se aplicó fue una encuesta en línea a través de la red social española Tuenti, la que promovió la respuesta a esta encuesta entre sus usuarios (la red posee en España 10 millones de usuarios, de los cuales el 80% tiene entre 14 y 25 años). El cuestionario planteaba diversas situaciones que demandaban una respuesta solidaria la cual podía expresarse mediante un “click”, una donación económica o participando en una movilización social. Los resultados mostraron que un 38% declaró que cuando participa en un evento en línea a su vez se suma a su versión offline, mientras que un 44% participa en eventos en línea pero no se suma a su versión en la vida real. El 24% de los encuestados sostiene que usa las redes sociales para animar a otros a participar en acciones colectivas (manifestaciones, convocatorias, etc.) y el 26% está de acuerdo en que las redes sociales los han dirigido a participar en alguna acción de protesta social. El estudio establece una correlación moderada entre las variables “uso las redes sociales para animar a otros a la movilización social” y “las redes

sociales me han llevado a participar en alguna acción de protesta social”. Otros hallazgos interesante son que el 34.3% declara usar las redes sociales para apoyar campañas de solidaridad y el 27.2% para denunciar situaciones injustas. Los autores señalan que la variable “proximidad social”, definida como la empatía del individuo con una situación, es la que fomenta de manera más intensa una participación activa fomentada desde las redes sociales. Es así que el porcentaje de individuos que acudiría a una movilización contra el acoso escolar alcance el 40% mientras que solo el 24.2% iría a una movilización a favor de la lucha contra el cáncer. Esto se explica porque la primera situación es más próxima a los encuestados, dada su edad y problemática. Otro dato importante es que los encuestados participarían más activamente en una iniciativa con la que se identifiquen emocionalmente (proximidad emocional). De esta manera un 40% llevaría su participación fuera de la red en una iniciativa contra el acoso escolar, en comparación a 24% que se movilizaría para apoyar la situación de un vecino enfermo.

Otro ejemplo del uso de redes sociales por los jóvenes para fomentar acciones colectivas es la investigación hecha por Cabalin (2014) sobre el movimiento de protesta estudiantil chileno.

Las protestas se produjeron en el año 2011 en respuesta a los problemas del modelo educativo chileno (desigualdad, baja calidad, endeudamiento y segregación). Este modelo fue impuesto en la década de los 80 durante el gobierno del dictador Augusto Pinochet, quien implementó la privatización del sistema educativo fomentando el empobrecimiento de los profesores y la

debilidad de la educación pública. El movimiento estudiantil duró siete meses y recibió el 80% de aprobación entre la población chilena.

El estudio se hizo en base al contenido del Facebook de un mes de la Federación de estudiantes de la Universidad de Chile (FECH) durante la movilización estudiantil de protesta en el año 2011. Se analizaron 552 post, 47 314 “me gusta” y 8 686 comentarios relacionados a las publicaciones. La mayor parte de las publicaciones realizadas eran acompañadas por comentarios realizados por la FECH explicando el contenido que se publicaba, es decir, dándole un marco de referencia. Es importante mencionar que solo el 22.6% del contenido publicado fue producido por la propia FECH, mientras que 40% del contenido fue generado por medios tradicionales como la prensa y la televisión.

Los principales usos que la FECH le dio a la plataforma Facebook fueron: movilización de simpatizantes a través de avisos para realizar protestas y anuncios sobre las actividades del movimiento (29.2%), dar a conocer los éxitos del movimiento, el apoyo a las demostraciones masivas del movimiento estudiantil (27.5%) y recordar a los lectores quiénes eran los opositores del movimiento (24.3%).

Se debe mencionar que un objetivo importante de la FECH era enmarcar la información de los medios para dar una interpretación que promoviera los objetivos del movimiento y para contrarrestar la información negativa al movimiento estudiantil difundida por los medios tradicionales. Las redes sociales también sirvieron para conocer cómo se estaban desarrollando las demostraciones

a lo largo del país y para interactuar con los “fans” de la página pidiéndoles retroalimentación y ayuda para denunciar actos injustos.

Gil de Zuñiga, Molyneux y Zheng (2014) realizaron una investigación para analizar el efecto de los medios sociales virtuales en la participación política, teniendo como variables mediadora la expresión política. La información se obtuvo mediante un estudio de panel nacional en los EE.UU. dirigido por la Unidad de Investigación Comunidad, Periodismo y Comunicación de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Texas – Austin. Los autores aplicaron dos encuestas en línea en diciembre de 2009 (1159 participantes mayores de 18 años) y en julio de 2010 (321 participantes de la encuesta tomada inicialmente completaron la segunda encuesta).

La primera hipótesis del estudio planteó la conexión entre el uso de medios sociales virtuales y la participación política en línea y fuera de línea. Los resultados mostraron que se halló una asociación positiva entre el uso informacional de los medios sociales virtuales y la participación tanto fuera de línea como en línea. Para este modelo se controlaron las variables de edad, tamaño de la red social personal para discutir sobre política, eficacia política (creencia en la capacidad para influir en el gobierno) y uso de medios. Todas las variables controladas fueron predictores de la participación política fuera de línea, mientras que la eficacia política y el uso de la red social para discutir sobre política explicaron la participación política en línea.

La segunda hipótesis del estudio sostuvo que el uso de medios sociales virtuales para informarse influía en la expresión política en línea. La evidencia

mostró que las personas que usan medios sociales virtuales, posteriormente, los usan para expresarse políticamente. Además se observó que las variables de control edad e ingreso presentaban una asociación negativa significativa con la expresión política a través de los medios sociales virtuales.

La tercera hipótesis postuló la relación entre la expresión política a través de los medios sociales virtuales y la participación política fuera de línea y en línea. Se pudo observar que la expresión política a través de medios sociales virtuales estaba era un buen predictor de la participación política en línea y fuera de línea. Por lo tanto, los participantes que se expresaban políticamente de manera frecuente en Internet, tenían más inclinación a mostrar niveles considerables de participación política en línea y fuera de línea. Asimismo, se evidenció que la expresión política a través de medios sociales virtuales mediaba la relación entre el uso de medios sociales virtuales (para información e interacción social) y la participación política en línea y fuera de línea.

Los autores resaltan la conexión entre el uso de los medios sociales virtuales para interactuar y la expresión política, concluyendo que incluso la utilización del Internet con fines sociales puede guiar a la expresión política lo que podría llevar a la participación política.

Seo, Houston, Knight, Kennedy e English (2014) llevaron a cabo un estudio en la ciudad de Kansas (EEUU.) para examinar cómo las variables psicológicas de autoeficacia social (creencia en la competencia para generar nuevas relaciones de amistad), autoestima colectiva (conocimiento de que se pertenece a un grupo y el valor emocional de esta pertenencia) y necesidad de

pertenencia (se preguntó a los participantes cuánto más se sentían mejor tratados en línea que fuera de línea y cuánto se consideraba que las interacciones en línea ayudaban a las personas a sentirse mejor cuando estaban deprimidas); unidas al uso de redes sociales influían en la varianza de la participación en una acción colectiva como el flash mob, definido como la reunión de un grupo de personas en un espacio público que llevan a cabo una presentación previamente coordinada y que, posteriormente, se dispersan. La muestra de la investigación estuvo compuesta por 280 individuos, siendo el 70% menores de 18 años.

Entre los hallazgos se encontró que Facebook era el medio más popular para informarse sobre flash mobs y que la necesidad de pertenencia, es decir la motivación por asociarse con los demás y ser aceptado por ellos, predecía la cantidad de tiempo que se pasaba en redes sociales. Por otro lado, incluso controlado las variables psicológicas (autoeficacia social, autoestima colectiva y estatus socioeconómico) no se encontró una relación significativa entre el uso de redes sociales y la intención de participar en un flash mob. Sin embargo, se halló una fuerte correlación entre el tiempo que se pasaba en Youtube y la intención de participar en un flash mob en el futuro. En contraste, no se encontró una relación significativa entre la intención de participar en flash mob y el tiempo de uso de otras redes como Facebook, Twitter, Foursquare y MySpace. Asimismo, se demostró que la autoeficacia social de los adolescentes era un buen predictor de la participación en un flash mob. En contraste la autoestima colectiva y la necesidad de pertenecer no mostraron una relación positiva. Los autores mencionan que la relación entre el consumo de Youtube y la intención futura de participar en un flash mob, podría deberse a que la plataforma aumenta la posibilidad de la

realización de ciertos comportamientos, porque los adolescentes tienen la oportunidad de verlos. También se reflexiona acerca de la variable “necesidad de pertenencia” llegándose a la conclusión que los individuo se sienten atraídos por las redes sociales para establecer conexiones personales y para compartir actividades con un gran grupo.

Vaccari et al. (2015) realizaron un estudio en Italia para analizar si actividades políticas de baja intensidad en redes sociales virtuales, por ejemplo, el acceso a información política y la expresión de opiniones políticas; conducían a actividades de alta intensidad tipo: la asistencia a eventos fuera de línea después de recibir una invitación en línea, mandar correos a políticos y hacer campañas políticas en medios virtuales. La investigación se hizo durante las elecciones generales italianas del 2013. Se analizaron tres millones de tweets pertenecientes a 275000 usuarios. También, se encuestó a 3155 participantes. Los autores encontraron que el recibir frecuentemente información política a través de redes sociales virtuales, estaba asociada positivamente con participar en acciones políticas de alta intensidad como hacer campañas en medios virtuales y asistir a un evento político fuera de línea después de haber recibido una invitación en línea. Asimismo, se halló que la expresión de las ideas políticas en redes sociales estaba asociada positivamente y aumentaba la probabilidad de mandar un correo electrónico a un político, hacer campaña en las redes sociales a favor de un partido político y de asistir a un evento político fuera de línea después de recibir una invitación en línea. En el estudio también se encontró que el publicar mensajes en redes sociales estaba asociado a la actividad política de alta intensidad, pero el leer mensajes políticos sin publicar mensajes no lo estaba. Por otro lado se

evidenció que determinadas formas de eficacia política eran buenos predictores de la asistencia a un evento político en el mundo real. Los autores mencionan que el intercambiar información y expresar las opiniones políticas en medios sociales promueve la realización de otras formas de acción política mediante dos formas: puede hacer consciente al individuo sobre sus preferencias políticas y, también, podría aumentar la creencia del usuario en su autoeficacia personal, demostrándole que puede participar en el proceso político, lo que le proporcionaría la confianza para intentar llevar a cabo otras maneras de participación política. Finalmente, se concluye que las personas que comunican las acciones políticas en línea en las que se involucran, podrían hacer que sus contactos se informen sobre oportunidades y se sientan más motivados a participar.

Wang et al. (2015) utilizaron el modelo pensamiento – emoción balanceado (balanced thinking – feeling model) para explicar la intención de usar las redes sociales virtuales, en este caso Facebook, con frecuencia. El modelo teórico que plantean los autores sostiene lo siguiente: la autoeficacia general para las computadoras y la autoeficacia para el uso de Facebook (edición de perfil, comunicación, manejo de fotos y organización de música) actúan como antecedentes de factores cognitivos (utilidad percibida de Facebook y facilidad de uso percibida de Facebook) y de factores afectivos (activación al usar Facebook y placer al usar Facebook), los cuales están conectados con la intención de usar las redes sociales virtuales de manera constante. A su vez, se determina que la autoeficacia general para las computadoras y autoeficacia para el uso de Facebook se encuentran influidas por la experiencia con computadoras y la experiencia en el

uso de Facebook. Para el estudio se utilizó una muestra de 110 estudiantes universitarios de pregrado de Singapur. Entre los hallazgos del estudio se encontró que la autoeficacia general para las computadoras estaba relacionada positivamente con la autoeficacia para el uso de Facebook. También que la experiencia con las computadoras predecía significativamente la autoeficacia para las computadoras y que la experiencia en Facebook predecía significativamente la autoeficacia para el uso de Facebook.

Respecto a las variables cognitivas se halló que: la autoeficacia para las computadoras y la autoeficacia para el uso de Facebook influían positivamente la percepción de utilidad de Facebook. La autoeficacia para las redes sociales virtuales predecía positivamente la facilidad de uso de Facebook. En relación a las variables afectivas: la autoeficacia para las computadoras impactaba en el placer al usar Facebook.

En lo referente a la intención de uso frecuente: la utilidad y la facilidad percibida influyeron significativamente en la intención de uso constante de las redes sociales. Además, el placer y la activación generados por la utilización de Facebook estuvieron asociados con la intención de uso continuo de Facebook. Los autores concluyeron que tanto variables cognitivas como afectivas pueden influir en el uso continuo de redes sociales virtuales.

Zhang y Gearhart (2015) llevaron a cabo un estudio usando data de la encuesta “El Lado Social del Internet” (“Social Side of the Internet”) realizada el 2010 por el Pew Research Center’s Internet & American Life Project; el objetivo del estudio fue analizar el papel del capital social, el uso de internet y la eficacia

del Internet en la participación en línea y fuera de línea. La encuesta fue administrada a estadounidenses mayores de 18 años a través de llamadas a líneas fijas y celulares, el total de participantes fue de 2303.

En primer lugar, después de controlar las variables demográficas y de capital social, los resultados no mostraron un impacto significativo del uso general del Internet sobre la participación cívica fuera de línea tanto a nivel individual y social. Asimismo, se observó que, después de controlar las variables demográficas y de capital social, el uso de redes sociales como Facebook, tampoco fue un predictor significativo de la participación cívica fuera de línea en ambos niveles. Posteriormente, después de controlar las variables demográficas y de capital social, el estudio encontró un efecto positivo del uso general del Internet sobre la participación cívica en línea. Sin embargo, no se halló una relación entre el uso general de Internet y la participación cívica en redes sociales tipo Facebook. No obstante, el uso de redes sociales tuvo un efecto positivo sobre la participación cívica en línea, en contraste, la utilización de redes sociales no predijo la participación cívica en redes sociales virtuales.

Respecto a la relación entre la eficacia individual del uso de Internet y la participación cívica fuera de línea: después de controlar las variables demográficas, de capital social y de uso general de internet; se encontró que la eficacia individual del uso de Internet era un buen predictor de la participación cívica individual y la social.

En relación a la eficacia individual del uso de Internet y la participación cívica en línea: después de controlar las variables demográficas, de capital social y

de uso general de internet, se halló un efecto positivo de la eficacia individual del uso de Internet sobre la participación cívica en línea y la participación cívica a través de redes sociales tipo Facebook.

Por otro lado, en relación a la eficacia grupal del uso de Internet: se halló un efecto negativo de la eficacia grupal del uso de Internet tanto sobre la participación cívica fuera de línea tanto individual como social. En contraste, no se encontró ninguna relación entre la eficacia grupal del uso de internet, la participación en línea y la participación a través de redes sociales.

Los autores resaltan la influencia negativa de la eficacia grupal del uso de internet sobre la participación cívica fuera de línea y la falta de influencia sobre la participación en línea. Estos hallazgos sugieren que la percepción de la eficacia grupal, conlleva una sensación de participación cívica activa, cuando este no es el caso. También, el estudio indica que hay diferencias cualitativas entre la participación cívica en línea y la participación cívica fuera de línea, y que una forma de participación no se transfiere a otra necesariamente. Finalmente, los autores concluyen que la utilización de Internet en general y, específicamente, de las redes sociales no tiene una influencia sobre la participación cívica fuera de línea. Asimismo, sostienen que la influencia de las redes sociales se limita a la participación en línea.

Cmeciu y Coman (2016) realizaron un estudio en Rumanía, en el marco de las protestas contra la explotación de gas de la empresa Chevron en la aldea de Pungesti, que motivaron el retiro de la trasnacional mencionada. La investigación enfatiza los encuadres de acción colectiva como fenómenos que refuerzan,

resaltan y son compatibles con la cultura de un grupo. Las autoras analizaron 409 publicaciones de dos comunidades creada en Facebook: “Resistencia en Pungesti” (294) y de “TV Pugiesti” (115). Se analizaron las publicaciones en base a dispositivos de encuadre visual (logotipos, caricaturas, anuncios, mapas, imágenes antropomórficas y archivos de video) y verbal (lemas, fotos, testimonios, descripciones generales, ejemplos reales y ejemplo hipotéticos). En el estudio se encontró 1121 dispositivos de encuadre en la comunidad “Resistencia en Pungesti” y 361 en “TV Pugiesti”. Los encuadres de acción colectiva más usados por las comunidades fueron los de “lucha por la tierra”, “el conflicto” y la “solidaridad”. Los dispositivos de encuadre más utilizados fueron: fotos, testimonios generales y archivos de video. Las autoras concluyeron que el mayor uso de fotografías y videos se explican por la relación con la organización de los movimientos en Facebook y el activismo offline; puesto que evidencian la existencia de un espacio exterior y el comienzo de acciones con impacto en el mundo real.

Kim, Wang y Oh (2016) en un estudio con 446 universitarios estadounidenses de comunicaciones, hallaron que el intenso uso de celulares inteligentes y de redes sociales estaba positivamente relacionado con la necesidad de pertenecer a un grupo, entendida como el deseo de mantener relaciones interpersonales con otros. También se demostró que la utilización de redes sociales virtuales y celulares inteligentes era un buen predictor del involucramiento en actividades sociales como la asistencia a reuniones, a eventos, las conversaciones con amigos y colegas sobre la universidad. Además, se verificó que la relación entre la necesidad de pertenencia y el involucramiento

social, estaba mediada por el uso de redes sociales virtuales. Los autores concluyeron que el uso de medios digitales para satisfacer la necesidad de involucramiento social, puede derivar en una ciudadanía más activa ya que, se proveen a los individuos de espacios para conectarse con los demás.

Li y Chan (2017) utilizan el OSROR (orientation stimuli reasoning orientation response) para analizar la relación entre la búsqueda de la información y la participación política en línea y fuera de línea. En el modelo OSROR tenemos que el primer O se refiere a las características (cognitivas, culturales, etc.) que los sujetos traen a la recepción del mensaje, el segundo O representa lo que ocurre en la persona entre la recepción del mensaje y su respuesta. Por otro lado, el S implica las comunicaciones interpersonales y el uso de medios; el primer R supone la elaboración mental y la examinación de la situación considerando a la colectividad a la que se pertenece, esta R puede ser tanto racional como emocional. Finalmente, la última R es el resultado, producto del estímulo. En el caso de la presente investigación, la segunda O se refiere a actitudes políticas relacionadas a la confianza hacia el gobierno. La muestra se obtuvo de cuatro universidades de Beijing (756 estudiantes) y de dos universidades públicas en Hong Kong (355 estudiantes). Se planteó un modelo, en el que la discusión en línea, la confianza política y la discusión fuera de línea, mediaban entre la búsqueda de información a través de medios sociales virtuales por un lado y, por otro lado, la participación política en línea y fuera de línea.

En el caso de la muestra de China, se reportaron los siguientes hallazgos: la búsqueda de información a través de medios virtuales sociales estaba relacionada positivamente a la discusión dentro y fuera de línea, no obstante,

presentaba una relación negativa con la confianza política y a la participación política fuera de línea. Además, la discusión en línea estaba positivamente relacionada a la participación en línea, pero negativamente asociada a la confianza política. También se apreció que la discusión fuera de línea estaba relacionada a la participación política dentro y fuera de línea. En total, las variables explicaron 15% de la varianza para la participación en línea y 9% para la participación fuera de línea.

Respecto a la muestra de Hong Kong se encontró que: la búsqueda de información por medios sociales virtuales estaba positivamente relacionada a las discusiones en línea y fuera de línea, no obstante, la misma variable presentaba una relación indirecta con la participación fuera de línea. Por otro lado, tanto las discusiones en línea y fuera de línea estaban negativamente relacionadas a la confianza política, la que a su vez estaba negativamente relacionada con la participación en línea. Además, la discusión en línea estaba asociada a la participación en línea, mientras que, la discusión fuera de línea se encontraba relacionada a la participación en línea y fuera de línea. En total las variables explicaban el 39% de la varianza para la participación en línea y el 17% de la varianza para la participación fuera de línea.

En referencia a los efectos indirectos, los resultados mostraron que la relación entre la búsqueda de información y la participación en línea era mediada por la discusión en línea para ambas muestras. También se apreció que la asociación entre la búsqueda de información y la participación fuera de línea estaba mediada por la discusión fuera de línea para los dos grupos. Asimismo, se observó que la discusión fuera de línea mediaba la relación entre la búsqueda de

información y la participación virtual en las dos muestras. Sin embargo, la discusión en línea no medió la relación entre la búsqueda de información y la participación fuera de línea. Respecto a la confianza política, se observó que todas las variables se relacionaban negativamente con esta. También se apreció que la confianza política no tuvo un efecto mediador entre las variables comunicativas y de participación en ninguna de las dos muestras. Los autores plantean que la relación inversa entre la búsqueda de información y la participación política fuera de línea, se podría deber al estricto control y monitoreo de la red en China, por parte de las autoridades. También se menciona que el estudio prueba que los medios y la discusión en general tienen un impacto negativo en la confianza política, la cual tiene un impacto negativo en la participación política.

3. Definiciones operacionales y de variables

En el presente estudio se consideraron tres variables: el activismo en línea (variable predictora), la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas (variable mediadora) y la intención de producir acciones colectivas presenciales (variable explicada).

3.1 Definiciones conceptuales:

3.1.1 Activismo en línea: búsqueda y difusión de información relacionada a causas sociales (Valenzuela, 2013). También supone el fomento a través de las redes de movilizaciones respecto a un objetivo común (Cmeciu, 2016).

- 3.1.2 Autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas: creencia en la capacidad individual (Bandura, 2001) para usar la red social Facebook con el objetivo de generar actos grupales con objetivos comunes, los que se alcanzan mediante una participación masiva coordinada (Olson, 1971).
- 3.1.3 Intención de Participar en Acciones Colectivas Presenciales: intención de participar en actos grupales en el mundo real con metas en común, los que se consiguen a través de una participación masiva coordinada (Olson, 1971).

3.2 Definiciones operacionales de variables:

- 3.2.1 Activismo en línea: puntajes obtenidos a través de la escala de activismo en línea.
- 3.2.2 Autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas: puntajes obtenidos a través de la escala de autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas.
- 3.2.3 Intención de participar en acciones colectivas: puntajes obtenidos a través de la escala de intención de participar en acciones colectivas presenciales.

Tabla N. 1 Matriz de operacionalización de variable activismo en línea

Variable	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Activismo en línea	Información sobre acciones colectivas y organización de estas	<ul style="list-style-type: none"> - Lectura sobre acciones colectivas - Dar “me gusta “ a noticias sobre acciones colectivas - Realización de comentarios sobre acciones colectivas - Compartir información sobre acciones colectivas - Organizar Acciones Colectivas 	Escala de activismo en línea

Tabla N.2 Matriz de operacionalización de variable autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas

Variable	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Autoeficacia del uso de las redes sociales para producir acciones colectivas	Autoeficacia uso de redes sociales para producir acciones colectivas fuertes y débiles	<p>Autoeficacia para del uso de redes sociales para producir:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plantones en la calle - Protestas/ marchas públicas - Boicots comerciales - Firma de peticiones - Vigilias 	Escala de autoeficacia del uso de las redes sociales para producir acciones colectivas

Tabla N.3 Matriz de operacionalización de variable intención de participar en acciones colectivas presenciales

Variable	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Intención de participar en acciones colectivas presenciales	Intención de participar en acciones colectivas fuertes y débiles	Intención de realizar: <ul style="list-style-type: none"> - Plantones en la calle - Protestas/ marchas públicas - Boicots comerciales - Firma de peticiones - Vigilias 	Escala de intención de participar en acciones colectivas presenciales

4. Hipótesis

a) Hipótesis general

Existe un alto índice de bondad de ajuste del modelo mediacional de uso de redes sociales para acciones colectivas, el que busca explicar la intención de participar en acciones colectivas presenciales, basado en la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas como variable mediadora y el activismo en línea, con respecto a los datos empíricos.

b) Hipótesis específicas

H1) Existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre el activismo en línea y autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas.

H2) Existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre el activismo en línea y la intención de participar en acciones colectivas presenciales.

H3) Existe y relación positiva y estadísticamente significativa entre la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas y la intención de participar en acciones colectivas presenciales.

H4) Existen diferencias significativas entre los puntajes del activismo en línea de acuerdo al sexo de los participantes.

H5) Existen diferencias significativas entre los puntajes de la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas de acuerdo al sexo de los participantes.

H6) Existen diferencias significativas entre los puntajes de la intención de participar en acciones colectivas presenciales de acuerdo al sexo de los participantes.

Capítulo III: Metodología

1. Nivel y tipo de Investigación

El nivel de la investigación es básico de tipo descriptivo. Se centra en el incremento de los conocimientos teóricos sin buscar las posibles aplicaciones, esto es la creación de conocimiento por el conocimiento (Rojas, 2012; Ato, 2015).

2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es mediacional, puesto que propone un modelo teórico que busca predecir una variable Y. La predicción de la variable Y se plantea en base a una variable X, la que se relaciona con Y, a través de una variable mediadora M (Hayes, 2013).

En esta relación se deben indicar dos tipos de efectos: el efecto directo y el efecto indirecto. El primero se refiere a la influencia de X sobre Y sin pasar por M; el segundo indica cómo Y es influida por X, mediante una sucesión de pasos en la que X influye en M, la que a su vez influye a Y (Hayes, 2013). En el presente estudio se busca identificar si la variable activismo en línea (AEL) tiene un efecto en la variable intención de participar en acciones colectivas presenciales (IPACP) a través de la variable autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas (AURSAC). Es importante mencionar que el presente diseño hace referencia a relaciones funcionales y no de causa – efecto, por no tratarse de un diseño experimental.

Adicionalmente, puede ser clasificado como un diseño explicativo multivariado. El diseño se ha definido de esta manera ya que tiene como objetivo explicar por qué se relacionan dos variables (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Por consiguiente, se busca indagar si la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas explica la relación entre el activismo en línea y la intención de participar en acciones colectivas presenciales.

Diseño de modelo mediacional de uso de redes sociales para acciones colectivas (MMURSAC):

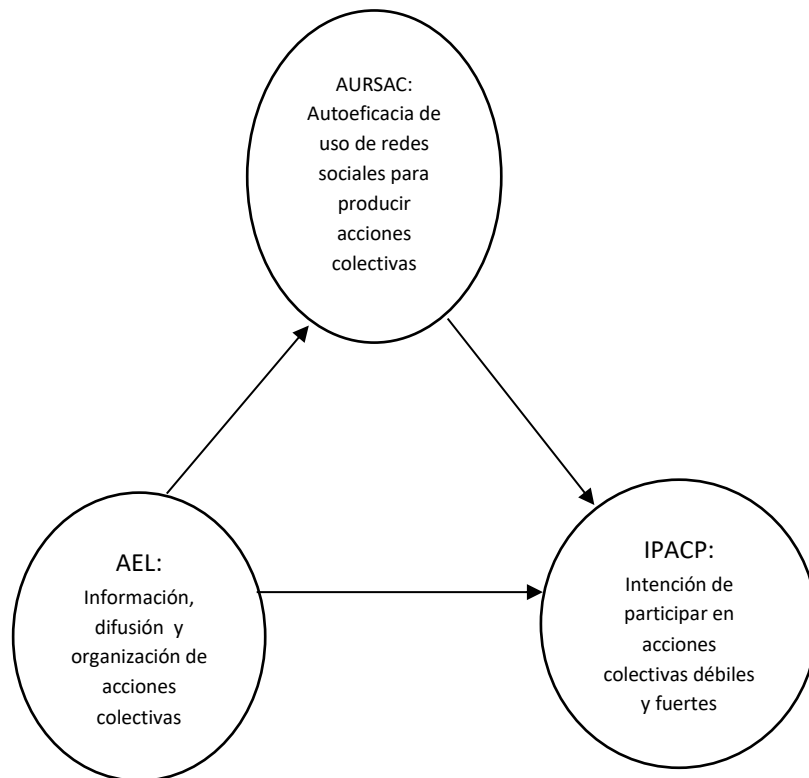


Figura 1: Diseño de modelo mediacional de uso de redes sociales para acciones colectivas

3. Naturaleza de la muestra

3.1 Descripción de la población

La población está conformado por estudiantes universitarios entre primer y quinto ciclo de dos carreras relacionadas al ámbito de la humanidades y las ciencias sociales. Asimismo, los estudiantes pertenecen a dos instituciones privadas ubicadas en el ámbito de la ciudad de Lima – Perú. Las edades de la población oscilan entre 18 y 35 años.

3.2 Muestra y método de muestreo

La muestra fue obtenida usando un procedimiento no probabilístico por cuotas (Hernández, Fernández y Bapstista, 2014; Sierra, 2008)

Para determinar la muestra se utilizó el programa G - Power versión 3.1.9.2 de Franz Faul. Se determinó que en base a una potencia de .96, un alfa crítico de .01 y un tamaño de efecto moderado de .25, se sugería trabajar con una muestra de 290 casos. Se aplicó la encuesta a 300 estudiantes y después descartar 7 casos, la muestra final fue de 293 estudiantes universitarios: 106 (36.2%) hombres y 187 mujeres (63.8%). Las edades de los participantes oscilaron entre 18 y 27 años.

Tabla N.4
Edad de la muestra

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18	54	18.4
19	92	31.4
20	62	21.2
21	39	13.3
22	25	8.5
23	10	3.4
24	4	1.4
25	2	0.7
26	2	0.7
27	3	1

N = 293

3.4 Criterios de inclusión

Los criterios de inclusión para participar en el estudio fueron:

- Ser estudiante universitario entre 18 y 35 años
- Pertenecer a una universidad privada
- Estar matriculado en la universidad en el momento de la investigación
- Haber permanecido más de un semestre en la universidad
- Ser de nacionalidad peruana

4. Instrumentos

Se construyeron tres instrumentos para medir cada una de las variables respectivas:

Escala activismo en línea (AEL), escala de autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas (AURSAC) y a escala de intención de participar en acciones colectivas presenciales (IPACP).

4.1 Escala de Activismo en Línea (AEL)

El instrumento de activismo en línea fue construido para el desarrollo de este estudio y utiliza la técnica de autoinforme. La prueba consiste en un cuestionario de ocho preguntas, las cuales constituyen un factor. Para la construcción del instrumento se tomaron en cuenta los aspectos de información y difusión de acciones colectivas en Facebook y, organización de acciones colectivas mediante el uso de Facebook.

El participante responde a cada ítem escogiendo entre las opciones “Nunca”, “Rara vez”, “A veces”, “Frecuentemente” y “Siempre”. Esta prueba tiene una duración entre cinco y 10 minutos.

4.1.1 Sistema de calificación de la escala AEL

En la escala de AEL, se le asigna un puntaje a cada ítem en base a la respuesta del participante. Los ítems reciben un punto si se contesta “Nunca”, dos puntos si la respuesta es “Rara vez”, tres puntos si es “A veces”, cuatro puntos si se indica “Frecuentemente” y cinco puntos si la respuesta es “Siempre”.

Posteriormente, obtenidos los puntajes para cada uno de los ítems, estos se suman y se determina un promedio que establece si el participante cuenta con un activismo en línea muy bajo, bajo, intermedio, alto o muy alto.

4.1.2 Procedimiento de elaboración de la escala de activismo en línea

Para la construcción del instrumento se plantearon áreas relacionadas al activismo en línea, las cuales fueron: información sobre acciones colectivas y organización de acciones colectivas. Seguidamente, se construyeron ítems agrupados en cada área.

Seguidamente, se convocó a ocho jueces expertos para someter los ítems y las áreas a un análisis de evidencias de validez relacionadas con el contenido. El grupo de jueces estuvo compuesto por ocho profesores de la Universidad de Lima: seis psicólogos y dos comunicadores. La revisión de los jueces posibilitó la mejora en la redacción de los ítems. En la Tabla N.2 se aprecian los puntajes obtenidos en el coeficiente de Aiken para cada ítem.

Como se puede observar, los ítems 3, 4 y 8 (Tabla N.5) no alcanzaron resultados favorables en el coeficiente H por lo que fueron sometidos a un proceso de revisión, en base a las sugerencias de los jueces, y posteriormente evaluados y aceptados.

Tabla N. 5
Análisis de ítems de la Escala AEL según criterio de jueces

	Acuerdos	V	H
Ítem 1	8	1.00	1.00
Ítem 2	8	1.00	1.00
Ítem 3	6	0.75	0.25
Ítem 4	6	0.75	0.25
Ítem 5	7	0.88	0.56
Ítem 6	7	0.88	0.56
Ítem 7	7	0.88	0.56
Ítem 8	6	0.75	0.25

A continuación, se realizó una prueba piloto del instrumento para confirmar que había una comprensión correcta de los ítems y para determinar el tiempo de aplicación de la prueba. El tiempo de aplicación total de este instrumento fue de 5 a 8 minutos.

4.1.3 Análisis psicométrico de la escala de activismo en línea

En base a la información obtenida en la aplicación de la escala de activismo en línea (AEL) a una muestra de estudiantes de las carreras de Comunicación y Psicología de dos universidades privadas de Lima, se llevó a cabo el Análisis Psicométrico respectivo siguiendo los lineamiento propuestos por Martínez, Hernández y Hernández (2006), Gregory (2012) y Santisteban (2009). En primer lugar, se comprobó si los ítems de la escala de activismo en línea podían constituir una sola escala. A continuación, se realizó un análisis factorial exploratorio de la prueba con el objetivo de identificar la existencia de variables latentes.

Tabla N. 6
Análisis Psicométrico de la escala completa de AEL

Ítem	Correlación ítems test	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ael1	.604	.851
Ael2	.722	.837
Ael3	.552	.856
Ael4	.642	.847
Ael5	.645	.846
Ael6	.613	.850
Ael7	.494	.862
Ael8	.658	.845

N = 293

Al analizar la escala AEL (Tabla N.6) se observa que las correlaciones ítem test corregidas alcanzan valores superiores a .40 (Kline, 2015), lo cual indica que todos los ítems son consistentes entre sí. Además, el coeficiente Alpha eliminando el ítem obtiene valores entre .845 y .862 (Gregory, 2012; Nunnaly y Bernstein, 1995). Lo cual indica que no es necesario eliminar ítem alguno. El análisis de la confiabilidad por consistencia interna a través del coeficiente Alpha de Cronbach alcanza un valor de .87, lo que corrobora que las puntuaciones del test AEL en la muestra estudiada permiten obtener puntajes confiables.

Respecto a los resultados del análisis factorial de la escala AEL, se aprecia que el valor de la determinante de la matriz de correlación fue de .039 el coeficiente KMO fue .87 de y el test de esfericidad de Bartlett alcanzó un valor que es estadísticamente significativo ($\chi^2(28) = 935.12$ $p < .001$), lo que indica que la matriz de las correlaciones analizadas es diferente de la matriz de identidad. Los hallazgos corroboran la pertinencia de aplicar el análisis factorial exploratorio a los datos (Pérez, 2013).

En la tabla N. 7 se observa que en los ocho ítems en el proceso de extracción se obtienen valores superiores a .350, notándose además que existía un solo factor que permitía explicar el 45% de la varianza total. Notándose que los pesos factoriales son adecuados (Pérez, 2013) pues fluctúan entre .533 del ítems siete a .790 del ítem dos.

Tabla N. 7
Análisis factorial de escala AEL

Ítem	Media	DE	Extracción	Peso factorial
Ael1	3.423	1.033	.425	.652
Ael2	3.085	1.045	.625	.790
Ael3	1.931	.849	.357	.597
Ael4	2.345	1.024	.490	.700
Ael5	3.092	1.070	.483	.695
Ael6	3.221	1.015	.434	.659
Ael7	1.621	.923	.284	.533
Ael8	2.041	.985	.508	.713
Varianza explicada				45%

N = 293

4.2 Escala de autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas (AURSAC)

El instrumento para medir la autoeficacia utiliza la técnica de autoinforme. La prueba consiste en un cuestionario de cinco preguntas, que conforman un factor. La prueba mide la creencia en la capacidad personal para producir acciones colectivas presenciales utilizando Facebook. Para la construcción de la prueba se tomaron en cuenta los aspectos de autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas débiles y la autoeficacia del uso redes sociales para producir acciones colectivas fuertes.

El participante responde a cada ítem escogiendo entre las opciones “Nunca”, “Rara vez”, “A veces”, “Frecuentemente” y “Siempre. Esta prueba tiene una aplicación entre cinco a ocho minutos.

4.2.1 Sistema de calificación de la escala AURSAC

En la escala AURSAC, se le asigna un puntaje a cada ítem en base a la respuesta del participante. Los ítems reciben un punto si se contesta “Nunca”, dos puntos si la respuesta es “Rara vez”, tres puntos si es “A veces”, cuatro puntos si se indica “Frecuentemente” y cinco puntos si la respuesta es “Siempre”.

Posteriormente, obtenidos los puntajes para cada uno de los ítems, estos se suman y se determina un promedio que establece si el participante cuenta con una autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas muy baja, baja, intermedia, alta o muy alta.

4.2.2 Procedimiento de elaboración de la escala de autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas

Para la construcción del instrumento se plantearon áreas relacionadas a la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas. Los nombres de estas fueron: autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas débiles y autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas fuertes. Posteriormente, se concibieron ítems agrupados bajo el nombre de cada área.

Seguidamente, se convocó a ocho jueces para someter los ítems y las áreas a un análisis de contenido. El grupo de jueces estuvo compuesto por ocho profesores universitarios de la Universidad de Lima: seis psicólogos y dos comunicadores. La revisión de los jueces permitió la mejora en la redacción de

los ítems. En la Tabla N.8 se aprecian los puntajes obtenidos en el coeficiente de Aiken para cada ítem.

Como se puede observar, todos los ítems alcanzaron resultados favorables. No obstante, se tomaron en cuenta las recomendaciones de los jueces para mejorar algunos ítems.

A continuación, se realizó una prueba piloto de la prueba para confirmar que había una comprensión correcta de los ítems y para determinar el tiempo de aplicación de la prueba. El tiempo de aplicación total de este instrumento fue de cinco a ocho minutos.

Tabla N. 8
Análisis de Aiken para la escala de autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas (AURSAC)

	Acuerdos	V	H
Ítem 1	8	1.00	1.00
Ítem 2	8	1.00	1.00
Ítem 3	8	1.00	1.00
Ítem 4	8	1.00	1.00
Ítem 5	8	1.00	1.00

4.2.3 Análisis Psicométrico de la prueba de autoeficacia del uso de las redes sociales para producir acciones colectivas

En base a la información obtenida en la aplicación de la escala de autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas (AURSAC) a una muestra de estudiantes de las carreras de Comunicación y Psicología de dos universidades privadas de Lima, se realizó el Análisis Psicométrico respectivo de acuerdo a los lineamientos descritos por Martínez,

Hernández y Hernández (2006), Gregory (2012) y Santisteban (2009). Inicialmente, se comprobó si los ítems de la escala de autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas podían conformar una sola escala. Seguidamente, se realizó un análisis factorial exploratorio de la prueba con el objetivo de identificar la presencia de variables latentes.

Observando la escala AURSAC (Tabla N.9) se aprecia que las correlaciones ítem test corregidas alcanzan valores superiores a .60, lo cual indica que todos los ítems son consistentes entre sí (Kline, 2015). Además, el coeficiente Alpha eliminando el ítem obtiene valores entre .822 y .856, por lo que no es necesario eliminar ítem alguno (Gregory, 2012; Nunnally y Bernstein, 1995). El análisis de la confiabilidad por consistencia interna a través del coeficiente Alpha de Cronbach alcanza un valor de .87, lo que corrobora que las puntuaciones de la escala AURSAC en la muestra estudiada permiten obtener puntajes confiables.

Tabla N. 9
Análisis Psicométrico de la Escala completa de la AURSAC

Ítem	Correlación ítems test	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Aursac1	.747	.828
Aursac2	.764	.822
Aursac3	.631	.856
Aursac4	.645	.852
Aursac5	.678	.844

N = 293

En relación a los resultados del análisis factorial de la escala AURSAC, el valor de la determinante de la matriz de correlación fue de .091, el coeficiente KMO fue .85 de y el test de esfericidad de Bartlett alcanzó un valor que es estadísticamente significativo ($\chi^2(10) = 694.94$ $p < .001$), lo que indica que la matriz de las correlaciones analizadas es diferente de la matriz de identidad. Los hallazgos corroboran la pertinencia de aplicar el análisis factorial exploratorio a los datos (Pérez, 2013).

En la Tabla N.10 se observa que en los cinco ítems en el proceso de extracción se obtienen valores superiores a .460, notándose además que existía un solo factor que permitía explicar el 58% de la varianza explicada. Se aprecia que los pesos factoriales son adecuados (Pérez, 2013) pues fluctúan entre .683 del ítems tres a .845 del ítem dos.

Tabla N. 10
Análisis factorial de la escala AURSAC

Ítem	Media	DE	Extracción	Peso factorial
Aursac1	2.945	1.109	.676	.822
Aursac2	2.808	1.198	.714	.845
Aursac3	2.651	1.209	.466	.683
Aursac4	3.600	1.120	.482	.694
Aursac5	3.003	1.154	.538	.733
Varianza explicada				58%

N = 293

4.3 Escala de intención de participar en acciones colectivas presenciales (IPACP)

El instrumento para medir la intención utiliza la técnica de autoinforme. La prueba mide la intención de participar en acciones colectivas presenciales. El instrumento consiste en un cuestionario de cinco preguntas, las que conforman un factor. Para la creación de la prueba se tomaron en cuenta los aspectos de intención de participar en acciones colectivas presenciales débiles e intención de participar en acciones colectivas presenciales fuertes.

El participante responde a cada ítem escogiendo entre las opciones “Nunca”, “Rara vez”, “A veces”, “Frecuentemente” y “Siempre. Esta prueba tiene una aplicación entre cinco a ocho minutos. .

4.3.1 Sistema de calificación de la escala IPACP

En la escala IPACP, se le asigna un puntaje a cada ítem en base a la respuesta del participante. Los ítems reciben un punto si se contesta “Nunca”, dos puntos si la respuesta es “Rara vez”, tres puntos si es “A veces”, cuatro puntos si se indica “Frecuentemente” y cinco puntos si la respuesta es “Siempre”.

Seguidamente, obtenidos los puntajes para cada uno de los ítems, estos se suman y se calcula un promedio que determina si el participante cuenta con una intención de participar en acciones colectivas presenciales muy baja, baja, intermedia, alta o muy alta.

4.3.2 Procedimiento de elaboración de la prueba de intención de participar en acciones colectivas presenciales

Para la construcción del instrumento se plantearon áreas relacionadas a la intención de participar en acciones colectivas presenciales. Los nombres de estas fueron: intención de participar en acciones colectivas débiles e intención de participar en acciones colectivas fuertes. A continuación, se concibieron ítems agrupados bajo el nombre de cada área.

Seguidamente, se convocó a ocho jueces para someter los ítems y las áreas a un análisis de contenido. La composición del grupo de jueces fue de ocho profesores de la Universidad de Lima: seis psicólogos y dos comunicadores. La revisión de los jueces permitió la mejora en la redacción de los ítems. En la Tabla N.11 se aprecian los puntajes obtenidos en el coeficiente de Aiken para cada ítem.

Como se puede apreciar, todos los ítems alcanzaron resultados favorables. No obstante, se tomaron en cuenta las observaciones de los jueces para mejorar algunos ítems.

Seguidamente, se realizó una prueba piloto de la prueba para verificar que había una comprensión adecuada de los ítems y para establecer el tiempo de aplicación de la prueba. El tiempo de aplicación total de este instrumento fue de cinco a ocho minutos.

Tabla N. 11

Análisis de Aiken para la escala de intención de participar en acciones colectivas presenciales (IPACP)

	Acuerdos	V	H
Ítem 1	8	1.00	1.00
Ítem 2	8	1.00	1.00
Ítem 3	8	1.00	1.00
Ítem 4	8	1.00	1.00
Ítem 5	8	1.00	1.00

4.3.3 Análisis Psicométrico de la escala de Intención de Participar en Acciones Colectivas Presenciales

En base a la información encontrada en la aplicación de la prueba de Intención de Participar en Acciones Colectivas Presenciales (IPACP) a una muestra de estudiantes de las carreras de Comunicación y Psicología de dos universidades privadas de Lima, se realizó el Análisis Psicométrico respectivo, de acuerdo a los lineamientos de Martínez, Hernández y Hernández (2006), Gregory (2012) y Santisteban (2009). En un inicio, se comprobó si los ítems de la escala de Intención de Participar en Acciones Colectivas Presenciales podían constituir una sola escala. Posteriormente, se realizó un análisis factorial exploratorio de la prueba con el objetivo de identificar la existencia de variables latentes.

Al analizar la escala IPACP (Tabla N.12) observamos que las correlaciones ítem test corregidas alcanzan valores superiores a .40, lo cual indica que todos los ítems son consistentes entre sí (Kline, 2015). Asimismo, el coeficiente Alpha eliminando el ítem obtiene valores entre .712 y .802, por lo que no es necesario eliminar ítem alguno (Gregory, 2012; Nunnaly y Bernstein, 1995). El análisis de la confiabilidad por consistencia interna a través del coeficiente

Alpha de Cronbach alcanza un valor de .80, lo que corrobora que las puntuaciones del test IPACP en la muestra estudiada permiten obtener puntajes confiables.

Tabla N. 12
Análisis Psicométrico de la Escala completa de IPACP

Ítem	Correlación ítems test	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Aursac1	.691	.730
Aursac2	.739	.712
Aursac3	.464	.802
Aursac4	.524	.782
Aursac5	.521	.783

N = 293

Respecto a los resultados del análisis factorial de la escala IPACP, se aprecia que el valor de la determinante de la matriz de correlación fue de .179, el coeficiente KMO fue .78 de y el test de esfericidad de Bartlett alcanzó un valor que es estadísticamente significativo ($\chi^2(10) = 497.65$ $p < .001$), lo que indica que la matriz de las correlaciones analizadas es diferente de la matriz de identidad. Los hallazgos corroboran la pertinencia de aplicar el análisis factorial exploratorio a los datos (Pérez, 2013).

En la Tabla N.13 se observa que en los ocho ítems en el proceso de extracción se obtienen valores superiores a .260, notándose además que existía un solo factor que permitía explicar el 47% de la varianza explicada. Se puede apreciar que los pesos factoriales son adecuados (Pérez, 2013) ya que fluctuaban entre .517 del ítems tres a .880 del ítem dos.

Tabla N.13
Análisis factorial de escala IPACP

Ítem	Media	DE	Extracción	Peso factorial
Ipacp1	2.812	1.160	.652	.807
Ipacp2	3.191	1.224	.774	.880
Ipacp3	2.833	1.220	.268	.517
Ipacp4	3,594	1.118	.324	.569
Ipacp5	2,918	1.162	.342	.585
Varianza explicada				47%

N = 293

4.4 Elaboración de baremos para las escalas AEL, AURSAC e IPACP

Para definir los baremos de las escalas se tomaron de manera aleatoria 101 casos de la base de datos. De esta manera se definieron cinco niveles con sus respectivos intervalos (Tabla N.14).

Tabla N. 14
Baremos de las escalas AEL, AURSAC e IPACP

Nivel	AEL	AURSAC	IPACP
Muy bajo	0 – 2.05	0 – 2.20	0 – 2.20
Bajo	2.06 – 2.50	2.21 – 2.96	2.21 – 3
Intermedio	2.51 – 2.75	2.97 – 3.40	3.01 – 3.40
Alto	2.76 – 3.32	3.41 – 380	3.41 – 3.80
Muy alto	3.33 – 5	3.81 – 5	3.81 – 5

5. Procedimiento de recolección de datos

Los datos se fueron recolectados en los meses de octubre y noviembre del año 2017. Durante este período se aplicaron las tres pruebas construidas: activismo en Línea (AEL), autoeficacia del uso de redes sociales para producir

acciones colectivas (AURSAC) e intención de participar en acciones colectivas presenciales (IPACP). Las pruebas se aplicaron una a continuación de la otra.

Los instrumentos fueron administrados en dos universidades privadas de la ciudad de Lima de manera grupal y en las clases de los estudiantes. El proceso fue el siguiente: en primer lugar se contactó con el decano o el jefe departamento de las facultades de dos universidades privadas, solicitándole permiso para aplicar las pruebas a los alumnos de cada institución. Posteriormente, se envió a ambas autoridades una carta formal que explicaba el objetivo de la investigación y en la que se les pedía que indicaran que aceptaban colaborar. Seguidamente, se contactó a profesores de ambas instituciones y se les pidió su ayuda para administrar las pruebas al inicio o al final de sus clases.

Respecto al proceso de aplicación en sí, el examinador fue presentado a los estudiantes por el docente de la clase y se les comunicó que se requería su colaboración voluntaria para una investigación. Se informó a los alumnos que, a través de la encuesta, se buscaba conocer acerca de su uso de las redes sociales y su intención de participar en acciones colectivas. A continuación, se entregó a los estudiantes la encuesta de investigación y una hoja de consentimiento informado. La prueba de activismo en línea, presentó el título de “Cuestionario A”, la prueba de autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas llevó el título de “Cuestionario B” y la prueba de intención de participar en acciones colectivas presenciales ostentó el título de “Cuestionario C”. Se indicó a los estudiantes que si estaban de acuerdo en participar en el estudio debían llenar sus datos en la hoja de consentimiento informado y firmarla. Posteriormente, se solicitó que se enfocaran en la primera hoja de la encuesta, leyeran las

instrucciones y llenaran sus datos personales. Además, se informó que ante la existencia de cualquier duda consultaran al examinador. Se recolectaron la hoja de consentimiento informado y la encuesta de investigación conforme los estudiantes fueron terminando. Finalmente, se agradeció al profesor y a los participantes por su ayuda y tiempo, y se les entregó un díptico que explicaba cómo se relacionaban las redes sociales con las acciones colectivas.

6. Plan de análisis de datos

El presente estudio desarrolla dos niveles de análisis: un nivel psicométrico para la evaluación de las escalas AEL, AURSAC e IPACP creadas. En este nivel se usaron medidas de tendencia central como la media y la desviación estándar. Además, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach y el coeficiente de Correlación ítem – test Corregido. También se realizó un análisis factorial exploratorio con el objetivo de revelar la estructura interna que explica las pruebas y sus resultados, para ello se usó el métodos de extracción de los ejes principales y la rotación Oblimin directa, lo que permitió una solución más clara de los puntajes hallados.

El segundo nivel de análisis incluyó un análisis descriptivo, un análisis inferencial y un análisis mediacional. Se aplicó el análisis descriptivo clásico incluyendo la media, desviación estándar, la asimetría y la curtosis. Adicionalmente, se analizó la bondad de ajuste a la curva normal de las distribuciones a nivel poblacional aplicando el estadístico de Shapiro – Wilk. En segundo lugar, para contrastar las hipótesis específicas relacionales, en la medida

que las distribuciones de las puntuaciones no se aproximaron a la normal, se aplicaron las correlaciones de Spearman – Brown con su correspondiente potencia estadística ($1 - \beta$). Asimismo, para el caso de las hipótesis comparativas por sexo, se aplicó la prueba U de Mann –Whitney y como tamaño del efecto el coeficiente r (Fritz, Morris y Richler, 2012) y el cálculo de la potencia estadística.

Finalmente, se desarrolló el análisis mediacional, para ello se utilizaron dos programas de software de procesamiento libre:: el modelo de ecuaciones estructurales utilizando el programa R Lavaan (Yves Rossel, 2018) y el procedimiento Process 3.0 de Hayes (2013).

7. Consideraciones éticas

La investigación fue realizada en base a los lineamientos y contando con la aprobación del comité institucional de ética de la Universidad Peruana Cayetano Heredia.

Se respetaron los principios éticos de justicia, beneficencia y autonomía.

Respecto al principio de justicia, posteriormente a la aplicación de los instrumentos, se entregó un díptico en el cual se explicaba a los estudiantes los mecanismos de influencia de las redes sociales haciendo hincapié en la influencia de estas sobre la acción colectiva (Ver anexos).

En relación al principio de autonomía, se indicó que la participación en el estudio era voluntaria y que la investigación no afectaría en modo alguno las notas

de los estudiantes. Es importante mencionar, que los participantes de estudio no fueron alumnos del investigador.

Respecto al principio de beneficencia se protegió la confidencialidad de las respuestas de los participantes. Esto se logró por medio de una base de datos con claves de seguridad. Por otro lado, los grupos de alumnos estuvieron constituidos tanto por personas con tendencias activistas como por personas sin estas tendencias.

Capítulo IV: Resultados

1. Análisis descriptivos

A continuación pasaremos a detallar los hallazgos relacionados a los objetivos específicos de tipo descriptivos. En primer lugar, al haberse obtenido resultados significativos, se ha podido establecer que las variables estudiadas no presentan distribuciones que se aproximan a la distribución normal, por lo que se trabajará con estadísticos no paramétricos (Ver anexos).

Como se puede apreciar en la Tabla N.15 en el caso del activismo en línea (AEL) resaltan los niveles “Bajo” (23.5) y “Muy bajo” (21.8%) y los niveles “Alto” (20.5%) lo que indicaría una ligera predisposición de la mayor parte de la muestra a no realizar activismo en línea. No obstante, si sumamos los puntajes “Alto” y “Muy Alto”, encontramos que más de un tercio de la muestra realiza activismo en línea de manera intensa (36.5%).

Respecto a autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas (AURSAC), predominan los valores intermedios (27.3%), seguidos por los niveles muy bajos (23.2%) y los niveles altos (17.7%). Por lo que podemos observar que hay una gran cantidad de indecisos que podrían decantarse hacia alguno de los extremos.

En relación a la intención de participar en acciones colectivas presenciales (IPACP), los resultados indican que los mayores porcentajes se ubican en el nivel “Bajo” (24.9%). Sin embargo, si sumamos los puntajes “Alto” (21.5%) y “Muy

alto” (14.3%), se percibe que hay un grupo importante con una tendencia positiva hacia la intención de realizar acciones colectivas fuera de línea (35.8%).

Tabla N.15
Niveles de AEL, AURSAC e IPACP

	AEL		AURSAC		IPACP	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Muy bajo	64	21.8	68	23.2	59	20.1
Bajo	69	23.5	49	16.7	73	24.9
Intermedio	53	18.1	80	27.3	56	19.1
Alto	60	20.5	44	15.0	63	21.5
Muy alto	47	16	52	17.7	42	14.3

N = 293

Es importante mencionar, que los resultados observados al correlacionar la pertenencia a una universidad con las variables del estudio nos muestran que se alcanzaron correlaciones pequeñas que no eran significativas en las variables activismo en línea e intención de participar en acciones colectivas presenciales. En el caso de la variable autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas, si bien se encontró un valor estadísticamente significativo, el tamaño del efecto fue nulo, por lo que se puede concluir que los grupos universitarios no establecían diferencias relevantes. En consecuencia, se decidió trabajar la muestra de manera conjunta.

2. Análisis de hipótesis

Con respecto a la hipótesis general los resultados obtenidos presentan buenos indicadores de bondad de ajuste del modelo de ecuaciones estructurales, como es el caso del índice de bondad de ajuste (GFI = 1.00), índice de ajuste comparativo (CFI = 1.00) y la media de la raíz cuadrada de residuales (SRMR =

0.00), los cuales corroboraron que el modelo era el más adecuado. Por consiguiente estos hallazgos permiten confirmar la hipótesis general, indicando la validez del modelo mediacional de uso de redes Sociales para acciones colectivas (MMURSAC).

Para el análisis de mediación utilizando el modelo de ecuaciones estructurales, los resultados (Tabla N.16) indican que: en primer lugar, hay un efecto total de la variable activismo en línea sobre la intención de participar en acciones colectivas presenciales ($E = .46$ $CR = 6.88$ $p < 0.001$).

En segundo lugar, se encuentra que hay un efecto significativo del activismo en línea sobre la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas ($E = .39$ $CR = 5.27$ $p < .001$). Además, se aprecia que hay un efecto significativo directo del activismo en línea sobre la intención de participar en acciones colectivas presenciales ($E = .27$ $CR = 4.56$ $p < .001$). También, se observa que existe un efecto significativo de la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas sobre intención de participar en acciones colectivas presenciales ($E = .50$ $CR = 11.126$ $p < 0.001$). El conjunto de resultados indica que se produce una mediación parcial (Figura N.1).

Tabla N.16
Análisis de mediación de la AURSAC sobre la relación entre el AEL y el IPACP

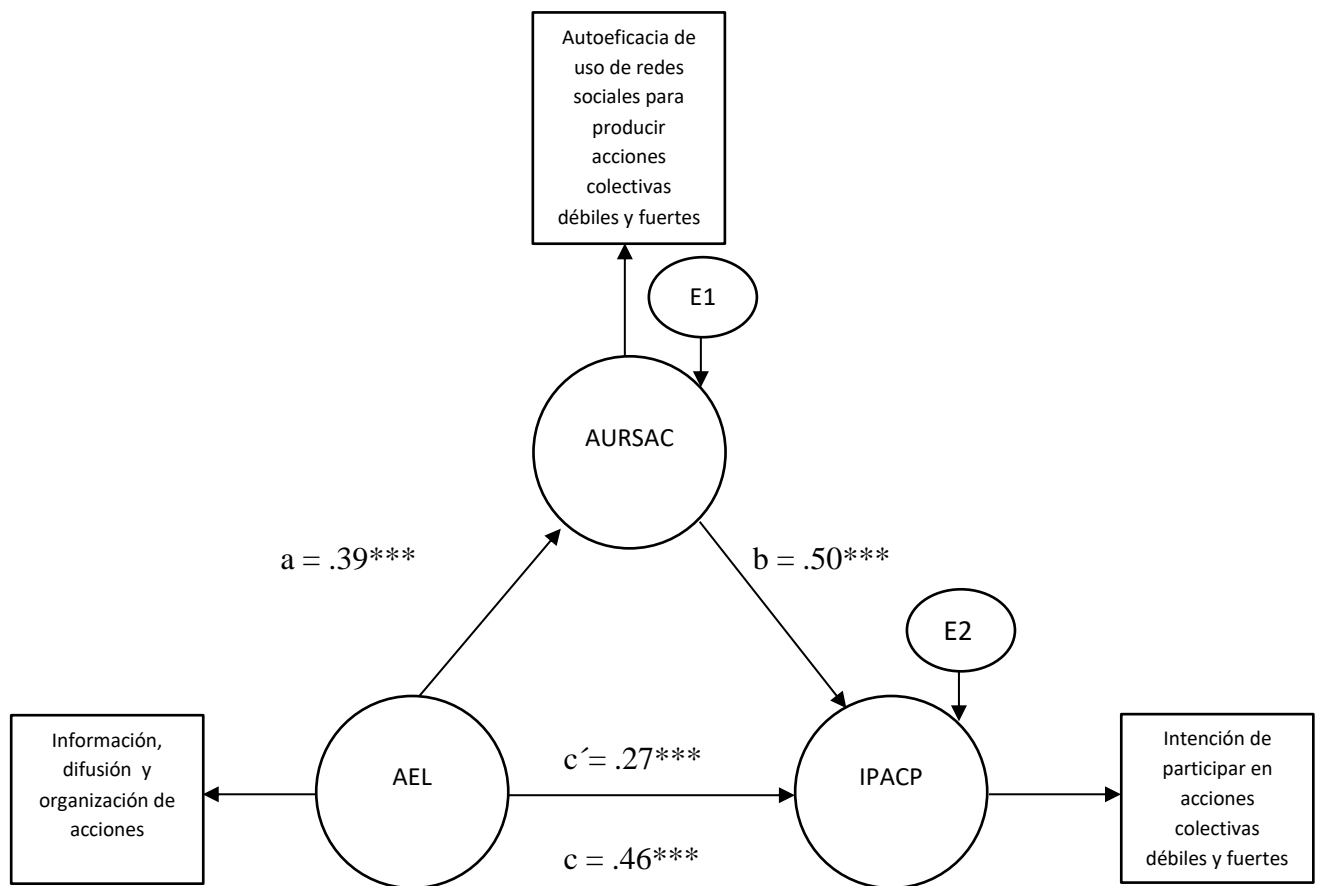
Efecto		Estimado	S.E.	Razón Crítica	Sig
Total	IPACP ← AEL	.46	.07	6.88	p<.001
	AURSAC ← AEL	.39	.07	5.27	p<.001
Directo	IPACP ← AEL	.27	.06	4.56	p<.001
	IPACP ← AURSAC	.50	.05	11.13	p<.001

Nota: AEL = Activismo en Línea; AURSAC = Autoeficacia del Uso de Redes Sociales para Producir Acciones Colectivas; IPACP = Intención de Participar en Acciones Colectivas Presenciales; N = 293

Para confirmar el análisis del efecto de mediación, también se utilizó el programa Process de Hayes (2013) y se realizó un análisis de mediación simple. Como se puede apreciar en la Figura N.1, se confirman las regresiones obtenidas con el modelo de ecuaciones estructurales. Además, se obtuvo un efecto indirecto de la variable activismo en línea sobre la variable intención de participar en acciones colectivas estadísticamente significativo, teniendo en cuenta la variable mediadora autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas (B =.19, SE = .05, 95%, [CI .11, .29]), lo cual confirma una mediación parcial.

Es importante indicar que tanto en el análisis de ecuaciones estructurales como en los resultado obtenidos mediante el programa Process, se observa que el coeficiente de regresión que indica el efecto total de la AEL sobre IPACP ($c = .46^{***}$) presenta diferencias con coeficiente de regresión que muestra el efecto directo de las mismas variables ($c' = .27^{***}$), lo que unido al coeficiente de regresión que indica el efecto indirecto (B =.19, SE = .05, 95%, [CI .11, .29])

evidencia una mediación parcial. Es decir, que el llevar a cabo activismo en línea, activaría la creencia en la capacidad de usar Facebook para producir acciones colectivas, y la creencia en esta capacidad específica influiría en la intención de participar en acciones colectivas de manera presencial (marchas, vigiliyas, plantones, etc.).



*** $p < .001$

Figura 2. Análisis de mediación entre AEL e IPACP, utilizando como variable mediadora a AURSAC

- a = Coeficiente de regresión de AEL sobre AURSAC
- b = Coeficiente de regresión de AURSAC sobre IPACP
- c = Coeficiente de regresión Total de AEL sobre IPACP
- c' = Coeficiente de regresión directo de AEL sobre IPACP

En relación a la primera hipótesis específica, esta propone una relación positiva y estadísticamente significativa entre el activismo en línea y la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas.

Los hallazgos que se pueden apreciar en la Tabla N. 17 indican que se encuentra una correlación de Spearman positiva de fuerza pequeña (Ellis, 2010), estadísticamente significativa y con una buena potencia estadística en la relación entre el activismo en línea y la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas ($r_s(292) = .29$ $p < .001$; $1 - \beta = .95$).

La segunda hipótesis propone una relación positiva y estadísticamente significativa entre el activismo en línea y la intención de producir acciones colectivas presenciales.

Los resultados (Tabla N.17) muestran que se encuentra una correlación de Spearman positiva mediana (Ellis, 2010), estadísticamente significativa y con una buena potencia estadística en la relación entre el activismo en línea y la intención de participar en acciones colectivas presenciales ($r_s(292) = .37$ $p < .001$; $1 - \beta = .95$).

La tercera hipótesis propone una relación positiva y estadísticamente significativa entre y la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas y la intención de producir acciones colectivas presenciales.

Los hallazgos (Tabla N.17) muestran que se encuentra una correlación de Spearman positiva grande (Ellis, 2010), estadísticamente significativa y con una buena potencia estadística en la relación entre el activismo en línea y la intención

de participar en acciones colectivas presenciales ($r_s(292) = .59$ $p < .001$; $1 - \beta = .95$).

Tabla N. 17
Matriz de correlaciones entre AEL, AURSAC e IPACP

	AEL	AURSAC
AURSAC	.29**	---
IPACP	.37**	.59**

** $p < .001$
N = 293

En relación al análisis comparativo de acuerdo al sexo:

La hipótesis cuatro, afirma que existe una diferencia significativa entre los puntajes del activismo en línea de acuerdo al sexo de los participantes. En la Tabla N.18 se puede apreciar que existen diferencias estadísticas significativas ($Z = 3.39$, $p = .001$) a favor de las mujeres ($M_r = 159.62$) respecto a los hombres ($M_r = 124.74$), encontrándose un tamaño del efecto obtenido a través del coeficiente r ($r(292) = .20$) que puede ser clasificado siguiendo a Ellis (2010) como pequeño y con una potencia estadística de .93.

La hipótesis cinco plantea la existencia de diferencias estadísticas significativas de acuerdo al sexo en los puntajes de la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas. Los hallazgos observados (Tabla N.18) muestran que no existen diferencias estadísticas significativas entre los hombres y las mujeres ($Z = 1.69$, $p = .091$), presentando un tamaño del efecto pequeño ($r(292) = .10$) y una potencia estadística de .50.

En lo que concierne a la hipótesis seis, la cual indica que existen diferencias significativas en la intención de participar en acciones colectivas

presenciales según el sexo de los participantes. En la Tabla N.18 se puede apreciar que existen diferencias estadísticas significativas ($Z = 3.79$, $p < .0001$), a favor del grupo de mujeres ($M_r = 161.08$), respecto a los hombres ($M_r = 122.16$), presentando un tamaño del efecto pequeño ($r(292) = .22$) y una potencia estadística de .97.

Tabla N. 18
Análisis comparativo de acuerdo a sexo

	Mujer Mr	Hombre Mr	U de Mann- Whitney	Z	Sig.	r	1 - β
AEL	159.62	124.74	7551	3.39	.001	.20	.93
AURSAC	153.29	135.91	8735.5	1.69	.091	.10	.50
IPACP	161.08	122.16	7278	3.79	<.0001	.22	.97

Capítulo V: Discusión

En relación a los niveles de las variables del estudio, se debe mencionar que en el caso de las tres variables un porcentaje importante de los resultados se concentra en los extremos (Tabla N.15). Además, podemos afirmar que los puntajes intermedios son menores en comparación a la suma de los puntajes “Bajo” y “Muy Bajo”, y de los “Alto” y “Muy Alto”.

Los niveles alcanzados en las categorías inferiores podrían explicarse ya que la encuesta del estudio incluye un activismo en línea que describe acciones colectivas más cercanas al concepto de acciones “duras” o más confrontacionales, como el uso de Facebook para la organización de acciones colectivas y no en acciones en línea catalogadas como “suaves” o menos confrontacionales, tipo el envío de cartas o la firma de peticiones (Brunsting, 2002). Hay que indicar que la ausencia de un activismo en línea duro en la muestra coincide con un porcentaje importante de personas que muestran escasa intención de realizar acciones duras fuera de línea como marchas de protestas, boicots y plantones (35.8% si sumamos los niveles “Muy bajo” y “Bajo”). Este hallazgo podría explicarse en función a lo planteado por Morozov (2011), quien indica que muchas personas se están involucrando en acciones en línea que los hacen sentirse bien consigo mismos, pero que tienen poco impacto respecto al logro de objetivos políticos.

Asimismo, considerando el uso extendido de las redes sociales tipo Facebook entre los universitarios (Shier, 2005; Ruiz y Escura, 2013) y el riesgo de este grupo a desarrollar adicción hacia ellas (Zaremohzzabieh et al, 2014); el bajo

nivel de Intención de participar en acciones colectivas en el mundo real es coherente con los planteado por Delgado et al. (2016). Los autores encuentran que el uso de excesivo de redes sociales virtuales y la falta de control personal de estas, se relaciona negativamente con la defensa de los derechos como consumidor y con la expresión de enfado o disconformidad. Las marchas, plantones y demás, son expresiones de enfado y defensa de los derechos, por lo tanto, un uso excesivo y descontrolado de plataformas como Facebook de los universitarios podría estar yendo en contra de la participación en acciones colectivas de protesta.

Un hallazgo a destacar es que la autoeficacia presenta el nivel más elevado de puntajes intermedios (27.3%), cifra que estaría revelando que los participantes no están seguros de poseer la suficiente capacidad para usar las redes sociales con el fin de producir acciones colectivas. Atribuimos este resultado a la relativa novedad del uso de las redes como Facebook, en la organización de movimientos sociales en nuestro país. En el año 2014, recién se puede apreciar que se comenzó a utilizar Facebook para convocar a protestas masivas en el Perú, siendo un ejemplo de estas iniciativas la marcha contra un régimen laboral juvenil propuesto por el congreso denominado “ley Pulpín” (La República, 2015).

No obstante que predominan los niveles inferiores, no debemos dejar de reconocer que en las tres variables la suma de los niveles “Altos” y “Muy altos” alcanza más del 30%. En el caso del activismo en línea, este importante porcentaje puede deberse a que las redes sociales tipo Facebook son muy populares entre los universitarios (Tess, 2004, Ruiz y Escurra, 2013; Salas y Escurra, 2014) y a que

entre los usos que estos les dan se encuentran el intercambiar información, expresar su opinión política y organizar manifestaciones públicas. Esta afirmación es coherente con lo planteado por Cabalin (2014) en una investigación basada en las publicaciones de la Federación de estudiantes de la Universidad de Chile, en el marco de las protestas contra el modelo educativo chileno en el año 2011. El uso común de las redes sociales virtuales tipo Facebook entre los universitarios es coherente con los hallazgos de Kim y colaboradores (2015), quienes proponen que el uso de las plataformas virtuales y los celulares inteligentes puede fungir como mediador entre la aspiración de pertenecer a un grupo y el involucramiento social con la comunidad universitaria a la que se pertenece.

Respecto a los niveles “Altos” y “Muy Altos” (32%) de la autoeficacia del uso de las redes sociales para producir acciones colectivas, los resultados son consistentes con el concepto de aprendizaje vicario como fuente de autoeficacia, planteado por Bandura (2002). Bandura sostiene que las personas poseen la capacidad de aprender observando a otros y que si se considera que estos individuos son similares a nosotros y tienen éxito en su tarea, esto hará que nuestra autoeficacia respecto a una determinada situación aumente. Es importante mencionar que el aprendizaje vicario no se limita al medio ambiente circundante, sino que se extiende a los modelos percibidos en los medios de comunicación (Burney, 2008). Desde el 2014, se han producido en el Perú distintas acciones colectivas organizadas y promocionadas en redes sociales virtuales, las que han tenido gran convocatoria y cobertura por parte de los medios (El Comercio, 2014; RPP, 2016; La República, 2016a y El Comercio, 2017c). Por consiguiente, dado que mediante los medios de comunicación se puede apreciar que movimientos

liderados por jóvenes y organizados en redes sociales virtuales han tenido éxito; entonces es posible inferir que estas experiencias podrían haber impactado de alguna manera en el nivel de la autoeficacia de los universitarios para utilizar redes sociales y convocar a la realización de acciones colectivas presenciales.

Es necesario recordar que la muestra está compuesta por estudiantes de dos universidades privadas. Resaltamos la naturaleza privada de las dos instituciones puesto que, dadas las brechas socio económicas de un departamento como Lima (APEIM, 2017), si los individuos estudiados hubieran provenido de universidades públicas, los resultados podrían haberse visto afectados.

Los resultados confirman la hipótesis general del estudio que plantea la existencia de un alto índice de bondad de ajuste en el modelo mediacional de uso de redes sociales para acciones colectivas (MMURSAC), demostrando que el modelo posee un buen índice de bondad de ajuste ($GFI = 1.00$, $CFI = 1.00$). Asimismo, se observa la influencia de la variable mediadora en la relación entre el activismo en línea y la intención de participar en acciones colectivas presenciales al comparar la diferencia entre el efecto total (.46) y el efecto directo (.27) (Tabla N.16, Figura N.1). Estos hallazgos guardan relación con lo estudiado por Alberici y Milesi (2013) en una muestra de activistas italianos, quienes encontraron que la intención de realizar una acción colectiva era predicha por la eficacia colectiva cuando los activistas presentaban una alta discusión política en línea. También en la línea de estos hallazgos, Vaccari et al.(2015) hallaron que expresar ideas políticas en redes sociales virtuales y ciertas manifestaciones de eficacia política estaban asociadas a acciones en el mundo real como asistir a evento político. Una posible explicación para el efecto mediador de la autoeficacia

es que: la expresión de posturas políticas en la red, una forma de activismo en línea, podría incrementar la autoeficacia personal al mostrar a los usuarios que son capaces de participar en el proceso político, esto tendría como consecuencia creación de la confianza necesaria para llevar cabo diferentes formas de participación política presencial (Vaccari et al, 2015).

Por otro lado, consideramos que el sistema de causación recíproca triádica de la teoría social cognitiva (Burney, 2008) podría colaborar en la explicación del modelo mediacional planteado en este estudio. Este sistema explica el funcionamiento del individuo en base a la interacción entre medio ambiente, factores personales y comportamiento. Aplicando los conceptos de la teoría social cognitiva al modelo MMURSAC, podríamos encontrar los elementos necesarios para suponer una causación recíproca triádica. Es así que los elementos del medio ambiente estarían constituidos por el activismo en línea, debido a que en los ambientes virtuales las personas expresan su opinión política y, por lo tanto, son expuestas a la de los demás (Alberici y Milesi, 2013; Gil de Zuñiga et al. 2015). En segundo lugar, la autoeficacia es un factor personal, que determina lo que el individuo hace con sus conocimientos y habilidades (Pajares y Schunk, 2001); la investigación hace referencia a un autoeficacia individual específica: la creencia en la capacidad para utilizar las redes sociales para generar acciones colectivas presenciales. Finalmente, dado que la intención es un buen predictor de la conducta del individuo (Ajzen, 1991), encontramos que la variable intención del estudio podría equivaler al componente conductual mencionado en el sistema de causación triádica. La teoría social cognitiva describe a los factores personales, es decir lo que cada individuo piensa sobre sí mismo como un mediador entre el

medio ambiente y las conductas (Bruning et al., 2012). Dado que apreciamos que la Autoeficacia del Uso de Redes Sociales para Producir Acciones Colectivas actúa de mediador entre el Activismo en Línea y la Intención de Participar en Acciones Colectivas Presenciales, entonces es posible sugerir que la interacción planteada por el sistema de causación triádica de la teoría social cognitiva podría verse reflejada en el actual trabajo.

Respecto a la primera hipótesis específica, la cual plantea existencia de una relación positiva y estadísticamente significativa entre el Activismo en Línea y la Autoeficacia para la Realización de Acciones Colectivas Presenciales: los resultados confirman la primera hipótesis, ya que se observa una correlación positiva moderada de .29 entre las variables (Tabla N.17). Los hallazgos guardan relación con lo planteado por Wang et al. (2015), quienes encontraron en un estudio con universitarios en Singapur, que la experiencia en el uso de Facebook era un adecuado predictor de la autoeficacia en el uso de Facebook. La correspondencia con el estudio mencionado se explica porque el activismo en línea implica un uso de Facebook, el cual podría estar aumentando la autoeficacia para organizar acciones colectivas fuera de línea. Asimismo, es importante considerar que de acuerdo a Bandura (1995), una de las fuentes más importantes de autoeficacia es el aprendizaje vicario. Siendo que los jóvenes usan las redes sociales para realizar activismo en línea (Cabalin, 2014; García-Galera et al., 2014; Vaccari et al., 2015, Alberici y Milesi, 2013), es probable que los participantes del estudio estén expuestos a información de su círculo social que describe como individuos similares a ellos llevan a cabo ciberactivismo

obteniendo resultados satisfactorios, lo que podría aumentar su autoeficacia respecto al uso de redes sociales para producir acciones colectivas.

La segunda hipótesis específica sostiene la existencia de una relación positiva y estadísticamente significativa entre el activismo en línea y la intención de participar en acciones colectivas presenciales. Esta hipótesis es confirmada por los hallazgos encontrados, dado que se aprecia una correlación positiva significativa moderada entre las dos variables (Tabla N.17). El resultado es coherente con lo sostenido por Tufekci y Wilson (2012) quienes reportaron, respecto a una muestra de protestantes egipcios, que el uso de medios sociales virtuales, tipo Facebook, incrementaba la probabilidad de participar en protestas. Asimismo, Alberici y Milesi (2013), en un estudio con activistas italianos, observaron que la discusión política en línea predecía la intención de realizar una acción colectiva. Por otro lado, los resultados se condicen con lo planteado por García-Galera et al. (2014) en una investigación con universitarios españoles. Estos autores encontraron que el 38% de los encuestados mencionó que si participa en un evento en línea, también lo hace en su versión fuera de línea. Además, García-Galera et al. (2014) hallaron una correlación positiva entre el uso de redes sociales virtuales con el objetivo de fomentar una movilización social y la participación en una acción de protesta social. La confirmación de la segunda hipótesis, también guarda relación con lo descrito por Gil de Zúñiga et al. (2015), los que identificaron que el uso de los medios sociales virtuales para fines sociales e informativos predecía adecuadamente la participación política en línea y fuera de línea (por ejemplo: participación en marchas, protestas, etc.). Además, Vaccari et al. (2015) llevaron a cabo un estudio durante las elecciones generales

italianas del 2011, encontrando que expresar ideas políticas en redes sociales virtuales incrementaba la probabilidad de llevar a cabo una serie de actividades como: producir campañas en redes sociales favoreciendo a un partido político, acudir a una manifestación política fuera de línea y comunicarse con un político vía correo electrónico. No obstante, Li y Chan (2017) presentaron hallazgos contradictorios a la segunda hipótesis específica: los autores realizaron un estudio con muestras de China y Hong Kong y hallaron que el buscar información a través de medios sociales virtuales, estaba asociado positivamente a la discusión en fuera de línea, pero negativamente asociado a la participación política en el mundo real. Además, los autores no hallaron evidencia de que la discusión en línea mediara en la relación entre la búsqueda de información a través de medios sociales virtuales y la participación política fuera de la red.

Explicaciones tentativas que buscan aclarar la confirmación de la segunda hipótesis específica podrían ser que: las redes sociales virtuales posibilitan que confluyan aspectos como apoyo social, información, coordinación y cooperación, lo que promovería la implicancia en una protesta política presencial (Tufekci y Wilson, 2012). Otra alternativa de explicación es que las conversaciones políticas en el Internet podrían hacer que los usuarios perciban que los miembros del grupo virtual al que pertenecen también tienen la intención de generar una acción colectiva, por lo que podrían convencerse de que el objetivo de la movilización es posible (Alberti y Milesi, 2013). Además, esta relación podría atribuirse a los videos y fotos permiten ver a los usuarios que las convocatorias para realizar acciones tienen una consecuencia en el mundo real (Seo et al., 2014; Cmeciu y Coman, 2016), por lo que podrían sentirse más motivados a participar en las

acciones colectivas. Esta afirmación es coherente con lo planteado por Bandura respecto al aprendizaje vicario: los individuos aprenden observando a otros y concluyen si una acción es atractiva e imitable (Burney, 2008). Es así que las personas que hacen activismo en línea, posiblemente están expuestas a información sobre las acciones de individuos parecidos a ellos que tienen éxito defendiendo causas con las que los usuarios simpatizan. Esto podría llevar a los que realizan activismo en línea a unirse a determinadas acciones colectivas de manera presencial. Un ejemplo, de imitación lo brinda la plataforma Youtube, que aumenta la posibilidad de realizar determinadas conductas, porque permite que estas sean observados por una gran masa de personas (Seo et al., 2014).

En relación a la tercera hipótesis específica, la que plantea la existencia de una relación positiva y estadísticamente significativa entre la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas y la intención de participar en acciones colectivas presenciales: los hallazgos confirman esta hipótesis, presentando una correlación significativa intensa de 0.59 entre ambas variables (Tabla N.17). Los resultados guardan relación con lo planteado por Lampe y colaboradores (2011), quienes encontraron que la autoeficacia del uso de Facebook para obtener información de interés era un buen predictor de la realización de colaboración grupal negativa (no aprobada por un profesor) en estudiantes universitarios. También podemos ver la coherencia de los resultados con lo encontrado por Zhang y Gearhart (2015) quienes hallaron que la eficacia individual del uso de Internet tenía un efecto positivo sobre la participación cívica fuera de línea individual y social. Con respecto a este hallazgo, debemos recordar que la autoeficacia es un buen predictor de la conducta (Bandura, 1995), por lo

que la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas en el mundo real podría estar impactando en la intención de llevar a cabo estas acciones.

En lo referente a la cuarta hipótesis específica, la que declara la existencia de diferencias significativas en los puntajes del activismo en línea en base al sexo de los participantes. Los resultados confirman la existencia de diferencias significativas pequeñas a favor de las mujeres. Este hallazgo guarda relación con lo planteado en una investigación de Tufekci y Wilson (2012) con una muestra de protestantes egipcios, en la que se pudo apreciar que las mujeres usaban el Facebook y el Twitter para informar sobre las protestas más que sus contrapartes masculinos. Asimismo, la confirmación de la primera hipótesis puede ser coherente con el mayor uso que las mujeres dan a los smartphones (Kim et al. (2015), lo que podría exponerlas más a informaciones relacionadas al activismo en línea. No obstante, los hallazgos no son consistentes con lo encontrado por Zhang y Eberhart (2015), quienes no encontraron influencia del sexo en la participación cívica a través de redes sociales virtuales. Una posible explicación a la diferencia entre hombres y mujeres respecto al Activismo en Línea, podría deberse a la popularidad del movimiento “Ni una menos” en las redes sociales virtuales, iniciativa que colocó el problema de los altos índices de violencia contra la mujer en el Perú en la agenda pública (La República, 2017b).

Respecto a la quinta hipótesis específica, la que plantea que existen diferencias significativas entre los puntajes de la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas basadas en el sexo de los participantes.

Los hallazgos no han confirmado la presencia de diferencias significativas respecto a la autoeficacia. La inexistencia de diferencias podría asociarse al hecho de que el grupo de participantes del estudio está compuesto por jóvenes estudiantes, los cuales hacen uso frecuente de las redes sociales virtuales (Zaremohzzabieh et al, 2014) para conectarse con sus comunidades universitarias (Kim et al, 2015). Teniendo en cuenta que la gran presencia de los movimientos de protesta de los últimos años en las redes sociales virtuales (El Comercio, 2014; RPP, 2016; La República, 2017b; El Comercio, 2017c), su popularidad entre los colectivos universitarios y su éxito en la convocatoria de movilizaciones masivas (Díaz, 2015; La República, 2016a), podríamos pensar que el tipo de autoeficacia que analiza el estudio ha influido tanto en hombres como en mujeres.

En cuanto a la sexta hipótesis específica, la que establece la existencia de diferencias significativas entre los puntajes de la intención de participar en acciones colectivas respecto al sexo de los participantes. Los hallazgos, confirman la hipótesis y evidencian diferencias a favor de las mujeres. Este resultado se corresponde con lo descrito por Zhang y Gearhart (2014) en un estudio con estadounidenses mayores de 18 años: los autores hallaron que las mujeres poseían una tendencia mayor a participar en organizaciones cuyo objetivo era servir a la comunidad (grupos de jóvenes, grupos de consumidores, partidos políticos, etc.) en comparación a los varones del estudio. Una explicación tentativa de esta diferencia podría estar relacionada a la popularidad y aceptación del movimiento “Ni una menos” (El Comercio, 2017a), y a variables como la proximidad social y emocional (García – Galera et al, 2014). Las marchas promovidas por la iniciativa “Ni una menos” podrían haber generado en las participantes de este estudio

empatía e identificación emocional, debido a las situaciones de injusticia que viven las mujeres en el día a día (INEI, 2016); lo cual impactaría en la inclinación del grupo femenino a tomar parte en acciones colectivas presenciales. Por otro lado, teniendo nuevamente en cuenta el movimiento “Ni una menos”, en esta iniciativa ha resaltado dos elementos necesarios para la realización de una acción colectiva: la percepción de injusticia y la identidad social; ambas variables que pueden posibilitar la acción colectiva (Postmes, 2007), puesto que un conjunto de personas, las mujeres, percibe que sus derechos están siendo vulnerados y tiene lazos fuertes respecto a este grupo.

Es necesario considerar que la mayor cantidad de mujeres en la muestra (187) podría haber influido en las diferencias respecto a los puntajes en el activismo en línea y la intención de participar en acciones colectivas presenciales.

Dentro de las limitaciones del estudio se puede mencionar el no haber aplicado una prueba que evalúe la deseabilidad social. Asimismo, se puede indicar que pese a que la variable sexo se encontraba relacionada con las variables activismo en línea e intención de realizar acciones colectivas presenciales, no se ha contado con el poder estadístico suficiente para integrarla al modelo.

Finalmente, respecto al análisis de instrumentos, los hallazgos del estudio señalan que las escalas diseñadas para la medición del activismo en línea, la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas y la intención de participar en acciones colectivas presenciales muestran evidencia de validez y confiabilidad. La principal evidencia de validez es establecida por la validez de constructo en la modalidad de análisis factorial exploratorio, puesto

que los ítems de las pruebas presentan factores teóricos esperados (Santisteban, 2009; Martínez et al., 2016).

En lo concerniente a la confiabilidad las tres pruebas revelaron coeficientes de consistencia de Alpha de Cronbach de 0.87 tanto para la escala de activismo en línea como para la escala de autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas y de 0.80 para la escala de intención de participar en acciones colectivas presenciales. Por consiguiente, las pruebas han demostrado tener una alta confiabilidad, al superar el valor mínimo de validez de 0.70. (Nunnally y Bernstein ,1995; Gregori, 2012).

Capítulo VI: Conclusiones

1. La validación del modelo MMURSAC sugiere que la relación entre el activismo en línea y la intención de participar en acciones colectivas presenciales se explica, en parte, por la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas.
2. La relación positiva y estadísticamente significativa entre el activismo en línea y la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas, apunta a que el ciberactivismo expone a los individuos a información que podría aumentar su autoeficacia para usar las redes sociales con el propósito de realizar acciones colectivas.
3. La relación positiva y estadísticamente significativa entre el activismo en línea y la intención de participar en acciones colectivas presenciales, sugiere que el activismo en línea involucra a las personas en acciones presenciales, puesto que evidencia que individuos similares a los usuarios de redes sociales son capaces de realizar acciones fuera de línea.
4. La relación positiva y estadísticamente significativa entre la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas y la intención de participar en acciones colectivas presenciales, alude a un aumento en la probabilidad de realizar una acción colectiva en mundo real en base a la

creencia en la capacidad individual para usar redes sociales con el propósito de llevar a cabo acciones colectivas.

5. El mayor nivel de activismo en línea en las mujeres sugiere un involucramiento más intenso, producto de factores coyunturales en el Perú como los movimientos contra la violencia hacia la mujer.
6. La ausencia de diferencias significativas entre los puntajes de la autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas de acuerdo al sexo de los participantes, alude al uso frecuente de las redes sociales por los jóvenes en general.
7. El mayor nivel de intención de participar en acciones colectivas presenciales de las participantes mujeres se podrían relacionar a la percepción de injusticia e identificación con la situación de violencia contra la mujer en el Perú.

Capítulo VII: Recomendaciones

- Validar el modelo MMURSAC en diferentes poblaciones, para determinar si la variable mediadora AURSAC ejerce un efecto mediador solo en la población universitaria.
- Validar las escalas creadas (activismo en línea, autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas e intención de participar en acciones colectivas presenciales) en otras poblaciones.
- Replicar el estudio en muestras de activistas políticos para confirmar que la variable autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas tiene un efecto mediador en la relación entre el activismo en línea y la intención de participar en acciones colectivas presenciales en este grupo.
- Realizar un estudio con las variables autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas e intención de participar en acciones colectivas presenciales, modificando ambas variables, de tal manera que solo incluyan acciones colectivas que se puedan llevar a cabo dentro de canales relacionados a instituciones legales que velen por los ciudadanos. De esta forma se apreciaría si la autoeficacia del uso de redes sociales puede estar conectada a acciones colectivas dentro de marcos legales e institucionales.

- Realizar estudios experimentales para observar si la manipulación de la variable autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas impacta en la intención de participar en acciones colectivas presenciales.
- Llevar a cabo estudios longitudinales para determinar si las correlaciones, regresiones y el efecto mediacional cambian con el tiempo.
- Realizar futuros estudios que establezcan análisis diferenciados de las acciones colectivas débiles y las acciones colectivas fuertes, respecto a las variables activismo en línea, autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas e intención de participar en acciones colectivas presenciales.
- Incluir la variable sexo en futuros análisis de este tipo de investigaciones, para establecer si se trata de una variable confusora.
- Incorporar una escala de mentiras, así como, una de deseabilidad social en futuros instrumentos que busquen cuantificar las mediciones de las variables del estudio, con el objetivo de poder controlar potenciales efectos no deseados.

Referencias bibliográficas

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179– 211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Alberici, A. I., & Milesi, P. (2013). The Influence of the Internet on the Psychosocial Predictors of Collective Action. *Journal Of Community & Applied Social Psychology*, 23(5), 373-388. doi:10.1002/casp.2131
- Asociación peruana de empresas de investigación de mercados (2017). Niveles socioeconómicos
2017. Recuperado de:
<http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2017.pdf>
- Ato, G. (2015). Diseños de investigación en psicología. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Bandura, A. (1995). *Self - efficacy in Changing Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bandura, A. (2001a). Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Media Psychology*, 3(3), 265 - 299.
- Bandura, A. (2001b). SOCIAL COGNITIVE THEORY: An Agentic Perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 1 - 26.

- Bandura, A. (2002). Social Cognitive Theory in Cultural Context. *Applied Psychology: An International Review*, 51(2), 269.
- Benford, R. D., & Snow, D. A. (2000). FRAMING PROCESSES AND SOCIAL MOVEMENTS: An overview and Assessment. *Annual Review Of Sociology*, 26611.
- Breuer, A., & Farooq, B. (2012). Online Political Participation: Slacktivism or Efficiency Increased Activism? *Conference Papers -- International Communication Association*, 1-25.
- Bruning, R., Schraw, G. y Nory, M. *Psicología Cognitiva y de la Instrucción* (2012). 5ta Edición. Madrid: Pearson.
- Brunsting, S., & Postmes, T. (2002). Social Movement Participation in the Digital Age: Predicting Offline and Online Collective Action. *Small Group Research*, 33(5), 525.
- Burney, V. H. (2008). Applications of Social Cognitive Theory to Gifted Education. *Roeper Review*, 30(2), 130-139. doi:10.1080/02783190801955335
- Cabalin, C. (2014). Online and Mobilized Students: The Use of Facebook in the Chilean Student Protests. *Comunicar*, 22(43), 25-33. doi:10.3916/C43-2014-02

Cmeci, C. c., & Coman, C. c. (2016). Activismo cívico digital en Rumanía: La comunidad de Facebook en las protestas on-line contra Chevron. (Spanish). *Comunicar*, 24(47), 19-28. doi:10.3916/C47-2016-02

Díaz, J. (31 de enero de 2015). Cómo se organizaron los movimientos juveniles que acabaron con la Ley Pulpín. *La República*. Recuperado de <http://larepublica.pe/politica/852765-como-se-organizaron-los-movimientos-juveniles-que-acabaron-con-la-ley-pulpin>

Delgado, A., & Escurra, L., & Atalaya, M., & Pequeña Constantino, J., & Cuzcano, A., & Rodríguez, R., & Álvarez, D. (2016). Las habilidades sociales y el uso de redes sociales virtuales en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana. *Persona*, (19), 55-75.

El Comercio (18 de diciembre de 2014). Facebook: marcha contra ley labora juvenil se vivió en redes. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/redes-sociales/facebook/facebook-marcha-ley-laboral-juvenil-vivio-redes-315768>

El Comercio (29 de setiembre de 2017a). Alberto Fujimori: hoy se realizará marcha contra posible indulto. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/alberto-fujimori-convocan-marcha-viernes-29-posible-indulto-noticia-460766>

El Comercio (12 de enero de 2018a). Fujimori: las imágenes que dejó la marcha contra el indulto. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/fujimori-imagenes-dejo-marcha-indulto-noticia-488573>

El Comercio (30 de enero de 2018b). Así se desarrolla la marcha contra el indulto en el país. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/peru/desarrolla-marcha-indulto-pais-noticia-493432>

El Comercio (5 de mayo de 2018d). Marcha por la Vida: así se desarrolló la movilización en Lima. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/marcha-vida-desarrolla-movilizacion-noticia-517900>

Ellis, P. (2010) *The Essential Guide to Effect Sizes*. New York: Cambridge University Press.

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x

Erberhardt, D. (2007). Facing up to Facebook. *About Campus*, 12(4), 18 - 26. DOI: 10.1177/104649602237169

Faul, F. (2014). G Power versión 3.1.9.2. Universität Kiel, Germany.

Fritz, C., Morris, P., & Richler, J. (2012). Effect size estimates: Current use, calculations, and interpretation. *Journal of Experimental Psychology, General*, 141(1), 2-18.

- García-Galera, M., Del-Hoyo-Hurtado, M., y Fernández-Muñoz, C. (2014). Engaged Youth in the Internet. The Role of Social Networks in Social Active Participation. *Comunicar*, 22(43), 35-43. doi:10.3916/C43-2014-03
- Gil de Zúñiga, H., Molyneux, L., & Zheng, P. (2014). Social Media, Political Expression, and Political Participation: Panel Analysis of Lagged and Concurrent Relationships. *Journal Of Communication*, 64(4), 612-634. doi:10.1111/jcom.12103
- Gregory, R. (2012). Pruebas psicológicas: historia, principios y aplicaciones (6a ed.). México: Pearson
- Hayes, A. (2013). Introduction to Mediation, Moderation and Conditional Process Analysis. A Regression – Based Approach. New York. London: The Guilford Press.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación (6a ed.). México D.F. McGraw-Hill.
- Haythornwite, C. (2007). Social networks and online community. En J. Adam, *The Oxford Handbook o Internet Psychology* (págs. 121 - 137). Oxford: Oxford University Press.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2016). Encuesta Demográfica y de Salud Familiar. Recuperado de:
https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1433/index.html

- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017). Perú: Estadísticas de Femicidio. Registros Administrativos. Síntesis Estadística. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_femicidio.pdf
- Khamis, S., & Vaughn, K. (2012). 'We Are All Khaled Said': The potentials and limitations of cyberactivism in triggering public mobilization and promoting political change. *Journal Of Arab & Muslim Media Research*, 4(2/3), 145-163. doi:10.1386/jammr.4.2-3.145_1
- Kim, Y., Wang, Y., & Oh, J. (2016). Digital Media Use and Social Engagement: How Social Media and Smartphone Use Influence Social Activities of College Students. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*, 19(4), 264-269. doi:10.1089/cyber.2015.0408
- Kline, P. (2015). A Handbook of test construction: introduction to psychometric design. London: Routledge.
- Klandermans, B., & Van Stekelenburg, J. (2007). Individuals in Movements. A Social Psychology of Contention. En B. Klandermans , & C. Roggeband, *Handbook of Social Movements Across Disciplines* (págs. 157 - 204). New York: Springer.
- La República (27 de enero de 2015). Ley Laboral Juvenil: así se gestó su derogatoria. *La República*. Recuperado de <http://larepublica.pe/politica/851341-ley-laboral-juvenil-asi-se-gesto-su-derogatoria>

La República (13 de agosto de 2016a). Ni Una Menos: miles marcharon contra la violencia hacia la mujer. *La República*. Recuperado de <http://larepublica.pe/sociedad/793812-ni-una-menos-todo-lo-que-debes-saber-para-acudir-la-marcha>

La República (12 de marzo, 2016c). “Marcha por la vida: Unas 10 000 personas recorrieron las calles de Lima. *La República*. Recuperado de <https://larepublica.pe/sociedad/748052-marcha-por-la-vida-unas-10000-personas-recorrieron-las-calles-de-lima-en-contra-del-aborto>

La República (4 de marzo de 2017a). “Con mis hijos no te metas”: así se desarrolla la marcha contra la “ideología de género”. *La República*. Recuperado de <https://larepublica.pe/sociedad/853601-con-mis-hijos-no-te-metas-manifestantes-se-reunen-para-marchar-contra-la-ideologia-de-genero>

La República (9 de octubre de 2017b). Convocan a nueva marcha de “Ni una menos” para el 25 de noviembre *La República*. Recuperado de <http://larepublica.pe/sociedad/1108392-convocan-a-nueva-marcha-de-ni-una-menos-para-el-25-de-noviembre>

La República (30 de enero de 2018). Este martes se realizará la quinta marcha contra indulto a Fujimori. *La República*. Recuperado de <http://larepublica.pe/sociedad/1177593-este-martes-se-realizara-la-quinta-marcha-contra-indulto-a-fujimori>

Lampe, C. I., Wohn, D. w., Vitak, J. v., Ellison, N. n., & Wash, R. w. (2011). Student use of Facebook for organizing collaborative classroom activities. *International Journal Of Computer-Supported Collaborative Learning*, 6(3), 329-347. doi:10.1007/s11412-011-9115-y

Lara, J. (24 de noviembre de 2017). Ni Una Menos: 93% de limeños apoya marcha de mañana. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/93-limenos-apoya-marcha-manana-noticia-476333>

Rosseel, I. (2018). The Lavaan tutorial. Ghent University. Recuperado de <http://lavaan.ugent.be/tutorial/tutorial.pdf>

Li, X., y Chan, M. (2017). Comparing social media use, discussion, political trust and political engagement among university students in China and Hong Kong: an application of the O-S-R-O-R model. *Asian Journal Of Communication*, 27(1), 65-81. doi:10.1080/01292986.2016.1248454

Marcha por la vida (2018). Recuperado de: <https://www.facebook.com/marchaporlavidaperu/>

Martínez, M., Hernández, V., Hernández, M. (2006). *Psicometría*. Madrid: Alianza.

Mew, L., y Money, W. H. (2010). Effects of computer self-efficacy on the use and adoption of online social networking. *International Journal of Virtual Communities and Social Networking*, 2, 18-34.

Morozov, E. (2011). *The net delusion: The dark side of internet freedom* (1st ed.). New York, NY: Public Affairs.

Nunally, J. y Bernstein, I. *Teoría Psicométrica* (2a ed.). México D.F.: McGraw.Hill.

Olson, M. (1971). *The logic of collective action: Public goods and the theory of groups*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Perú 21 (5 de mayo de 2018). Así se desarrolló la “Marcha por la Vida” en Lima. *Perú 21*.

Recuperado de <https://peru21.pe/lima/marcha-vida-debes-movilizacion-realizara-sabado-405662>

Pajares, F. y Schunk, D. H. (2001). Self-beliefs and school success: Self-efficacy, self-concept, and school achievement. In R. Riding, & S. Rayner (Eds.). *Perception* (239 – 266). London: Ablex Publishing

Pérez, C. (2013). *IBM SPSS estadística aplicada: conceptos y ejercicios resueltos*. Madrid: Garceta.

Rojas, R. (2013). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México D.F.: Plaza y Valdés.

RPP Noticias (22 de julio de 2016). Convocan el Facebook a marcha “Ni una Menos” ante la violencia contra la mujer. *RPP Noticias*. Recuperado de <http://rpp.pe/peru/actualidad/facebook-convocan-a-marcha-ni-una-menos-ante-la-violencia-contra-la-mujer-noticia-980772>

RPP Noticias (5 de marzo de 2017a). La marcha “Con mis hijos no te metas” convocó a 25 personas en Lima. *RPP Noticias*. Recuperado de <http://rpp.pe/lima/actualidad/la-marcha-con-mis-hijos-no-te-metas-convoco-a-25-mil-personas-en-lima-noticia-1034919>

RPP Noticias (12 de agosto de 2017b). Ni una menos. Miles de personas marcharon contra la violencia a la mujer. *RPP Noticias*. Recuperado de <http://rpp.pe/lima/actualidad/ni-una-menos-marcha-contra-la-violencia-a-la-mujer-sera-este-sabado-noticia-1069718>

RPP Noticias (28 de diciembre de 2017c). ¿Por qué delitos Alberto Fujimori fue condenado a 25 años de prisión?. *RPP Noticias*. Recuperado de <http://rpp.pe/politica/judiciales/video-por-que-alberto-fujimori-fue-condenado-a-25-anos-de-prision-noticia-955392>

RPP Noticias (5 de mayo de 2018a). Miles de personas participaron en Lima en la “Marcha por la Vida”. *RPP Noticias*. Recuperado de <http://rpp.pe/lima/actualidad/miles-de-personas-participan-en-lima-en-la-marcha-por-la-vida-noticia-1120875>

Ruiz Dodobara, F. y Ecurra Mayaute, L. M. (2013). Hábitos de consumo de Facebook y YouTube. Conciencia y estrategias metacognitivas en la lectura y estrategias de aprendizaje y estudio en universitarios. *Persona*, (16), 29 – 71.

- Salas, E. y Ecurra, M. (2014). Uso de Redes Sociales entre estudiantes universitarios Limeños. *Revista de Peruana de Psicología y Trabajo Social*, 3(1), 75 – 90.
- Santisteban, C. (2009). Principios de Psicometría. Madrid: Síntesis.
- Seo, H., Houston, J. B., Knight, L. T., Kennedy, E. J., & English, A. B. (2014). Teens' social media use and collective action. *New Media & Society*, 16(6), 883-902. doi:10.1177/1461444813495162
- Sheldon, P. (2008). The Relationship Between Unwillingness to communicate and students Facebook Use. *Journal of media Psychology*, 20(2), 67 - 75. DOI: 10.1027/1864-1105.20.2.67
- Shier, M. T. (2005). The way technology changes how we do what we do. *New Directions For Student Services*, 2005(112), 77-87.
- Shirky, C. (2008). The power of organizing without organizations. Here comes everybody. London: Penguin Books .
- Sierra, R. (2008). Técnicas de investigación social: teorías y ejercicios (4a ed.). Madrid: Paraninfo.
- Simon, B., & Klandermans, B. (2001). Politicized collective identity: A social psychological analysis. *American Psychologist*, 56, 319–331.

- Sun, T., & Wu, G. (2011). Traits, predictors, and consequences of Facebook self-presentation. *Social Science Computer Review*, 30, 419–433.
- Tufekci, Z., & Wilson, C. (2012). Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square. *Journal Of Communication*, 62(2), 363-379. doi:10.1111/j.1460-2466.2012.01629.x
- Vaccari, C., Valeriani, A., Barberá, P., Bonneau, R., Jost, J. T., Nagler, J. and Tucker, J. A. (2015), Political Expression and Action on Social Media: Exploring the Relationship Between Lower- and Higher-Threshold Political Activities Among Twitter Users in Italy. *J Comput-Mediat Comm*, 20: 221–239. doi:10.1111/jcc4.12108
- Van Zomeren, M., Spears, R., Fischer, A. H., & Leach, C. W. (2004). Put Your Money Where Your Mouth Is! Explaining Collective Action Tendencies Through Group-Based Anger and Group Efficacy. *Journal Of Personality & Social Psychology*, 87(5), 649-664. doi:10.1037/0022-3514.87.5.649
- Valenzuela, S. (2013). Unpacking the Use of Social Media for Protest Behavior: The Roles of Information, Opinion Expression, and Activism. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 920-942. doi:10.1177/0002764213479375
- Wang, D., Xu, L., & Chan, H. C. (2015). Understanding the continuance use of social network sites: a computer self-efficacy perspective. *Behaviour & Information Technology*, 34(2), 204-216. doi:10.1080/0144929X.2014.952778

Zaremohzzabieh, Z., Abu Samah, B., Zobidah Omar, S., Bolong, J., & Akhtar Kamarudin, N. (2014). Addictive Facebook Use among University Students. *Asian Social Science*, 10(6), 107 - 116. doi:10.5539/ass.v10n6p107

Zhang, W., & Gearhart, S. (2015). The Effects of Internet Use and Internet Efficacy on Offline and Online Engagement. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 5(4), 147 – 173.

ANEXO B

Encuesta sobre uso de redes sociales

Gracias por participar en la encuesta.

A continuación, te pedimos responder preguntas sobre tu uso de las redes sociales

Instrucciones

Te pedimos, por favor, contestar TODAS las preguntas tan honestamente como puedas. La información que proporcionas se mantendrá confidencial.

Si necesitas ayuda, levanta la mano para que el responsable del estudio se acerque a tu sitio.

Luego de completar la encuesta, levanta la mano para que el responsable del estudio pueda recoger tu encuesta completa.

Recuerda, toda la información se mantendrá confidencial.

Para el presente instrumento, las **acciones colectivas** son definidas como acciones desarrolladas por grupos de personas, las cuales persiguen un objetivo común.

ID:

--	--	--	--

Edad: _____

Sexo: M / F (marca con una X)

Universidad: _____

Ciclo: _____

Carrera: _____

CUESTIONARIO A

El siguiente es un cuestionario que busca indagar sobre la participación en redes sociales. Marca con una X la alternativa que mejor te describa.

N = Nunca RV = Rara vez AV = A veces

F = Frecuentemente S = Siempre

1) Uso la red social Facebook para leer noticias sobre acciones colectivas.

N () RV () AV () F () S ()

2) Le doy "me gusta" a noticias de acciones colectivas en Facebook.

N () RV () AV () F () S ()

3) Comento los posts de acciones colectivas en Facebook.

N () RV () AV () F () S ()

4) Comparto información de acciones colectivas con amigos / familiares en Facebook.

N () RV () AV () F () S ()

5) Le doy click a links de Facebook para obtener mayor información sobre acciones colectivas.

N () RV () AV () F () S ()

6) Miro videos en Facebook de acciones colectivas.

N () RV () AV () F () S ()

7) Uso Facebook para organizar actividades relacionadas a acciones colectivas.

N () RV () AV () F () S ()

8) Uso Facebook para incentivar a mis amigos / conocidos a participar en acciones colectivas.

N () RV () AV () F () S ()

CUESTIONARIO B

El siguiente es un cuestionario relacionado al uso de las redes sociales. Marca con una X la alternativa que mejor te describa.

TD = Totalmente en desacuerdo ED = En desacuerdo I = Indeciso

DA = De acuerdo TA = Totalmente de acuerdo

- 1) Soy capaz de utilizar Facebook para producir protestas y marchas en la calle.

TD () ED () I () DA () TA ()

- 2) Soy capaz de usar Facebook para producir plantones en la calle. Es decir, pararme en la calle con un grupo de personas protestando por algo que considero injusto o indebido.

TD () ED () I () DA () TA ()

- 3) Soy capaz de utilizar Facebook para producir boicots comerciales. Por ejemplo, organizar a un grupo de personas para dejar de comprar un producto.

TD () ED () I () DA () TA ()

- 4) Soy capaz de usar Facebook para producir la recolección de firmas para lograr una petición justa.

TD () ED () I () DA () TA ()

- 5) Soy capaz de utilizar Facebook para producir una vigilia. Es decir, la reunión pacífica por varias horas durante la noche, conmemorando o a la espera de un suceso importante

TD () ED () I () DA () TA ()

CUESTIONARIO C

Este cuestionario contiene algunas preguntas respecto a la intención de participar en acciones colectivas. Marca con una X la alternativa que mejor te describa.

TD = Totalmente en desacuerdo ED = En desacuerdo I = Indeciso

DA = De acuerdo TA = Totalmente de acuerdo

Participaría en las siguientes acciones:

- 1) Plantones en la calle (reunirme con un grupo en las afueras de un local para protestar por alguna causa).

TD () ED () I () DA () TA ()

- 2) Protestas y marchas en la calle (reunirme con otras personas y caminar por las calles de la ciudad expresando nuestras ideas).

TD () ED () I () DA () TA ()

- 3) Boicots comerciales (dejar de comprar y consumir determinados productos).

TD () ED () I () DA () TA ()

- 4) Firma de peticiones (acercarme a las personas que tienen planillones y firmarlos, para lograr una petición justa).

TD () ED () I () DA () TA ()

- 5) Vigilias (reunirme con un grupo de personas pacíficamente por varias horas en la noche, conmemorando un sucesos).

TD () ED () I () DA () TA ()

ANEXO C

Distribución de datos respecto a la curva normal

	Media	DE	Coefficiente de asimetría	Curtosis	Shapiro - Wilk
AEL	2.595	.715	- .75	- 1.31	.988 (.014)
AURSAC	3.00	.938	- .280	- 1.49	.968 (.000)
IPACP	3.069	.879	- 4.35	- .51	.955 (.000)

N = 293

ANEXO D

Díptico redes sociales y acción colectiva

Página 1

REDES SOCIALES Y ACCIÓN COLECTIVA



Página 2

Las redes sociales permiten:

- La formación de comunidades virtuales donde las personas:



- Intercambian información
- Dan apoyo social
- Crean una historia compartida

(Haythornthwaite, 2007)

Página 3

Las acciones colectivas se producen por:

- Percepción de una injusticia contra un grupo al que se pertenece
- Identidad social / fuerte sentimiento de pertenencia a un grupo
- Percepción de que la marcha / protesta va a ser efectiva

(Postmes, 2007)



Página 4

Con las redes sociales:

- Se informa sobre injusticias
- Se refuerza la identidad grupal (Postmes, 2007)
- Las personas se organizan y comparten recursos (Shirky, 2008)
- Permite a los movimientos sociales dar su interpretación de la realidad (Cabalin 2014).

- Aumenta la percepción personal de que se puede contribuir al cambio
- Se actúa / se participa

Cabalin, C. (2014). Online and Mobilized Students: The Use of Facebook in the Chilean Student Protests. *Comunicar*, 25 - 33.

Haythornthwaite, C. (2007). Social networks and online community. En J. Adam, *The Oxford Handbook of Internet Psychology* (págs. 121 - 137). Oxford: Oxford University Press.

Postmes, T. (2007). The psychological dimensions of collective action, online. En A. Johnson, *The Oxford Handbook of Internet Psychology* (págs. 165 - 184). Oxford: Oxford University Press.

Shirky, C. (2008). *The power of organizing without organizations: How comes everybody*. London: Penguin Books.