



## EL ESTILO DE VIDA ELECTRÓNICO EN ACTIVIDADES DIGITALES MEDIADA POR LA INTERNET

The Electronic Lifestyle In Digital Activities Mediated by the Internet

OLGER GUTIÉRREZ AGUILAR<sup>1</sup>, SANDRA CHICAÑA HUANCA<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú

---

### KEYWORDS

*E-lifestyle*  
*Digital activities*  
*Internet value*  
*PLS-SEM*  
*Internet*

---

### ABSTRACT

*The study examines how the post-pandemic influenced the digital activities of Peruvian university students, highlighting the rise of an "electronic lifestyle" due to isolation. The relationship between this new style and the value given to the Internet was studied, concluding that this value differs between genders. A survey was carried out on 189 students using a model based on e-lifestyle. The findings reflect new post-pandemic digital needs and interests and a shift in the Internet's perceived significance.*

---

### PALABRAS CLAVE

*Estilo de vida electrónico*  
*Actividades digitales*  
*Valor por la internet*  
*PLS-SEM*  
*Internet*

---

### RESUMEN

*El estudio examina cómo la post-pandemia influyó en las actividades digitales de estudiantes universitarios peruanos, destacando el surgimiento de un "estilo de vida electrónico" debido al aislamiento. Se estudió la relación entre este nuevo estilo y el valor otorgado a internet, concluyendo que este valor difiere entre géneros. Se realizó una encuesta a 189 estudiantes, utilizando un modelo basado en el concepto de e-lifestyle. Los hallazgos reflejan nuevas necesidades e intereses digitales post-pandemia y el cambio en la percepción de la importancia de internet*

---

Recibido: 09 / 06 / 2023

Aceptado: 19 / 07 / 2023

## 1. Introducción

La influencia del estilo de vida electrónico en actividades digitales, mediada por el valor de la internet, se ha vuelto cada vez más relevante en el contexto actual. Con la implementación de medidas restrictivas debido al Covid-19, el aislamiento social ha llevado a un cambio significativo en la forma en que las personas interactúan socialmente. Como resultado, se han desarrollado nuevas formas de interacción social basadas en la tecnología y la conectividad en línea.

Uno de los ámbitos en los que se ha observado un impacto considerable es en el ámbito educativo. Los modelos educativos tradicionales basados en la presencialidad han tenido que adaptarse rápidamente a nuevos enfoques que utilizan la internet como soporte principal. La enseñanza virtual se ha convertido en una necesidad para garantizar la continuidad educativa, y esto ha dado lugar a la implementación de modelos híbridos y exclusivamente digitales.

En este nuevo paradigma educativo, tanto profesores como estudiantes se han visto obligados a familiarizarse y utilizar una amplia gama de herramientas digitales para llevar a cabo sus actividades de enseñanza y aprendizaje. Los profesores han tenido que adquirir nuevas habilidades tecnológicas y adaptar sus métodos de enseñanza para aprovechar al máximo las posibilidades que ofrece la internet. Han surgido plataformas de aprendizaje en línea, sistemas de gestión del aprendizaje y herramientas de colaboración digital, entre otros recursos, que han transformado la forma en que se imparte y se recibe la educación.

Por otro lado, los estudiantes también se han visto inmersos en esta nueva realidad digital. Han tenido que desarrollar habilidades digitales para participar en clases virtuales, acceder a materiales educativos en línea y colaborar con sus compañeros a través de plataformas digitales. El valor de la internet ha adquirido una importancia sin precedentes, ya que se ha convertido en la principal fuente de información y comunicación para la realización de actividades académicas.

Además del ámbito educativo, el estilo de vida electrónico ha influido en otras actividades digitales. El trabajo remoto se ha vuelto más común, lo que ha requerido una mayor dependencia de la tecnología y la conectividad en línea. Las reuniones de trabajo, las conferencias y los eventos se han trasladado al ámbito virtual, lo que ha permitido mantener la productividad y la interacción profesional a pesar de las limitaciones impuestas por el distanciamiento social.

En el ámbito social y de entretenimiento, el estilo de vida electrónico ha permitido el desarrollo de nuevas formas de comunicación y recreación. Las redes sociales, las plataformas de *streaming* y los videojuegos en línea han experimentado un aumento significativo en su uso. Estas actividades digitales han brindado a las personas la oportunidad de mantenerse conectadas, socializar, entretenerse y explorar nuevos contenidos sin salir de sus hogares.

No obstante, a pesar de los beneficios y las oportunidades que ofrece el estilo de vida electrónico en actividades digitales, también es importante destacar los posibles impactos negativos. El exceso de tiempo frente a las pantallas puede tener efectos perjudiciales para la salud, como problemas de visión, sedentarismo y dificultades para establecer y mantener relaciones interpersonales cara a cara.

De modo tal que, el estilo de vida electrónico ha experimentado un crecimiento significativo en actividades digitales, especialmente en el contexto actual de aislamiento social debido al Covid-19. La enseñanza virtual, el trabajo remoto y las interacciones sociales en línea han impulsado la necesidad de utilizar la internet como un recurso valioso. Sin embargo, es importante encontrar un equilibrio entre el mundo digital y el mundo real, teniendo en cuenta los posibles impactos negativos y promoviendo un uso responsable de la tecnología.

## 2. El estilo de vida electrónico - *e-lifestyle*

El concepto de estilo de vida está relacionado con los patrones en que las personas viven, invierten su tiempo y su dinero (Kaynak y Kara, 2001), a decir de Blackwell et al. (2001), el término estilo de vida es más amplio que el de características socioeconómicas y demográficas de la gente, de ahí su importancia para el marketing, como una posibilidad para segmentar y establecer predictores más fuertes que el de la conducta y el comportamiento de consumidor, de ahí su importancia en la toma de decisiones para establecer vínculos y estrategias comunicativas más efectivas con sus consumidores. Para Yu (2011) en su momento, desarrolló y validó una construcción de estilo de vida electrónico que podría ayudar a los profesionales de marketing a comprender qué motiva a las personas a participar en estilos de vida electrónicos.

Numerosos estudios han examinado el proceso de construcción del estilo de vida, pero dos concepciones son extremadamente populares y se utilizan ampliamente en varios niveles del estilo de vida. El primero es el concepto de estilo de vida de Wells (1975), que se conceptualiza en tres dimensiones: actividades, intereses y opiniones (AIO). El segundo constructo es la escala de calificación de valores, actitudes y estilos de vida (VALS) propuesta por Mitchell (1983) que está definida como una mezcla de vida personal y valor percibido determina el comportamiento del consumidor, mientras que un valor percibido es una síntesis de creencias, actitudes, esperanzas y demandas individuales. Desde entonces, el estilo de vida se ha definido ampliamente de acuerdo con la filosofía AIO para ayudar a los profesionales de marketing a adaptar un servicio o producto a una variedad de segmentos objetivo, del mismo modo para comprender la lealtad y deslealtad de los compradores (Shweta Pandey y Deepak Chawla, 2016), las actitudes individuales hacia la adopción y no adopción de un servicio (Yu, 2015) y la validez del contenido del estilo de vida electrónico y las construcciones de calidad del sitio web (S. Pandey y D. Chawla, 2016).

Para Abedini Koshksaray et al. (2015), no existe una relación entre el estilo de vida electrónico y la evitación de la publicidad en Internet, según su estudio, la evitación de la publicidad en Internet obedece más a los aspectos cognitivos, afectivos y conductuales y varía según cada *e-lifestyle* y según las horas promedio que pasan en línea.

### **2.1. El estilo de vida electrónico y los intereses digitales de los estudiantes universitarios**

La nueva generación de nativos digitales son estudiantes que más se involucran, con entusiasmo en el uso y las actividades en internet y redes sociales. Por tanto, es necesario analizar cómo la vida académica de los estudiantes se configura con el uso de dichas redes. El estudio de (Gonzalez et al., 2019) presenta los resultados de una encuesta que evalúa las percepciones al respecto. Los hallazgos sugieren que los estudiantes valoran los aspectos positivos con el uso de las redes sociales en un grado mucho mayor de lo que valoran los aspectos negativos de las redes. Otro estudio examina la actitud de los estudiantes hacia Facebook como aula virtual, a través de la consideración de su nivel de aceptabilidad, propósito y educación en el uso. La implementación de Facebook como aula virtual mejora la comunicación y discusión con sus compañeros y profesores, asimismo, la publicación de anuncios relacionados con conferencias, exámenes y otros eventos, además del apoyo en la ejecución de tareas, mejora de la calidad del proceso educativo y la expansión del conocimiento (Milošević et al., 2015).

Por otro lado, la juventud de hoy utiliza la conexión de internet desde su dispositivo celular móvil no sólo para actividades académicas. Dedican más tiempo para actividades relacionadas con el ocio, navegación y la escucha de música en línea, como sus actividades digitales más frecuentes, está compartir intereses y comunicarse mediante las diferentes redes sociales como Facebook, WhatsApp.

Las actividades cotidianas como estilo de vida electrónico - *e-lifestyle* en tiempos de la emergencia sanitaria como consecuencia del Covid-19, ha obligado a las personas, hacer compras mediante el uso de su celular y aplicativos para realizar transacciones en línea, solicitar servicios de taxi, comida, órdenes de compra para entrega a domicilio, etc. Asimismo, las actividades académicas de la vida universitaria, del mismo modo, también han sido modificadas, pasar de modelos educativos basados en la presencialidad a otros exclusivamente virtuales, basados en la colaboración (Aguilar y Perez, 2021), y los estados emocionales en los estudiantes universitarios (Huanca et al., 2021).

### **2.2. Estilo de vida digital urbano**

Las personas en ese afán de integración social, adoptan la tecnología digital e Internet y con ello nuevos estilos de vida urbanos basados en actividades digitales cuando están en línea y cómo usan la tecnología. El análisis de Hatuka et al. (2021) apoyan que los resultados de la educación y el estatus socioeconómico tienen una influencia significativa en las prácticas digitales, estas prácticas también reflejan muchos otros factores asociados con el estilo de vida urbano en los estudiantes universitarios.

Por otro lado, la digitalización ha permitido a los consumidores disfrutar de la música en cualquier momento y en cualquier lugar, según el estudio de Cockrill et al. (2011), explora la adicción del consumo hacia la música con efectos negativos en sus vidas para la mayoría de los consumidores; sin embargo, es una actividad que mejora la calidad de vida para otros. Hay estudios y evidencias científicas como el que propone Vargas (2015), que estudia los efectos de la música en el cerebro y la reflexión sobre el comportamiento humano.

Por su parte, las redes sociales e internet en general, se constituyen en espacios de encuentro y socialización, especialmente para compartir recursos audibles y para descargar música de todos los géneros; también existen otras motivaciones subyacentes detrás de las aplicaciones de Facebook no solo para escuchar música o compartir videos. Los usos más frecuentes de las redes sociales son: la comunicación, el entretenimiento y la diversión habitual en las personas que obtienen placer al escuchar o hacerlo como un interés de ocio. La investigación de Krause et al. (2014), apoya la idea de que los usuarios de aplicaciones están experimentando gratificaciones positivas que apoyan y profundizan el uso de las redes sociales.

Los hallazgos del estudio de Issa et al. (2021), alientan a los académicos a incluir las redes sociales en las actividades y evaluaciones en el sector de la educación superior para aprovechar sus beneficios. Hay ciertos riesgos que el uso de las redes sociales plantea a los estudiantes, implicaciones de la ciudadanía digital en las redes sociales para construir entornos seguros (Salas-Valdivia y Gutierrez-Aguilar, 2021).

### **2.3. Las actividades digitales**

Retomando la tesis de Wells (1975), las actividades hoy en día, son digitales y están relacionadas con el ocio en la navegación en la internet y en las redes sociales, lo cual en muchos casos es perjudicial para el bienestar subjetivo debido a la comparación social. Para Bao et al. (2021), la navegación prolongada por las redes sociales especialmente está relacionada con fines no académicos. Estos comportamientos habituales pueden distraer a los estudiantes y afectar negativamente su rendimiento académico, llevar un estilo de vida sedentario sin actividad física, puede traer como consecuencia problemas de salud mental (Kolhar et al., 2021). Rahman (2014), encontró que la mayoría de los estudiantes se conectan a sitios de redes sociales a diario, dedicando alrededor de 1 a 4 horas por sesión, aunque solo una minoría de los estudiantes es muy adicta a los sitios de redes sociales, concluye su estudio que existe una relación significativa entre el uso frecuente de los estudiantes y sus habilidades de comunicación.

La interacción de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) con las actividades diarias del estudiante, revelan resultados positivos que contribuyen a la comprensión actual sobre cómo aprovechan tales tecnologías para mejorar la interacción entre ellos, con sus profesores y los contenidos del curso (Hamid et al., 2015). Los estudiantes suelen utilizar Facebook, Instagram y Snapchat por motivos personales y LinkedIn, Facebook y YouTube con mayor frecuencia por motivos profesionales (Jeminiwa et al., 2021; De Laura et al., 2023), del mismo modo al consumo de videos de diversión, desafíos o juegos (Kopecký et al., 2020).

Price et al. (2022), han estudiado el *doomscrolling*, a través de una asociación negativa entre el consumo diario de medios sociales y tradicionales y los síntomas de salud mental durante la pandemia por el Covid-19. El *doomscrolling*, es la tendencia de navegar durante horas a través de los dispositivos móviles, principalmente en redes sociales, con la finalidad de buscar noticias o información negativa de un evento determinado, estudios han demostrado que esta situación se agudizó con la llegada de la pandemia, esto debido a la necesidad de las personas a estar informadas. La lectura compulsiva de contenidos en línea induce a la ansiedad, tal como lo sostiene Salisbury (2022), durante la pandemia de Covid-19, el *doomscrolling* no es simplemente una práctica social adictiva, sino que puede impedir en la persona el desarrollo mental.

### **2.4. Intereses digitales: Juegos, socialización e interacción académica**

Los intereses, al igual que las actividades y las opiniones - AIO, son constructos del concepto de estilo de vida de Wells (1975). Los intereses, están relacionados con las acciones preferidas de la persona y en gran medida se debe al afán de descubrimiento por las cosas nuevas, mantenerse actualizado en conocimientos y tecnologías haciendo uso de la internet. El grado de interés de la persona, se manifiesta en una participación activa de grupos de interés en las redes sociales. En este contexto, Yusop y Sumari (2013) preciso la idea del perfil generacional, en el caso de los Millennial en cuanto al uso de las tecnologías de Internet y las redes sociales, para los autores, los resultados evidencian sus actividades más preferidas como la comunicación y la socialización en línea, sólo después aparece la búsqueda de información específica para completar tareas, y las actividades de menor interés es comprar cosas como libros y ropa en línea. Sin embargo, de Calheiros Velozo y Stauder (2018), sostiene la idea de que

socializar y seguir a personas desconocidas en la vida real y comprar en línea están significativamente relacionados con problemas de conducta. Además, los juegos y la publicación de contenido, específicamente videos en línea, se asocian significativamente con el uso compulsivo de Internet.

Los intereses digitales de los estudiantes universitarios están relacionados especialmente con el uso de los videojuegos y las redes sociales como herramientas de comunicación esenciales a través del celular (Aguilar, 2021). Los factores que afectan más el desempeño académico de los estudiantes, son las interacciones con compañeros, interacciones con docentes en ambientes constructivistas mediados por la afectividad (Gutiérrez-Aguilar et al., 2022). Del mismo modo, los hallazgos sobre el uso comunicativo en sitios de redes sociales conduce a una mejora de cooperación, intercambio de conocimientos, mejora, oportunidades y desarrollo del proceso de aprendizaje (Alaslani y Alandejani, 2020).

A decir de Lohr et al. (2021), la tecnología digital posee el potencial adecuado para la enseñanza y el aprendizaje hoy en día, lo que significa para el estudiante un alto grado de motivación e interés; aunque, en muchos casos, los estudiantes refieren que las clases en línea podrían ser actividades más desafiantes que las tradicionales, y esto no se da en la práctica educativa, debido a las limitaciones tecnológicas, la retroalimentación tardía y la incapacidad del profesor para manejar de manera efectiva las tecnologías de la información y la comunicación (Muthuprasad et al., 2021).

### **2.5. Las opiniones en la Internet**

En el modelo AIO sugerido por Wells (1975), las opiniones acerca de las actividades y los intereses, es un factor clave de su teoría. Las opiniones están relacionadas con juicios de valor de las personas. Para Lu et al. (2021), existen varios constructos que ayudan a un estudiante en su proceso de aprendizaje, como la facilidad de uso, utilidad, fuentes múltiples, la conectividad y el diseño funcional, de manera tal que los usuarios que usan sistemas basados en recursos que ofrece la internet, como los educativos, predicen grados de satisfacción o insatisfacción sujetos a opiniones positivas o negativas en relación al grado de funcionalidad, al logro de experiencias de aprendizaje y rendimiento académico (Salam y Farooq, 2020).

La importancia de emitir opiniones, es parte de un sistema socialización e interacción humana, caso contrario, encuentra al sujeto en una sensación de aislamiento y falta de motivación, frente a la necesidad de estar en constante búsqueda de respuestas inmediatas, lo que permite generar un acceso constante y confiable a la internet y las tecnologías (Fidalgo et al., 2020). A su vez la internet puede ser beneficiosa o se puede caer en un bucle de procrastinación como sucede en trabajadores que en el tiempo libre donde no hay tareas por completar, los empleados se involucran en el *ciberloafing*, siendo esta una conducta apartada, pero la negativa sucede cuando esta no ve la potencial conducta de adicción que puede llegar a tener (Toker y Baturay, 2021).

Existe hoy el dilema acerca del uso adecuado de la internet y las tecnologías emergentes, a partir de diferentes puntos de vista, relacionados con el AIO, especialmente con las opiniones generadas sobre el comportamiento de los estudiantes en las clases online, generando de esta manera un debate en torno, si los alumnos en su comportamiento deciden prestar o no atención en clases o ver otras aplicaciones (Oliveira et al., 2021). Existe un aspecto positivo en este contexto, los estudiantes concienzudos pueden controlar el uso de la tecnología y lograr ser más disciplinados, logrando tareas y si es posible estos mismos planteando dudas y resolverlas (Rozgonjuk et al., 2021).

Experiencias como las de Müller y Wulf (2020), para el uso de las redes sociales en la educación superior, se constituye como una oportunidad. Para Ansari and Khan (2020) los estudiantes utilizan la plataforma de twitter como una herramienta donde pueden dejar opiniones, recursos, enlaces, todo con fines didácticos para generar conocimiento, y estos aseguran haber progresado con su nivel de aportación y argumentación, al generar y compartir tuits. Por su parte Fernández-Ferrer y Cano (2016), sostienen la tesis que las redes sociales para los estudiantes son utilizadas para mejorar el aprendizaje, Facebook y Twitter son las más famosas donde los estudiantes pueden informarse, instruirse y formarse, son aplicaciones potenciales para la enseñanza y aprendizaje.

La generación de opiniones son importantes para la toma de decisiones, Shaheen et al. (2020), estudiaron el caso a partir de la generación de opiniones por los estudiantes, quienes afirmaron que no obtuvieron los conocimientos y técnicas que esperaban en algunos cursos que se llevan online, y afirmaron que puede ser que existen distracciones, y la falta de interacción entre los estudiantes y

maestros. Por su parte, Ebohon et al. (2021), a través de las opiniones de los estudiantes refiriéndose al desarrollo de las actividades educativas presenciales, estas eran mucho más fáciles llevarlas por internet, debido a aprendían más, y solo algunos señalaron que los cursos en línea eran fáciles y esto se debía ya que estos ya estaban familiarizados con el uso de la internet.

## 2.6. El valor de la internet

Con respecto al uso generalizado de la internet y con ello diversas redes sociales, el interés por las tecnologías cada día va creciendo, lo que permitirá ayudar a definir el perfil y las actitudes del estudiante universitario hacia las actividades que requieren comportamientos que generen determinados tipos de situaciones en relación con su uso (Fernández de la Iglesia et al., 2020). En tal sentido, los estudiantes se sienten cada vez más motivados por el uso de las TIC, rescatando de ello una valoración única, debido a que las nuevas herramientas de aprendizaje en la red impulsan su rendimiento académico y de la misma manera los docentes pueden consolidar a los estudiantes dándoles autonomía en el entorno virtual (Shah et al., 2021),

El valor por la internet y todo lo que ello implica, resalta las virtudes y sus beneficios y ofrece herramientas para un desarrollo óptimo para potenciar la participación como en los foros, sesiones o tutorías (Ruiz Moral et al., 2021); esto implica que la formación de los docentes debe ser replanteada debido a las nuevas tecnologías digitales y al creciente desarrollo relevante de la internet (Hernández y García, 2020).

Del mismo modo, el uso de herramientas virtuales y competencias relacionadas con las TIC facilitan el procesamiento de la información (Fernández-Márquez et al., 2020), y por esta razón los profesores están formados para interactuar con los estudiantes utilizando estas tecnologías, desarrollando sus competencias digitales y promoviendo la diversidad (Rodicio-García et al., 2020). Por lo tanto, las condiciones facilitadas por las tecnologías digitales facilitan la continuidad de las actividades académicas (Ospina et al., 2021), y sin lugar a dudas, ahí radica el verdadero valor de la internet en el contexto educativo universitario.

Tomando en consideración los argumentos previos, se formulan las siguientes hipótesis considerando los efectos globales y las muestras obtenidas para hombres y mujeres:

H1. Hay un efecto estadísticamente significativo entre los intereses digitales y las actividades digitales.

H2. Existe un efecto estadísticamente significativo entre intereses digitales y opinión sobre la internet.

H3. Los intereses digitales influyen positivamente en el valor de la internet.

H4. La opinión sobre la Internet ejerce un nivel de influencia significativa en las actividades digitales.

H5. La opinión sobre la internet influye positivamente en el valor de la internet.

H6. El valor de la internet ejerce una influencia estadística positiva en las actividades digitales.

## 3. Metodología

Participaron en el estudio 189 estudiantes universitarios de la región Arequipa (Perú), siendo el 41.2% varones y el 58.8% mujeres. La edad de los partícipes fluctuó entre los 17 y 25 años, con una media de 19.87 y una desviación estándar de 2.48 años. Este estudio se realizó en noviembre y diciembre del 2022.

El instrumento es una adaptación al propuesto por (Hassan et al., 2015) en *E-lifestyle, customer satisfaction, and loyalty among the generation Y mobile users*, consta de 28 ítems para medir cuatro Factores: Actividades Digitales (8 ítems); Intereses Digitales (7 ítems); Opinión sobre el Internet (6 ítems) y Valor del internet (7 ítems). El proceso adaptación y homologación del cuestionario consistió en obtener datos en relación a su fiabilidad (consistencia interna y test-retest), siendo los resultados para la prueba de alfa de Cronbach de ( $\alpha=,883$ ) y para el Coeficiente McDonald's de ( $\omega=,880$ ), siendo aceptables y evidenciando un nivel muy razonable de fiabilidad. Además, se realizaron las pruebas de validez de constructo (a través de la correlación con otras pruebas de evaluación); validez discriminante y validez estructural mediante el Análisis Factorial Exploratorio (AFE), además, se realizaron análisis para obtener datos sólidos respecto a su validez estructural a través del Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), llegando a validar 17 ítems en 4 factores: EA (3 ítems); EI (5 ítems), EO (4 ítems) y EV (5 ítems). Para la aplicación del instrumento se realizaron pruebas de traducción semántica y lingüística por

especialistas, mediante una adaptación textual, que consistió en cambiar algunos términos utilizados en los ítems de la versión original en inglés con la finalidad de utilizar un lenguaje más adecuado al contexto de la cultura peruana.

Se aplicó el instrumento a través de un sistema en línea debido a las restricciones presenciales como consecuencia del Covid-19, el tiempo previsto para esta fase fue de una sesión de aproximadamente 15 minutos. Al inicio de la evaluación se comentaban las instrucciones del cuestionario y los objetivos de la investigación. Una vez aplicado el instrumento se procedió a recopilar y a analizar los datos mediante el MS Excel, el IBM-SPSS v. 28, el JASP v. 0.16 y el SmartPLS v. 3.9.

### 3.1. Análisis Factorial Exploratorio

Se calcularon las medidas de desviación media, desviación estándar, asimetría, curtosis y discriminación de cada ítem como primer paso para analizar las propiedades de fiabilidad del cuestionario. A continuación, se eliminaron los ítems que tienen una curtosis o asimetría extrema, o un índice de discriminación por debajo de ,35. La prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) tuvo como resultado ,887 con un nivel de significancia (Sig) de ,000 y 378 grados de libertad (gl). Con una Varianza Total explicada de 54,357% para los cuatro componentes del instrumento.

Para garantizar una representación adecuada de las variables (ítems), se utilizó un Análisis Factorial Exploratorio (AFE) utilizando el método de los componentes principales para determinar el número mínimo de factores comunes capaces de reproducir satisfactoriamente las correlaciones observadas entre los elementos del instrumento. En el afinamiento del AFE, se utilizó los siguientes criterios de ajuste, número manual con 4 factores, con una rotación ortogonal de varimax para las variables latentes, con opciones de salida con ítems mayores de ,500 por lo que se suprimieron los siguientes ítems: EA1, EA3, EA4, EA7, EA8, EI5, EI7, EO5, EO6, EV5 y EV7, de tal manera que se obtuvieron los índices de ajuste adicionales que nos permitió comparar los resultados iniciales exploratorios al instrumento. En la prueba final del AFE, se tuvo como resultado para la prueba de KMO un valor de ,870 con un nivel de significancia (Sig) de <,001 y 153 grados de libertad (gl). Con una Varianza Total Explicada de 64,747%, siendo satisfactoria para los cuatro componentes del instrumento. (ver tabla 1).

**Tabla 1.** AFE - Matriz de componente rotado<sup>a</sup>

	Componentes			
	1	2	3	4
<b>EA2</b>				,793
<b>EA5</b>				,793
<b>EA6</b>				,568
<b>EI1</b>	,769			
<b>EI2</b>	,805			
<b>EI3</b>	,719			
<b>EI4</b>	,845			
<b>EI6</b>	,726			
<b>EO1</b>		,797		
<b>EO2</b>		,795		
<b>EO3</b>		,792		
<b>EO4</b>		,783		
<b>EV1</b>			,647	
<b>EV2</b>			,551	
<b>EV3</b>			,799	
<b>EV4</b>			,834	
<b>EV6</b>			,546	

*Nota:* Método de extracción: análisis de componentes principales. Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser. a. La rotación ha convergido en 5 iteraciones.

Fuente: Elaboración propia

### 3.2. Medidas de ajuste para el Análisis factorial confirmatorio

Para realizare el Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) se utilizó el software JASP v. 0.16, las varianzas de los términos de error fueron especificados como parámetros libres, en cada variable latente (factor). El método de estimación empleado fue el de Máxima Verosimilitud; siguiendo la recomendación de Thompson (2004), en el sentido de que cuando se emplea el AFC se debe corroborar no solo el ajuste de un modelo teórico, sino que es recomendable comparar los índices de ajuste comparativo CFI (Comparative Fit Index), el índice de ajuste de TLI (Tucker-Lewis) siendo lo recomendable un valor  $\geq ,90$  según Keith (2015, p. 312). El índice de bondad de ajuste (GFI), la raíz media cuadrática residual estandarizada (SRMR) y el error cuadrático medio de aproximación RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation), como medidas absolutas de ajuste y sus valores menores o iguales a ,05 serían válidos como lo sugiere Brown (2015, p. 72).

Además de incluir en el análisis, el índice de bondad ajustado (AGFI), la razón de Chi-cuadrado sobre los grados de libertad (CMIN/GL) y el criterio de información de Akaike (AIC) como medidas de ajuste de parsimonia (Byrne, 2013); (Gelabert et al., 2011). Luego, se calculó la fiabilidad de cada una de los factores del modelo obtenido, a través del Alfa de Cronbach para establecer los grados de fiabilidad de los indicadores, los resultados superan el ,700, siendo estos valores aceptables para el modelo estructural (George y Mallery, 2003); (Oliden & Zumbo, 2008); (Nunnally y Bernstein, 1995) y del Coeficiente Omega (Revelle y Zinbarg, 2009). Los resultados globales del análisis factorial confirmatorio, son satisfactorios y se presentan en la tabla 2.

**Tabla 2.** Resultados globales del análisis factorial confirmatorio

Modelo	Índices						
	Índices absolutos			incrementales		Índices de parsimonia	
	$X^2$	GFI	RMSEA	TLI	CFI	CMI/DF	AIC
<b>Modelo inicial</b>	129,961	,904	,076	,922	,938	2,096	6094,588

*Nota:* GFI = Índice de bondad de ajuste; RMSEA = Raíz del error medio; TLI = Índice de Tucker-Lewis; CFI = Índice de ajuste comparativo; CMIN/DF = Índice de ajuste chi cuadrado dividido por los grados de libertad; AIC = Criterio de Información de Akaike; \*  $p < 0,05$ .

Fuente: Elaboración propia

Con el fin de obtener una prueba que presente las mejores propiedades para la conformación de los puntajes del cuestionario, se llevó a cabo un análisis de la invarianza configural del modelo de medida, cuyo resultado fue que el modelo presenta invarianza configural. Luego se calculó la fiabilidad, en ambas muestras, de cada una de las dimensiones a través del Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) y el Coeficiente Omega ( $\omega$ ). Ver tabla 3.

**Tabla 1.** Coeficiente omega y alfa para los factores obtenidos ambas muestras

Factor	Hombres		Mujeres	
	$\omega$	$\alpha$	$\omega$	$\alpha$
<b>Actividades Digitales (EA)</b>	,801	,731	,734	,697
<b>Intereses Digitales (EI)</b>	,863	,862	,903	,901
<b>Opinión sobre el Internet (EO)</b>	,726	,723	,895	,894
<b>Valor de la internet (EV)</b>	,770	,761	,830	,826

Fuente: Elaboración propia

### 3. Resultados

Utilizando el Modelamiento de Ecuaciones Estructurales de Cuadrados Mínimos Parciales (PLS-SEM) por sus siglas en inglés *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*, se realizó la evaluación del modelo de medida para constructos reflexivos de ítems de factor común, utilizando como criterio de confiabilidad individual para cada indicador, un umbral deseado en cargas externas de valores iguales o mayores a  $\lambda \geq ,700$ , esto indicaría que el constructo explica más del 50 por ciento de la varianza del indicador, proporcionando, de tal manera que la confiabilidad es aceptable para cada ítem del modelo

(Hair Joseph et al., 2019). Los valores obtenidos en este análisis sobrepasan el umbral de aceptación deseado, por lo que los ítems propuestos en el modelo expresan rasgos de confiabilidad (Tabla 4).

**Tabla 2** Cargas externas – Smart PLS-SEM

	<b>Actividades Digitales (EA)</b>	<b>Intereses Digitales (EI)</b>	<b>Opinión sobre el Internet (EO)</b>	<b>Valor de la internet (EV)</b>
<b>EA2</b>	,799			
<b>EA5</b>	,857			
<b>EA6</b>	,729			
<b>EI1</b>		,814		
<b>EI2</b>		,852		
<b>EI3</b>		,832		
<b>EI4</b>		,882		
<b>EI6</b>		,778		
<b>EO1</b>			,770	
<b>EO2</b>			,803	
<b>EO3</b>			,816	
<b>EO4</b>			,839	
<b>EO6</b>			,703	
<b>EV2</b>				,812
<b>EV6</b>				,768
<b>EV7</b>				,868

Fuente: Elaboración propia

Para el análisis de confiabilidad del constructo o consistencia interna, este se realizó a través de Alfa de Cronbach siendo los valores de aceptación  $\geq ,700$ . Según los resultados obtenidos y presentados en la tabla 5, estos están comprendidos entre ,709 a ,889. Para la Fiabilidad Compuesta ( $\rho_c$ ) son aceptables los valores de  $\geq ,700$  sugerida por Hair et al. (2019), los resultados obtenidos superan los índices de ajuste mínimos exigidos y están comprendidos entre ,839 a ,918. En cuanto al criterio de Validez Convergente, se utilizó la Varianza Media Extraída (AVE), los valores deben ser  $\geq ,500$  esto indica que el constructo explica al menos el 50% de la varianza de sus elementos, los resultados son satisfactorios debido a que todos sus valores están comprendidos entre ,620 a ,693. Para la medición de confiabilidad del constructo, se recomienda el coeficiente ( $\rho_A$ ) para verificar la confiabilidad de los valores obtenidos en la construcción y diseño del PLS-SEM como sugiere Dijkstra and Henseler (2015), los valores obtenidos en ( $\rho_A$ ) deben ser  $\geq ,700$  para demostrar confiabilidad compuesta, el resultado de AVE comprende valores entre ,706 a ,890.

**Tabla 5.** Evaluación del modelo de medida de constructos reflexivos

	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>rho_A</b>	<b>Fiabilidad compuesta (<math>\rho_c</math>)</b>	<b>Varianza extraída media (AVE)</b>
<b>Actividades Digitales</b>	,709	,706	,839	,635
<b>Intereses Digitales</b>	,889	,890	,918	,693
<b>Opinión sobre la internet</b>	,846	,847	,890	,620
<b>Valor de la internet</b>	,753	,777	,857	,668

Fuente: Elaboración propia

Para la verificación de la validez discriminante del modelo se utilizaron dos criterios, los cuáles permitirán conocer en qué medida el constructo es diferente a otros constructos o mide cosas diferentes. En la tabla 6, utilizando el criterio de Fornell y Larcker (1981), existe validez discriminante en las variables latentes que forman parte del modelo estructural, esto debido a que la raíz cuadrada de AVE en cada variable, sus valores resultantes deberán ser mayores que los resultados de la correlación entre las variables estudiadas.

**Tabla 3** Criterio de validez discriminante - Fornell-Larcker.

	Actividades Digitales	Intereses Digitales	Opinión sobre la Internet	Valor de la internet
<b>Actividades Digitales</b>	<b>,797</b>			
<b>Intereses Digitales</b>	,456	<b>,832</b>		
<b>Opinión sobre la Internet</b>	,231	,548	<b>,787</b>	
<b>Valor de la internet</b>	,172	,618	,629	<b>,817</b>

Fuente: Elaboración propia

El segundo criterio para conocer la Validez Discriminante es el denominado Heterotrait-Monotrait (HTMT) (Henseler et al., 2015) y se define como el valor medio de las correlaciones de los elementos entre los constructos en relación con la media (geométrica) de las correlaciones promedio, para los elementos que miden el mismo constructo según Hair Joseph et al. (2019). El umbral de aceptación debe estar en las siguientes proporciones  $\leq ,850 \leq ,900$  los resultados obtenidos sugieren que si se cumple también con el criterio de validez discriminante. Ver Tabla 7.

**Tabla 4.** Criterio de validez discriminante - Monotrait -HTMT.

	Actividades Digitales	Intereses Digitales	Opinión sobre la Internet	Valor de la internet
<b>Actividades Digitales</b>				
<b>Intereses Digitales</b>	,571			
<b>Opinión sobre la Internet</b>	,290	,626		
<b>Valor de la internet</b>	,236	,738	,772	

Fuente: Elaboración propia

Las figuras 1 y 2, son representaciones gráficas del modelo para el análisis de confiabilidad y validez, basado en el R2 (coeficiente de determinación). En el modelo estructural propuesto, las actividades digitales en los estudiantes universitarios, asume el rol de una variable dependiente y los intereses digitales, así como, la opinión sobre la internet, asumen el rol de variables independientes y como variable de mediación el valor de la internet. Los resultados obtenidos a través del R2 evidencian efectos estadísticamente significativos de influencia entre unas y otras variables en el modelo por muestras separadas entre hombres y mujeres. En la figura 1 se presentan los resultados para la muestra de hombres, en la cual, los intereses digitales, la opinión sobre la internet y el valor de la internet, influyen positivamente en las actividades digitales un 0,215 es decir en un 21,5%. Del mismo modo, los intereses digitales y la opinión sobre la internet, influirían positivamente en el valor hacia la internet en un 0,349 es decir en un 34,9% de la varianza explicada por el modelo. La figura 2, presenta los resultados de las mujeres, siendo estos diferentes con respecto a los hombres, por tanto, los intereses digitales, la opinión sobre la internet y el valor de la internet, influyen positivamente en las actividades digitales un 0,261 es decir en un 26,1%. Los intereses digitales y la opinión sobre la internet, influirían positivamente en el valor hacia la internet en un 0,599 es decir en un 59,9% de la varianza explicada por el modelo.

**Figura 1.** R<sup>2</sup> para hombres según el PLS-SEM

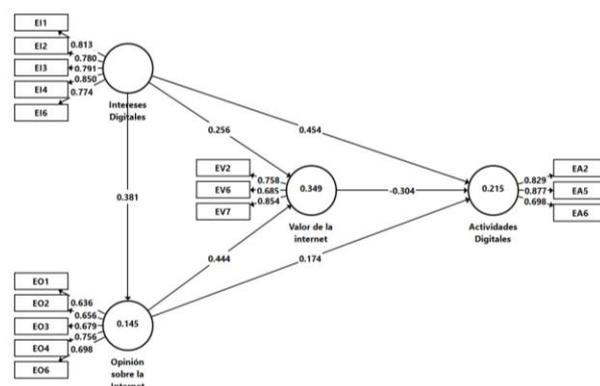
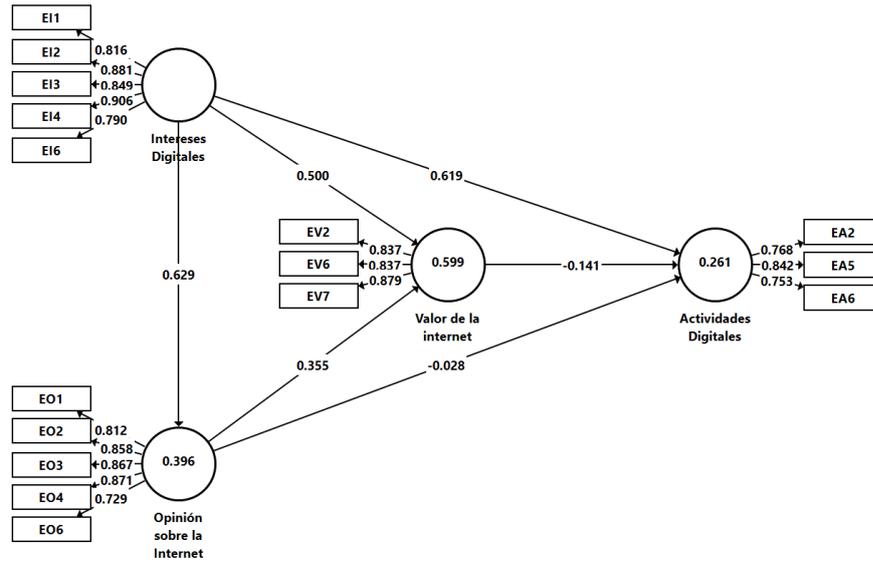


Figura 2. R<sup>2</sup> para mujeres según el PLS-SEM



Finalmente se realizaron las pruebas de hipótesis - Bootstrapping, y cómo se hipotizaron las variables del modelo, por lo tanto, considerando el Valor P ( $p < 0,05$ ). En la tabla 8 se presenta la prueba de hipótesis para la muestra de los hombres: se admiten las hipótesis H1, H2, H3, H5 y H6 y se rechaza la hipótesis H4. En tabla 9 se presenta la prueba de hipótesis para el caso de las mujeres: se admiten las hipótesis H1, H2, H3 y H5 y se rechazan las hipótesis H4 y H6.

Tabla 5. Resultados de la prueba de hipótesis para hombres - Bootstrapping.

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	Statistics t ( O/STDEV )	P Value
<b>H1. Intereses Digitales -&gt; Actividades Digitales</b>	0,454	0,480	0,085	5,319	0,000
<b>H2. Intereses Digitales -&gt; Opinión sobre la internet</b>	0,381	0,401	0,125	3,037	0,002
<b>H3. Intereses Digitales -&gt; Valor de la internet</b>	0,256	0,259	0,106	2,420	0,016
<b>H4. Opinión sobre la internet -&gt; Actividades Digitales</b>	0,174	0,178	0,131	1,328	<b>0,184</b>
<b>H5. Opinión sobre la internet -&gt; Valor del internet</b>	0,444	0,448	0,102	4,348	0,000
<b>H6. Valor de la internet -&gt; Actividades Digitales</b>	-0,304	-0,317	0,151	2,016	0,044

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 Resultados de la prueba de hipótesis para mujeres - Bootstrapping.

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	Statistics t ( O/STDEV )	P Value
<b>H1. Intereses Digitales -&gt; Actividades Digitales</b>	0,454	0,478	0,086	5,311	0,000
<b>H2. Intereses Digitales -&gt; Opinión sobre la internet</b>	0,381	0,404	0,125	3,039	0,002
<b>H3. Intereses Digitales -&gt; Valor de la internet</b>	0,256	0,260	0,104	2,460	0,014
<b>H4. Opinión sobre la internet -&gt; Actividades Digitales</b>	0,174	0,176	0,132	1,319	<b>0,187</b>
<b>H5. Opinión sobre la internet -&gt; Valor del internet</b>	0,444	0,449	0,101	4,381	0,000
<b>H6. Valor de la internet -&gt; Actividades Digitales</b>	-0,304	-0,318	0,152	2,001	<b>0,045</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4. Conclusión

Los resultados han evidenciado que existe un grado de influencia estadísticamente significativo entre los intereses y las actividades digitales en hombres y mujeres universitarios como parte de su estilo de vida. Del mismo modo, existe un efecto de influencia entre los intereses digitales y la opinión sobre la internet en ambos casos. Asimismo, se prueba que los intereses digitales influyen positivamente en el valor de la internet para ambos sexos. Está probada también en ambos casos, la influencia que ejerce la opinión sobre la internet y el valor de la internet. En cuanto a las relaciones de causalidad y efecto de influencia entre la opinión acerca de la internet y las actividades digitales, no existiría tal influencia en los hombres y las mujeres estudiantes respectivamente. En cuanto al valor que atribuyen los estudiantes a la internet y si esta ejerce una influencia estadística positiva en las actividades digitales, solo se daría en el caso de los hombres; contrariamente, en el caso de las mujeres, el valor hacia la internet no influiría en sus actividades digitales como un estilo de vida electrónico o *e-lifestyle*.

## References

- Abedini Koshksaray, A., Franklin, D., Heidarzadeh Hanzaee, K. (2015). The Relationship between E-Lifestyle and Internet Advertising Avoidance. *Australasian Marketing Journal*, 23(1), 38-48. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2015.01.002>
- Aguilar, O. G. (2021). Attitudes towards the use of social media, the use of video games and cell phones in primary school students in public schools for vulnerable groups. *2021 4th International Conference on Inclusive Technology and Education, CONTIE 2021*, 161-166. <https://doi.org/10.1109/CONTIE54684.2021.00034>
- Aguilar, O. G., Perez, A. B. D. (2021). Integration model for collaborative learning in Covid-19 times: Validation of the Constructivist On-Line Learning Environment Survey (COLLES) [Conference paper]. *Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI*. <https://doi.org/10.23919/CISTI52073.2021.9476272>
- Alaslani, K., Alandejani, M. (2020). Identifying factors that influence students performance through social networking sites: An exploratory case study. *Heliyon*, 6(4), e03686-e03686. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03686>
- Ansari, J. A. N., Khan, N. A. (2020). Exploring the role of social media in collaborative learning the new domain of learning. *Smart Learning Environments*, 7(1), 9. <https://doi.org/10.1186/s40561-020-00118-7>
- Bao, T., Liang, B., Riyanto, Y. E. (2021). Unpacking the negative welfare effect of social media: Evidence from a large scale nationally representative time-use survey in China. *China Economic Review*, 69, 101650-101650. <https://doi.org/10.1016/j.chieco.2021.101650>
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., Engel, J. F. (2001). *Consumer Behavior* (9th ed. ed.). Harcourt.
- Brown, T. A. (2015). *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research, Second Edition*. The Guilford Press.
- Byrne, B. M. (2013). *Structural equation modeling with Mplus: Basic concepts, applications, and programming*. routledge.
- Cockrill, A., Sullivan, M., Norbury, H. L. (2011). Music consumption: Lifestyle choice or addiction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(2), 160-166. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2010.12.003>
- de Calheiros Velozo, J., Stauder, J. E. A. (2018). Exploring social media use as a composite construct to understand its relation to mental health: A pilot study on adolescents. *Children and Youth Services Review*, 91, 398-402. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2018.06.039>
- Dijkstra, T. K., Henseler, J. (2015). Consistent partial least squares path modeling. *MIS quarterly*, 39(2).
- Ebohon, O., Obieniu, A. C., Irabor, F., Amadin, F. I., Omoregie, E. S. (2021). Evaluating the impact of COVID-19 pandemic lockdown on education in Nigeria: Insights from teachers and students on virtual/online learning. *Bulletin of the National Research Centre*, 45(1), 76. <https://doi.org/10.1186/s42269-021-00538-6>
- Fernández-Ferrer, M., Cano, E. (2016). The influence of the internet for pedagogical innovation: using twitter to promote online collaborative learning. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 13(1), 22. <https://doi.org/10.1186/s41239-016-0021-2>
- Fernández-Márquez, E., Vázquez-Cano, E., López-Meneses, E., Sirignano, F. (2020). La competencia digital del alumnado universitario de diferentes universidades europeas. *Espacios*, 41(13), 1-15. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n13/20411315.html>
- Fernández de la Iglesia, J. C., Casal Otero, L., Fernández Morante, M. C., Cebreiro, B. (2020). Actitudes y uso de Internet y redes sociales en estudiantes universitarios/as de Galicia: implicaciones personales y sociales. *Revista Prisma Social* (28), 145-160. <https://revistaprismasocial.es/article/view/3372>
- Fidalgo, P., Thormann, J., Kulyk, O., Lencastre, J. A. (2020). Students' perceptions on distance education: A multinational study. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17(1), 18. <https://doi.org/10.1186/s41239-020-00194-2>
- Fornell, C., Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

- Gelabert, E., García-Esteve, L., Martín-Santos, R., Gutiérrez, F., Torres, A., & Subirà, S. (2011). Psychometric properties of the Spanish version of the Frost Multidimensional Perfectionism Scale in women. *Psicothema*, 133-139.
- George, D., Mallery, M. (2003). Using SPSS for Windows step by step: a simple guide and reference.
- Gonzalez, R., Gasco, J., & Llopis, J. (2019). University students and online social networks: Effects and typology. *Journal of Business Research*, 101, 707-714. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.011>
- Gutiérrez-Aguilar, O., Duche-Pérez, A., Turpo-Gebera, O. (2022). Affective Support Mediated by an On-Line Constructivist Environment in Times of Covid-19. *Smart Innovation, Systems and Technologies*, 259 SIST, 458-468. [https://doi.org/10.1007/978-981-16-5792-4\\_45](https://doi.org/10.1007/978-981-16-5792-4_45)
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Castillo Apraiz, J., Cepeda Carrión, G., Roldán, J. L. (2019). *Manual de partial least squares structural equation modeling (pls-sem)*. OmniaScience Scholar.
- Hair Joseph, F., Risher Jeffrey, J., Sarstedt, M., Ringle Christian, M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hamid, S., Waycott, J., Kurnia, S., Chang, S. (2015). Understanding students' perceptions of the benefits of online social networking use for teaching and learning. *The Internet and Higher Education*, 26(565), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2015.02.004>
- Hassan, S. H., Ramayah, T., Mohamed, O., Maghsoudi, A. (2015). E-lifestyle, customer satisfaction, and loyalty among the generation Y mobile users. *Asian Social Science*, 11(4), 157-168. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n4p157>
- Hatuka, T., Zur, H., Mendoza, J. A. (2021). The urban digital lifestyle: An analytical framework for placing digital practices in a spatial context and for developing applicable policy. *Cities*, 111(October), 102978-102978. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.102978>
- Henseler, J., Ringle, C. M., Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115-135.
- Hernández González, J., Reséndiz García, N. M. (2020). Los significados de Internet en estudiantes de bachillerato: entre metáforas y prácticas culturales. *Revista mexicana de investigación educativa*, 25, 351-374. <https://biblat.unam.mx/es/revista/revista-mexicana-de-investigacion-educativa/4>
- Huanca, S. C., Aguilar, A. G., Perez, A. B. D., Aguilar, O. G. (2021). The internalization of ICT and its influence on emotional states in university students. *Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI*. <https://doi.org/10.23919/CISTI52073.2021.9476543>
- Issa, T., Alqahtani, S. G. B., Al-Oqily, I., Goktalay, S. B., Köse, U., Issa, T., Abu Salih, B., Almufaraj, W. K. (2021). Use of social networking in the Middle East: student perspectives in higher education. *Heliyon*, 7(4), e06676-e06676. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06676>
- Jeminiwa, R., Shamsuddin, F., Clauson, K. A., Cain, J., Fox, B. I. (2021). Pharmacy students' personal and professional use of social media. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 13(6), 599-607. <https://doi.org/10.1016/j.cptl.2021.01.043>
- Kaynak, E., & Kara, A. (2001). An examination of the relationship among consumer lifestyles, ethnocentrism, knowledge structures, attitudes and behavioural tendencies: a comparative study in two CIS states. *International Journal of Advertising*, 20(4), 455-482. <https://doi.org/10.1080/02650487.2001.11104906>
- Keith, T. Z. (2015). *Multiple Regression and Beyond: An Introduction to Multiple Regression and Structural Equation Modeling* (Second edition ed.). Taylor & Francis.
- Kolhar, M., Kazi, R. N. A., Alameen, A. (2021). Effect of social media use on learning, social interactions, and sleep duration among university students. *Saudi Journal of Biological Sciences*, 28(4), 2216-2222. <https://doi.org/10.1016/j.sjbs.2021.01.010>
- Kopecký, K., Hinojo-Lucena, F.-J., Szotkowski, R., Gómez-García, G. (2020). Behaviour of young Czechs on the digital network with a special focus on YouTube. An analytical study. *Children and Youth Services Review*, 116, 105191-105191. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105191>

- Krause, A. E., North, A. C., & Heritage, B. (2014). The uses and gratifications of using Facebook music listening applications. *Computers in Human Behavior*, 39, 71-77. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.07.001>
- Lohr, A., Stadler, M., Schultz-Pernice, F., Chernikova, O., Sailer, M., Fischer, F., Sailer, M. (2021). On powerpointers, clickerers, and digital pros: Investigating the initiation of digital learning activities by teachers in higher education. *Computers in Human Behavior*, 119(October 2020), 106715-106715. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106715>
- Lu, K., Yang, H. H., Shi, Y., Wang, X. (2021). Examining the key influencing factors on college students' higher-order thinking skills in the smart classroom environment. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 18(1), 1-13. <https://doi.org/10.1186/s41239-020-00238-7>
- Milošević, I., Živković, D., Arsić, S., Manasijević, D. (2015). Facebook as virtual classroom – Social networking in learning and teaching among Serbian students. *Telematics and Informatics*, 32(4), 576-585. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.02.003>
- Mitchell, A. (1983). *The nine American lifestyles*. Warner.
- Müller, F. A., Wulf, T. (2020). Technology-supported management education: a systematic review of antecedents of learning effectiveness. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17(1), 47. <https://doi.org/10.1186/s41239-020-00226-x>
- Muthuprasad, T., Aiswarya, S., Aditya, K. S., Jha, G. K. (2021). Students' perception and preference for online education in India during COVID -19 pandemic. *Social Sciences & Humanities Open*, 3(1), 100101-100101. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2020.100101>
- Nunnally, J. C., Bernstein, I. H. (1995). *Teoría psicométrica*. McGraw-Hill.
- Oliden, P. E., Zumbo, B. D. (2008). Coeficientes de fiabilidad para escalas de respuesta categórica ordenada. *Psicothema*, 896-901.
- Oliveira, D. M. D., Pedro, L., & Santos, C. (2021). The use of mobile applications in higher education classes: a comparative pilot study of the students' perceptions and real usage. *Smart Learning Environments*, 8(1), 14. <https://doi.org/10.1186/s40561-021-00159-6>
- Ospina, G. A. G., Gómez, M. M. G., Ospina, C. F. G. (2021). Covid-19 y uso de redes sociales virtuales en educación médica. *Educación Médica*, 22(5), 273-277. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2021.05.007>
- Pandey, S., Chawla, D. (2016). Understanding Indian Online Clothing Shopper Loyalty and Disloyalty: The Impact of E-Lifestyles and Website Quality. *Journal of Internet Commerce*, 15(4), 332-352. <https://doi.org/10.1080/15332861.2016.1237238>
- Pandey, S., Chawla, D. (2016). Using qualitative research for establishing content validity of e-lifestyle and website quality constructs [Article]. *Qualitative Market Research*, 19(3), 339-356. <https://doi.org/10.1108/QMR-05-2015-0033>
- Price, M., Legrand, A. C., Brier, Z. M. F., van Stolk-Cooke, K., Peck, K., Dodds, P. S., Danforth, C. M., Adams, Z. W. (2022). Doomscrolling During COVID-19: The Negative Association Between Daily Social and Traditional Media Consumption and Mental Health Symptoms During the COVID-19 Pandemic [Article]. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*. <https://doi.org/10.1037/tra0001202>
- Rahman, S. H. A. (2014). Can't Live without my FB, LoL: The Influence of Social Networking Sites on the Communication Skills of TESL Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 134, 213-219. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.241>
- Revelle, W., Zinbarg, R. E. (2009). Coefficients alpha, beta, omega, and the glb: Comments on Sijsma. *Psychometrika*, 74(1), 145-154.
- Rodicio-García, M.-L., Ríos-de-Deus, M.-P., Mosquera-González, M.-J., Penado Abilleira, M. (2020). La brecha digital en estudiantes españoles ante la Crisis de la Covid-19. *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social* 9, 3, 103-125. <https://doi.org/10.15366/riejs2020.9.3.006>
- Rozgonjuk, D., Täht, K., Vassil, K. (2021). Internet use at and outside of school in relation to low- and high-stakes mathematics test scores across 3 years. *International Journal of STEM Education*, 8(1), 27. <https://doi.org/10.1186/s40594-021-00287-y>
- Ruiz Moral, R., Sierra Isturiz, J., García-Miguel, M. J., Cerro, Á., García de Leonardo, C., Turpín Sevilla, M. d. C., Monge Martín, D., Caballero Martínez, F., en nombre del resto de miembros del Grupo, P.-

- U., & Resto de miembros del Grupo, P.-U. (2021). Teachers and students opinions about a comprehensive online program in medicine during COVID-19 lockdown [Opiniones de profesores y alumnos sobre un programa integral online en medicina durante el confinamiento por COVID-19]. *Educación Médica*, 22(4), 206-214. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2021.01.011>
- Salam, M., & Farooq, M. S. (2020). Does sociability quality of web-based collaborative learning information system influence students' satisfaction and system usage? *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17(1), 26. <https://doi.org/10.1186/s41239-020-00189-z>
- Salas-Valdivia, L., Gutierrez-Aguilar, O. (2021). Implications of Digital Citizenship in Social Media to build a safe environment in the Covid-19 situation. *2021 16th Latin American Conference on Learning Technologies, LACLO*, 364-367. <https://doi.org/10.1109/LACLO54177.2021.00043>
- Salisbury, L. (2022). On not being able to read: doomscrolling and anxiety in pandemic times [Article]. *Textual Practice*. <https://doi.org/10.1080/0950236X.2022.2056767>
- Shah, S. S., Shah, A. A., Memon, F., Kemal, A. A., Soomro, A. (2021). Online learning during the COVID-19 pandemic: Applying the self-determination theory in the 'new normal' [Aprendizaje en línea durante la pandemia de COVID-19: aplicación de la teoría de la autodeterminación en la 'nueva normalidad']. *Revista de Psicodidáctica*, 26(2), 169-178. <https://doi.org/10.1016/j.psicod.2020.12.004>
- Shaheen, A. A. M., Alanazi, F. F., Alrashid, L. B., Almadani, R. A., Altamrah, S. S., Almusallam, S. Z. (2020). Undergraduate physical therapy students' attitudes towards using social media for learning purposes at King Saud University, Saudi Arabia. *Bulletin of Faculty of Physical Therapy*, 25(1), 15. <https://doi.org/10.1186/s43161-020-00014-8>
- Taipe, A., Heredia, Y., Turpo, O., Igartua, J. (2023). Uses of Facebook and academic procrastination in general studies students at a Peruvian university. *Journal of Technology and Science Education*, 13(2), 461-479. <http://dx.doi.org/10.3926/jotse.1742>
- Thompson, B. (2004). Exploratory and confirmatory factor analysis: Understanding concepts and applications. *Washington, DC*, 10694.
- Toker, S., Baturay, M. H. (2021). Factors affecting cyberloafing in computer laboratory teaching settings. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 18(1), 20. <https://doi.org/10.1186/s41239-021-00250-5>
- Vargas, M. E. R. (2015). Music as a Resource to Develop Cognition. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 174, 2989-2994. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1039>
- Wells, W. D. (1975). Psychographics: A Critical Review. *Journal of Marketing Research*, 12(2), 196-213. <https://doi.org/10.1177/002224377501200210>
- Yu, C.-S. (2015). Using E-Lifestyle to Analyze Mobile Banking Adopters and Non-Adopters. *Journal of Global Information Technology Management*, 18(3), 188-213. <https://doi.org/10.1080/1097198X.2015.1070619>
- Yu, C. S. (2011). Construction and validation of an e-lifestyle instrument. *Internet Research*, 21(3), 214-235. <https://doi.org/10.1108/10662241111139282>
- Yusop, F. D., Sumari, M. (2013). The Use of Social Media Technologies among Malaysian Youth. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 103, 1204-1209. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.448>