

**Colección Investigación** fue creada por el Instituto de Comunicación Social (ICOS) de la UCA para fomentar la reflexión científica, el intercambio académico y el diálogo cultural. El ICOS ofrece con estos volúmenes el servicio de poner a disposición de otros investigadores los resultados obtenidos en los proyectos desarrollados por sus profesores. Motivó la colección un principio que alienta la práctica de la investigación en el ICOS: el reconocer que sólo desde la búsqueda constante de la verdad en libertad se puede garantizar una enseñanza de calidad y actualizada que, a su vez, redunde en nuevos interrogantes desencadenantes de otros procesos de investigación.

**María Teresa Baquerin de Riccitelli** es doctora en Sociología por la Pontificia Universidad Católica Argentina “Santa María de los Buenos Aires”. Desde 1991, se desempeña como Coordinadora Académica del Instituto de Comunicación Social, Periodismo y Publicidad de esa misma universidad. Profesora de Teoría de la Comunicación y Metodología de Investigación, ha enseñado por más de veinte años estas disciplinas en distintos ámbitos universitarios.

Es autora de diversos artículos en revistas especializadas nacionales e internacionales. En su libro *Cerca o lejos de internet. Las desigualdades en el conocimiento de una nueva tecnología* (EDUCA, 2007) profundiza el estudio de la teoría del distanciamiento social del conocimiento —*knowledge gap*—, su principal línea de investigación, aplicada al campo de las nuevas tecnologías.

# ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS .....	9
INTRODUCCIÓN: LA MOTIVACIÓN DE LOS USUARIOS DE INTERNET.....	11
<b>Capítulo 1</b>	
ASPECTOS METODOLÓGICOS .....	15
1. Secuencia de las etapas realizadas .....	16
<b>Capítulo 2</b>	
LA MOTIVACIÓN: UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA.....	17
1. Breve reseña histórica .....	19
2. Modelos de análisis .....	21
2.1. Modelos de expectativa/valencia.....	21
2.2. Teoría del control de la acción .....	22
2.3. Enfoques atributivos.....	23
2.4. La concepción relacional.....	23
2.4.1. El papel de la motivación en el conocimiento. Dos casos: habilidad lectora y uso de internet.....	26
<b>Capítulo 3</b>	
LOS PRINCIPALES ASPECTOS SOBRE LOS QUE SE ARTICULA LA MOTIVACIÓN EN EL USO DE INTERNET.....	31
1. El inicio de la relación con internet.....	31
2. Factores internos y externos que inciden en la relación de los usuarios con internet.....	35
2.1. Intencionalidad: la percepción subjetiva de dominio del “objeto internet” .....	39
2.2. Necesidad: la percepción subjetiva del instrumento internet.....	40
3. Límites para alcanzar la meta.....	42

## **Capítulo 4**

LA MOTIVACIÓN Y SUS PROPÓSITOS.....	49
1. La comunicación.....	49
2. La información.....	60
3. El entretenimiento.....	66
4. Los servicios .....	69

## **Capítulo 5**

EL PAPEL DEL CONOCIMIENTO EN LA MOTIVACIÓN. ENTORNO SOCIAL Y TECNOLÓGICO .....	79
---	----

## **Capítulo 6**

CONSIDERACIONES FINALES .....	89
-------------------------------	----

## ANEXOS

Anexo 1: Guía de pautas .....	93
Anexo 2: Glosario .....	95
Anexo 3: Entrevistas .....	100

BIBLIOGRAFÍA .....	125
--------------------	-----