pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

# Infoxicación en Redes Sociales: Sobrecarga Informativa en la Elección de Programas de Educación Superior

## *Infoxication on Social Media: Information Overload in the Choice of Higher Education Programs*

**Julio César Gereda-Carrillo**[1]
Director del Departamento de Comunicación y Coordinador de Tecnologías
Universidad San Gregorio de Portoviejo [USGP] -Ecuador-
jcgereda@sangregorio.edu.ec



1 Comunicador social, docente-investigador, escritor y gestor de proyectos de innovación y transformación social. Cuenta con más de 35 años de experiencia en docencia y más de 40 años de trayectoria en medios de comunicación tradicionales y digitales. Actualmente se desempeña como Director del Departamento de Comunicación y Coordinador de Tecnologías de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, donde lidera estrategias de comunicación institucional, producción de contenidos, innovación tecnológica y transformación digital. Es licenciado en Filosofía y Letras y licenciado en Comunicación. Posee una Maestría en Comunicación, con mención en Comunicación Digital, y una Maestría en Tecnologías de la Información, con mención en Transformación Digital e Innovación. Actualmente cursa el Doctorado en Marketing y Data Intelligence en la Universidad de Investigación e Innovación de México [UIIX]. **ORCID**: https://orcid.org/0000-0002-1722-0195

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

**Adamaris Gudiño-Palma**[2]
Coordinadora de Automatización de la atención omnicanal
Universidad San Gregorio de Portoviejo [USGP] -Ecuador-
angudino@sangregorio.edu.ec
**Mary Carmen Coveña-Chica**[3]
Comunicadora
Universidad San Gregorio de Portoviejo [USGP] -Ecuador-
mconvena@sangregorio.edu.ec



2 Licenciada en Bibliotecología, Documentación y Archivo por la Universidad Técnica de Manabí. Su formación y experiencia se orientan a la gestión de la información, organización documental y uso de herramientas digitales aplicadas a los procesos de información y comunicación. Ha complementado su formación académica mediante cursos y capacitaciones relacionados con gestión documental, tecnologías de la información, inteligencia artificial, marketing digital y herramientas para la gestión y atención de usuarios. Actualmente se desempeña en la Universidad San Gregorio de Portoviejo, donde desarrolla actividades relacionadas con la gestión y difusión de información institucional, administración de plataformas digitales y sistemas de atención omnicanal, gestión de bases de contactos, comunicación digital, redes sociales, producción de contenido y fotografía institucional. En el ámbito investigativo, es autora del artículo "Los identificadores persistentes -ORCID y Scopus Author ID- en las revistas de acceso abierto en Ecuador", trabajo vinculado con la comunicación científica, la identidad digital de los investigadores y la visibilidad de la producción académica. **ORCID**: https://orcid.org/0000-0003-0978-131X

3 Magíster en Comunicación Digital y Licenciada en Comunicación Social por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, con trayectoria profesional en comunicación institucional, periodismo, producción de contenidos y medios de comunicación. Cuenta con experiencia en televisión, radio y entornos digitales, desempeñándose como presentadora, reportera, periodista, editora y productora, y actualmente como comunicadora de la Universidad San Gregorio de Portoviejo. Su perfil integra competencias en planificación comunicacional, desarrollo de estrategias y campañas de posicionamiento, redacción creativa, fotografía, locución, oratoria, gestión de redes sociales, organización de eventos institucionales y gestión de proyectos, complementadas con formación certificada en Inteligencia Artificial. En el ámbito académico, posee formación de grado y posgrado en Comunicación Social y Comunicación Digital, respectivamente. Su experiencia también comprende la generación de productos comunicacionales y académicos, entre ellos dos publicaciones científicas en la Revista San Gregorio y el desarrollo de San Gregorio App, evidenciando su interés por la articulación entre comunicación, investigación, innovación y tecnologías digitales. **ORCID**: https://orcid.org/0000-0002-4443-9280

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

**John Fernando Cuadros-Alcívar**[4]
Director Ejecutivo del Centro de Transferencias de Tecnologías
Universidad San Gregorio de Portoviejo [USGP] -Ecuador-
jfcuadros@sangregorio.edu.ec

**Resumen**

El artículo analiza la relación entre la sobrecarga informativa percibida en redes sociales y la elección de programas de educación superior en Ecuador. Se aplicó una encuesta en línea, difundida mediante correo electrónico y redes sociales, y se analizaron 130 respuestas elegibles obtenidas. Las escalas presentaron alta consistencia interna (α=.872-.950). La sobrecarga informativa se relacionó fuertemente con la dificultad decisional (r=.783; $R^2$=.613; p<.001), con la incertidumbre (r=.745; $R^2$=.555; p<.001) y con la postergación de la decisión (r=.578; $R^2$=.334; p<.001). La relación con la confianza no fue significativa con errores estándar robustos (β=.213; p=.074). Un modelo con ocho características informativas explicó el 54.9% de la varianza



4 Periodista especializado en Comunicación Digital, con experiencia en estrategia de comunicación, social media, creación de contenidos, storytelling, producción audiovisual e implementación de herramientas de inteligencia artificial aplicadas a la comunicación. Es Licenciado en Comunicación por la Universidad San Gregorio de Portoviejo y Magíster en Comunicación Digital por la Universidad Casa Grande, donde obtuvo la distinción Cum Laude. Además, cuenta con formación complementaria en Gobernabilidad e Innovación Pública y Docencia Pedagógica Universitaria. Su trayectoria profesional incluye experiencia en Medios Ediasa, la Casa de la Cultura de Manabí, el GAD Portoviejo y el GAD Chone, desempeñándose en periodismo, dirección de comunicación, gestión de redes sociales y producción de contenidos. Actualmente es Estratega de Comunicación de la Universidad San Gregorio de Portoviejo y Director Ejecutivo del Centro de Transferencias de Tecnologías San Gregorio, combinando su experiencia comunicacional con liderazgo, gestión y educación continua. **ORCID**: https://orcid.org/0009-0000-7570-9960

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

de la sobrecarga; la complejidad fue el predictor individual más consistente (β=.343; p=.004). Los resultados sugieren que la infoxicación no dependió únicamente de la cantidad de información disponible, sino especialmente del esfuerzo requerido para interpretarla, jerarquizarla y compararla durante la elección de programas educativos.

*Palabras clave:* sobrecarga informativa, redes sociales, educación superior, elección educativa, comunicación digital.



**Abstract**

The article analyzed the relationship between perceived information overload on social media and the choice of higher education programs in Ecuador. An online survey was administered and disseminated through email and social media, and 130 eligible responses were analyzed. The scales showed high internal consistency (α=.872-.950). Information overload was strongly associated with decision-making difficulty (r=.783; $R^2$=.613; p<.001), uncertainty (r=.745; $R^2$=.555; p<.001), and postponement of the decision (r=.578; $R^2$=.334; p<.001). The relationship with decision confidence was not statistically significant when robust standard errors were used (β=.213; p=.074). A model including eight information characteristics explained 54.9% of the variance in information overload; complexity was the most consistent individual predictor (β=.343; p=.004). The results suggested that infoxication depended not only on the amount of information available but, more importantly, on the effort required to interpret, prioritize, and compare information during complex educational decisions.

*Keywords*: information overload, social media, higher education, educational choice, digital communication.

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

## Introducción

La elección de una carrera, una universidad o un programa de posgrado es una decisión de alto involucramiento. El potencial estudiante debe comparar atributos que no siempre están presentados de manera homogénea: modalidad, duración, costos, becas, requisitos, reconocimiento del título, acreditación, reputación, trayectoria docente, posibilidades de empleabilidad y experiencias de otros estudiantes. En el entorno digital, esta evaluación ya no ocurre únicamente a través de sitios web institucionales o procesos de orientación formal. Las redes sociales incorporan publicaciones oficiales, anuncios segmentados, testimonios, videos, comentarios, recomendaciones de terceros y contenidos generados por usuarios, de modo que la decisión se desarrolla dentro de un ecosistema informativo distribuido y dinámico.

Este cambio tiene una dimensión positiva evidente. Las redes sociales pueden ampliar el acceso a información, acercar a los potenciales estudiantes a las instituciones y reducir parte de la incertidumbre asociada con servicios complejos. Shields y Peruta (2019) mostraron que, aun cuando algunos estudiantes minimizan la influencia declarada de las redes sociales, estas pueden intervenir activamente en la búsqueda de información durante la decisión universitaria. La revisión sistemática de Pawar (2024), que sintetizó 51 estudios empíricos, identificó la decisión de matrícula como una de las cinco áreas centrales del uso de redes sociales en el marketing de educación superior. De forma convergente, Pietrzak et al. (2025) revisaron 78 publicaciones recuperadas de Scopus

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026



y constataron la consolidación de las plataformas sociales dentro de las actividades de comunicación y marketing de las instituciones de educación superior. Más recientemente, Tran et al. (2026), a partir de entrevistas, análisis de más de un millón de publicaciones de 94 universidades británicas y experimentos, mostraron que las características del contenido y del tono de la comunicación social pueden influir en la captación de estudiantes.

No obstante, una mayor disponibilidad de información no garantiza que el usuario pueda utilizarla eficazmente. La noción de sobrecarga informativa parte precisamente del límite entre disponibilidad y capacidad de procesamiento. En su revisión clásica, Eppler y Mengis (2004) mostraron que el fenómeno no depende solo de la cantidad de información, sino de la interacción entre características de la información, de la tarea, del individuo, de la organización y de la tecnología. Karr-Wisniewski y Lu (2010) trasladaron esta discusión al uso intensivo de tecnologías y operacionalizaron la sobrecarga como una experiencia en la que la información disponible excede los recursos necesarios para atenderla y procesarla con eficacia.

La evidencia reciente confirma que el problema continúa siendo relevante en entornos digitales. Shahrzadi et al. (2024), en una revisión de alcance que incluyó 89 trabajos, identificaron como antecedentes factores personales, informativos, tecnológicos y relacionados con la tarea, y agruparon entre las consecuencias la dificultad para buscar y recuperar información, el deterioro del desempeño y los problemas de decisión. En redes sociales, Ou et al. (2023) sintetizaron 64 estudios con 28.357 participantes y

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

encontraron que estresores psicológicos como la sobrecarga de información, la sobrecarga social y la sobrecarga de funciones se encuentran entre los predictores más importantes de la fatiga en redes sociales. Esta relación es relevante porque la fatiga y el agotamiento cognitivo pueden reducir los recursos disponibles para tareas de selección y comparación.

En población universitaria también se han documentado mecanismos compatibles con esta perspectiva. Pang et al. (2024) diferenciaron sobrecarga informativa, comunicativa y tecnológica en estudiantes internacionales y analizaron sus vínculos con agotamiento en redes sociales, ansiedad académica y logro educativo. Wang et al. (2025) encontraron, en 320 estudiantes universitarios, que la sobrecarga informativa contribuyó a la fatiga asociada con redes sociales y que esta, a su vez, se relacionó con agotamiento cognitivo y rendimiento académico. Aunque esos estudios no se refieren a la elección de educación superior, muestran que la sobrecarga percibida puede tener consecuencias sobre procesos cognitivos relevantes para evaluar información.



La dificultad de decidir bajo abundancia informativa también encuentra respaldo en la literatura sobre *choice overload*. Chernev et al. (2015) demostraron mediante metaanálisis que los efectos negativos de un conjunto amplio de opciones dependen de moderadores como la dificultad de la tarea, la complejidad del conjunto, la incertidumbre de las preferencias y la orientación a minimizar esfuerzo. Las revisiones más recientes han reforzado la naturaleza condicional del fenómeno. Jacob et

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026



al. (2024) revisaron 92 artículos publicados a lo largo de dos décadas, mientras que Dar & Gul (2025) sintetizó 53 estudios y distinguió evidencia tanto a favor como en contra de la sobrecarga de elección. En otras palabras, muchas opciones no son problemáticas por sí mismas; lo son cuando la estructura de la tarea y los recursos del decisor convierten la comparación en una carga.

Esta distinción resulta central para el presente estudio. La infoxicación no se entiende aquí como sinónimo de una cantidad elevada de publicaciones. Se utiliza como término comunicacional para describir una situación en la que el entorno informativo, por su volumen, diversidad, complejidad, dispersión, repetición o inconsistencia, puede superar la capacidad percibida para organizar y usar la información. El constructo medido empíricamente fue la sobrecarga informativa percibida. Así, una persona puede encontrar numerosas opciones sin sentirse sobrecargada si dispone de criterios claros, experiencia y fuentes bien organizadas; otra puede experimentar sobrecarga con menos opciones si los datos son difíciles de interpretar, contradictorios o fragmentados.

En esta discusión adquiere relevancia la alfabetización informacional en redes sociales. Heiss et al. (2023) desarrollaron una medida multidimensional de *social media information literacy* que comprende navegación, curación, evaluación, comprensión, creación e interacción. En un panel de 901 personas, mayores competencias de alfabetización informacional se asociaron con disminuciones de la sobrecarga informativa. Este hallazgo sugiere que la sobrecarga no depende exclusivamente del emisor o

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

de la plataforma: las habilidades para filtrar, jerarquizar y evaluar información también pueden modificar la experiencia del receptor. Para la elección educativa, estas competencias pueden ser especialmente importantes debido a la convivencia de información institucional, promocional y testimonial.

La literatura, por tanto, ofrece dos perspectivas que no son mutuamente excluyentes. La primera es la facilitación informativa: las redes sociales reducen costos de búsqueda, amplían el acceso a señales sobre la institución y ayudan a disminuir la incertidumbre. La segunda es la sobrecarga: cuando las demandas de procesamiento superan los recursos disponibles, la misma abundancia que inicialmente facilita la búsqueda puede incrementar el esfuerzo, la confusión y la demora. La pregunta relevante deja de ser si «más información es buena o mala» y pasa a ser bajo qué condiciones la información deja de funcionar como recurso y comienza a funcionar como carga.

Pese al crecimiento de ambos campos, existe una brecha en su intersección. La literatura de comunicación y marketing universitario ha privilegiado la perspectiva institucional: cómo atraer estudiantes, construir marca, generar participación o influir en matrícula. La literatura sobre sobrecarga informativa, en cambio, ha abordado contextos generales de redes sociales, consumo, trabajo, salud o desempeño académico. Son menos frecuentes los estudios que sitúan al potencial estudiante como receptor que debe integrar mensajes heterogéneos sobre educación superior y que examinan empíricamente la relación entre sobrecarga, dificultad, incertidumbre, confianza y postergación.

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026



A partir de esta brecha, el objetivo del estudio fue analizar la relación entre la sobrecarga informativa percibida en redes sociales y elección de programas de educación superior en Ecuador. Se planteó como hipótesis principal que mayores niveles de sobrecarga informativa se relacionarían con mayor dificultad decisional [H2]. De forma complementaria, se propuso que las características del entorno informativo se asociarían con sobrecarga [H1], que la sobrecarga se relacionaría positivamente con incertidumbre [H3], negativamente con confianza [H4] y positivamente con postergación [H5], y que considerar un mayor número de alternativas se asociaría con mayores niveles de sobrecarga [H6]. El estudio examinó, además, de manera exploratoria, si la sobrecarga podía funcionar como mecanismo estadístico intermedio entre las características de la información y la dificultad decisional.

## Método

### *Diseño y Participantes*

Se realizó un estudio cuantitativo, no experimental y transversal, con alcance correlacional, siguiendo criterios de diseño cuantitativo no experimental descritos por Creswell y Creswell (2023). La población objetivo estuvo compuesta por personas residentes en Ecuador, de 17 años o más, que durante los 12 meses previos hubieran considerado iniciar o continuar estudios de educación superior y hubieran utilizado redes sociales para buscar, consultar, recibir o comparar información sobre carreras de grado o programas de posgrado. El diseño se orientó a estudiar experiencias reales de búsqueda elección de programas educativos, no escenarios hipotéticos ni decisiones institucionales de educación superior.

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

El cuestionario recibió 139 respuestas hasta el corte analítico efectuado el 11 de septiembre de 2026 a las 14:16. El corte se aplicó por marca temporal: la última respuesta incluida se registró a las 14:00:42 y la siguiente respuesta disponible se recibió a las 14:18:07, por lo que todas las respuestas posteriores quedaron fuera de este estudio. La elegibilidad se verificó mediante preguntas de filtro sobre consentimiento, edad mínima, residencia en Ecuador, consideración reciente de estudios de educación superior y uso de redes sociales para buscar o comparar información educativa. Los 139 registros aceptaron participar, declararon haber considerado estudios de educación superior y haber utilizado redes sociales con ese propósito. Se excluyeron nueve registros correspondientes a personas que declararon no residir en Ecuador; los 130 casos restantes conformaron la muestra analítica.

No se registraron datos faltantes en los 30 ítems que integraron los bloques CI, SI, DD, IN, CD y PD La edad media fue 38.64 años (DE=11.38), con mediana de 39 y rango de 17 a 61 años. El grupo de 35 a 44 años fue el más numeroso -31.5%-, seguido de 25 a 34 años -26.2%-, 45 a 54 años -22.3%-, 17 a 24 años -10.8%- y 55 años o más -9.2%-. Cinco participantes tenían exactamente 17 años (3.8% de la muestra analítica).

La captación combinó dos vías digitales. Por correo electrónico institucional se remitió una invitación a 67,054 destinatarios; el panel de campaña registró 66,621 mensajes entregados, 9,329 aperturas y 342 clics. La encuesta también fue difundida mediante redes sociales y publicidad digital. Debido a que el cuestionario no registró

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

el canal exacto de procedencia de cada participante, estos indicadores se utilizaron únicamente para documentar el alcance del reclutamiento y no para calcular una tasa de respuesta atribuible al correo electrónico. El muestreo fue, por tanto, no probabilístico, intencional y autoseleccionado.

***Instrumento***

Se empleó un cuestionario autoadministrado en línea. La primera sección incluyó consentimiento y preguntas de elegibilidad. La segunda registró características de la búsqueda: tipo de programa, etapa de elección, redes utilizadas, red principal, número de instituciones y programas considerados y frecuencia de búsqueda. Las secciones siguientes midieron características informativas [CI], sobrecarga informativa [SI], dificultad decisional [DD], incertidumbre [IN], confianza en la decisión [CD] y postergación [PD]. Los ítems se respondieron en una escala Likert de cinco puntos, desde 1 -totalmente en desacuerdo- hasta 5 -totalmente de acuerdo-. Ningún ítem fue codificado en sentido inverso; en CD, puntuaciones más altas representan mayor confianza. El cuestionario íntegro, la codificación y la procedencia conceptual de los ítems se presentan como material suplementario.

El bloque de características informativas reunió ocho indicadores relativos a volumen, diversidad de fuentes, diversidad de alternativas, repetición, fragmentación, complejidad, inconsistencia e irrelevancia. Su formulación se apoyó en la literatura sobre sobrecarga informativa y en la distinción entre cantidad, complejidad y condiciones de procesamiento (Eppler & Mengis, 2004; Shahrzadi et al., 2024). Este bloque se utilizó como índice de condiciones

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

percibidas del entorno informativo y no como una escala unidimensional estricta. La sobrecarga informativa se midió mediante seis ítems adaptados conceptualmente de la tradición de *information overload* de Karr-Wisniewski y Lu (2010), contextualizados a la búsqueda de programas de educación superior en redes sociales. Los ítems evaluaron exceso percibido, dificultad de procesamiento, sensación de agobio, identificación de información relevante, priorización y esfuerzo previo a decidir.

La dificultad decisional se midió con cuatro ítems sobre dificultad de elección, agobio, frustración y esfuerzo, formulados para el contexto de comparación de programas educativos y apoyados en la literatura sobre *choice overload* (Chernev et al., 2015). La incertidumbre incluyó cuatro ítems sobre persistencia de dudas y dificultad para identificar la alternativa más adecuada. La confianza incorporó cuatro ítems sobre suficiencia de información, capacidad de comparación y seguridad en la elección; todos se codificaron de modo directo, de manera que valores mayores indican mayor confianza. La postergación reunió cuatro ítems sobre retraso, búsqueda continuada y evitación temporal de la decisión. Estos bloques fueron adaptaciones contextuales y no reproducciones literales de escalas propietarias. El cuestionario evitó utilizar la palabra «infoxicación» frente al participante para reducir la inducción de respuestas y centró los ítems en experiencias concretas de procesamiento.

La consistencia interna se evaluó mediante alfa de Cronbach (1951) y omega aproximado McDonald (1999). Como evidencias psicométricas disponibles en este corte se examinaron la consistencia interna, las correlaciones

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026



entre constructos y, el índice HTMT como verificación preliminar de validez discriminante Henseler et al., (2015). No se realizó un análisis factorial confirmatorio con esta muestra ni se dispone de una validación formal por jueces completada que permita afirmar validez de contenido mediante un coeficiente específico; por ello, el manuscrito no atribuye al instrumento una validación definitiva. ElHTMT permitió detectar un posible solapamiento entre dificultad e incertidumbre, aspecto considerado expresamente en la interpretación en las limitaciones.

***Procedimiento y Consideraciones Éticas***

La invitación describió el estudio como una investigación sobre el uso de redes sociales para informarse y explorar opciones de formación en educación superior. Antes de responder, las personas accedieron a una explicación sobre el carácter voluntario y anónimo de su participación y el uso académico y científico de la información. El formulario no recopiló direcciones de correo ni otros identificadores directos y no empleó preguntas filtro para finalizar la participación de quienes no cumplían los criterios definidos. El criterio original de edad mínima fue de 17 años y cinco de los 130 participantes analizados tenían esa edad. Dado que esos casos formaban parte del criterio de inclusión previsto en el instrumento, se conservaron en el análisis principal. Para evaluar si influían de manera sustantiva en las conclusiones, se realizó además un análisis de sensibilidad excluyéndolos (n = 125). La base empleada para el análisis correspondió exclusivamente al corte de las 14:16 del 11 de septiembre de 2026 ninguna respuesta posterior fue incorporada.

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

La difusión multicanal permitió captar participantes con distintos perfiles de edad y nivel formativo, aunque introdujo autoselección. Por esta razón, los resultados describen relaciones dentro de la muestra analizada y no se interpretaron como estimaciones representativas de la población ecuatoriana en su conjunto.

***Estrategia de Análisis***

El análisis comenzó con depuración de registros y estadísticos descriptivos. Las puntuaciones de cada constructo se calcularon como el promedio de sus ítems. Se estimaron medias, desviaciones estándar, medianas, alfa y omega. Para las relaciones bivariadas entre índices se utilizaron correlaciones de Pearson. Las hipótesis H2–H5 se contrastaron mediante regresiones lineales simples. En esos modelos se distinguen el coeficiente βno estandarizado β y el coeficiente estandarizado β; los intervalos de confianza del95% reportados corresponden a B. Para indiferencia se emplearon errores estándar robustos HC3. Esta decisión se reforzó mediante pruebas de Breusch-Pagan: se observaron indicios de heterocedasticidad en H2 ($p = .044$), H3 ($p = .024$) y H4 ($p = .002$), pero no en H5 ($p = .600$). En los modelos simples H2–H5 no existe colinealidad entre predictores. Como diagnóstico de influencia, ningún caso alcanzó una distancia de Cook igual o superior a 1; el máximo observado entre los modelos principales fue .312.

H1 se examinó mediante regresión múltiple con las ocho características informativas como predictores de la sobrecarga informativa. Se reportaron coeficientes estandarizados, intervalos de confianza del 95%, significación global y $R^2$ ajustado, con inferencia robusta HC3 para los

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026



coeficientes individuales. La colinealidad se evaluó mediante factor de inflación de la varianza (VIF) y tolerancia. Los VIF oscilaron entre 2.40 y 4.61 y las tolerancias entre .217 y .416; ningún predictor superó VIF = 5 ni presentó tolerancia inferior a .20. La prueba de Breusch-Pagan del modelo H1 no indicó heterocedasticidad estadísticamente significativa ($p = .423$). Dado que los ocho indicadores representan condiciones informativas conceptualmente relacionadas, sus efectos individuales se interpretaron con cautela y se privilegió también el ajuste global del modelo. H6 se exploró mediante correlaciones de Spearman entre las categorías ordenadas de número de instituciones/programas considerados y la sobrecarga. Finalmente, se estimó un modelo exploratorio de mediación con el índice global de características informativas como antecedente, sobrecarga como variable intermedia y dificultad decisional como resultado. El efecto indirecto se evaluó con 5,000 remuestreos *bootstrap* e intervalo de confianza del 95%.

Dado el diseño transversal y la ausencia de manipulación experimental, la mediación se interpretó únicamente como evidencia estadística compatible con un mecanismo indirecto. En ningún caso se consideró evidencia causal. Se adoptó $\alpha=.05$ y se privilegiaron la magnitud de los coeficientes, los intervalos de confianza y la varianza explicada sobre una lectura dicotómica basada exclusivamente en el valor p.

***Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial***

Durante la preparación del estudio y del manuscrito se utilizó ChatGPT -OpenAI- como herramienta complementaria para organizar el texto, revisar coherencia entre objetivos,

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

hipótesis y secciones, apoyar la depuración lingüística, organizar literatura y asistir en tareas computacionales vinculadas con la presentación del análisis. La herramienta no se utilizó para recolectar, generar, completar ni modificar datos empíricos. Las decisiones metodológicas, la selección de análisis, la verificación de resultados, la interpretación científica, la comprobación de fuentes y la aprobación de la versión final correspondieron a los autores, quienes asumen plena responsabilidad por el contenido. El uso de inteligencia artificial se concentró en el análisis resultados y materiales auxiliares, siempre bajo revisión humana.

## Resultados

### *Caracterización de la Muestra y de la Búsqueda Educativa*

La búsqueda de maestrías fue la situación más frecuente -42.3%-, seguida de carreras universitarias de grado -19.2%-, doctorados -17.7%-, especializaciones -11.5%- y otros programas formales -9.2%-. El perfil educativo de los participantes fue heterogéneo: 39.2% ya poseía un título de posgrado y 26.2% un título universitario de grado; 14.6% había finalizado bachillerato, 10.8% cursaba un posgrado, 6.9% se encontraba en estudios de grado y 2.3% se ubicó en otras categorías.

La modalidad en línea fue la alternativa principal para 50.0% de la muestra, seguida de la modalidad presencial -26.2%-, híbrida -17.7%- y sin preferencia definida -6.2%-. En cuanto al tipo de institución, 30.0% consideró instituciones públicas, otro 30.0% comparó públicas y privadas, 28.5% se orientó a privadas y 11.5% no tenía una preferencia definida. Estos datos muestran que la decisión no se concentró en un único segmento y que una proporción importante estaba

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026



comparando configuraciones institucionales diferentes.

Facebook fue la red principal declarada por 43.8% de los participantes, seguida de Instagram -22.3%-, TikTok -10.8%-, otras redes -10.8%-, LinkedIn -5.4%-, YouTube -5.4%- y X -1.5%-. La heterogeneidad de plataformas refuerza la idea de un entorno de búsqueda distribuido. Respecto al estado de la decisión, 31.5% continuaba comparando opciones, 28.5% había postergado la decisión y 28.5% ya estaba matriculado; 6.2% había elegido sin matricularse todavía y 5.4% había decidido no matricularse por el momento.

**Tabla 1**

*Caracterización principal de la muestra*

| Variable | Categoría | n | % |
|---|---|---|---|
| Edad | 17-24 | 14 | 10.8 |
| Edad | 25-34 | 34 | 26.2 |
| Edad | 35-44 | 41 | 31.5 |
| Edad | 45-54 | 29 | 22.3 |
| Edad | 55 o más | 12 | 9.2 |
| Programa | Maestría | 55 | 42.3 |
| Programa | Grado | 25 | 19.2 |
| Programa | Doctorado | 23 | 17.7 |
| Programa | Especialización | 15 | 11.5 |
| RRSS principal | Facebook | 57 | 43.8 |
| RRSS principal | Instagram | 29 | 22.3 |
| RRSS principal | TikTok | 14 | 10.8 |
| Estado | Continúa comparando | 41 | 31.5 |
| Estado | Postergó | 37 | 28.5 |
| Estado | Ya matriculado/a | 37 | 28.5 |

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

***Descriptivos y Consistencia Interna***

La percepción media de las características informativas fue 3.405 (DE=.936) en una escala de 1 a 5. La sobrecarga informativa presentó una media de 3.022 (DE=1.119), mientras que dificultad decisional alcanzó 2.842 (DE=1.140), incertidumbre 2.979 (DE=1.115), confianza 3.394 (DE=1.070) y postergación 3.179 (DE=1.055). En conjunto, las medias se concentraron alrededor del punto medio, aunque con desviaciones estándar superiores a un punto en casi todos los constructos, lo que indica variabilidad suficiente entre participantes y evita interpretar la muestra como homogéneamente "sobrecargada".

Las escalas presentaron consistencia interna alta. El alfa de Cronbach fue .950 para sobrecarga, .922 para dificultad, .929 para incertidumbre, .924 para confianza y .872 para postergación; la omega aproximados fueron .950, .923, .930, .927 y .873, respectivamente. El índice de características informativas alcanzó α=.907 y ω=.906, aunque se interpretó con cautela porque reúne dimensiones distintas del entorno informativo más que manifestaciones necesariamente equivalentes de un único rasgo.



**Tabla 2**

*Descriptivos y consistencia de los constructos*

| Constructo | Media | DE | Mediana | α | ω aprox. |
|---|---|---|---|---|---|
| Características informativas (CI) | 3.405 | .936 | 3.50 | .907 | .906 |
| Sobrecarga informativa (SI) | 3.022 | 1.119 | 3.00 | .950 | .950 |
| Dificultad decisional (DD) | 2.842 | 1.140 | 3.00 | .922 | .923 |

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Incertidumbre (IN) | 2.979 | 1.115 | 3.00 | .929 | .930 |
| Confianza (CD) | 3.394 | 1.070 | 3.25 | .924 | .927 |
| Postergación (PD) | 3.179 | 1.055 | 3.00 | .872 | .873 |



***Relaciones entre los Constructos***

La sobrecarga informativa se relacionó fuertemente con dificultad decisional (r=.783), incertidumbre (r=.745) y, con una magnitud moderada-alta, con postergación (r=.578). La correlación con confianza fue considerablemente menor (r=.213). Las características informativas se asociaron con sobrecarga (r=.627) y también mostraron relaciones con postergación (r=.587) y confianza (r=.617). Esta última asociación recuerda que disponer de más características o señales informativas puede coexistir con mayor confianza, aunque parte de ese entorno también pueda generar sobrecarga.

La correlación entre dificultad e incertidumbre fue elevada (r=.840). El HTMT preliminar para ese par fue .908, valor que supera el umbral conservador de90 y señala una diferenciación empírica limitada entre ambos constructos en esta muestra. Por ello, dificultad e incertidumbre se interpretan como dimensiones conceptualmente distintas, pero estrechamente relacionadas, y las inferencias específicas sobre cada una se formulan con cautela. Para sobrecarga y dificultad, el HTMT fue .838, más compatible con discriminación. Estos resultados no sustituyen una validación factorial confirmatoria n una muestra mayor permitirá contrastar de forma más rigurosa la estructura de medición.

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

**Tabla 3**

*Matriz de Correlaciones*

| Variable | CI | SI | DD | IN | CD | PD |
|---|---|---|---|---|---|---|
| CI | 1 | .627 | .495 | .481 | .617 | .587 |
| SI | .627 | 1 | .783 | .745 | .213 | .578 |
| DD | .495 | .783 | 1 | .840 | .233 | .613 |
| IN | .481 | .745 | .840 | 1 | .244 | .690 |
| CD | .617 | .213 | .233 | .244 | 1 | .438 |
| PD | .587 | .578 | .613 | .690 | .438 | 1 |

***Contraste de Hipótesis***

H1 recibió apoyo parcial. El modelo que incorporó los ocho indicadores de características informativas explicó 54.9% de la varianza de la sobrecarga ($R^2$=.549; $R^2$ ajustado=.519; p<.001). Los diagnósticos de colinealidad mostraron VIF entre 2.40 y 4.61 y tolerancias entre .217 y .416, Cuando los predictores se estimaron simultáneamente con errores robustos HC3, la complejidad de la información fue el predictor individual más consistente [B = .308; β = .343; IC95% de B [.097, .520]; p = .004]. La inconsistencia mostró una asociación positiva próxima al nivel convencional de significación [B = .225; β = .242; p = .073], mientras que volumen, diversidad de fuentes, diversidad de alternativas, repetición, fragmentación e irrelevancia no aportaron efectos individuales significativos una vez controladas las demás características. El resultado indica que el conjunto del entorno informativo importa, pero que su complejidad parece más decisiva que la cantidad aislada.

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026



H2, la hipótesis principal, fue respaldada. La sobrecarga informativa mostró una asociación positiva fuerte con la dificultad decisional [B = .798; EE HC3 ≈ .055; β = .783; IC95% de B [.689, .906]; p < .001] y el modelo simple explicó 61.3% de su varianza [$R^2$=.613]. La magnitud sugiere que la experiencia de sentirse sobrepasado por la información se encuentra estrechamente vinculada con el esfuerzo y la dificultad percibidos al comparar alternativas educativas.

H3 también fue respaldada. La sobrecarga se relacionó positivamente con incertidumbre [B = .742; EE HC3 ≈ .072; β = .745; IC95% de B [.601, .883]; p < .001; $R^2$ = .555]. H4 no recibió apoyo: la relación estimada entre sobrecarga y confianza fue positiva y pequeña [B = .204; EE HC3 ≈ .114; β = .213;], [IC95% de B [-.020, .427]; p = .074; $R^2$ = .045]. Como análisis de sensibilidad la estimación convencional sin corrección robusta produjo p = .015, pero la asociación mantuvo signo positivo, contrario a la hipótesis de una relación negativa; al excluir a los cinco participantes de 17 años, la asociación disminuyó (β = .174; p = .155 con HC3). Por tanto, H4 permanece no respaldada bajo las especificaciones examinadas. H5 sí fue respaldada: la sobrecarga se relacionó con mayor postergación (B = .545; EE HC3 ≈ .086; β = .578; IC95% de B [.377, .714]; p < .001; $R^2$ = .334].). En el análisis de sensibilidad con participantes de 18 años o más (n = 125), las conclusiones principales se mantuvieron: H2 β = .776 (p < .001), H3 β = .747 (p < .001), H5 β = .566 (p < .001), y en H1 la complejidad continuó siendo el predictor individual más consistente (β = .366; p = .002; $R^2$ = .544).

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

H6 obtuvo apoyo parcial. El número de instituciones consideradas se relacionó positivamente con sobrecarga (ρ=.275; p=.0015), mientras que el número de programas presentó una relación más débil y no significativa (ρ=.150; p=.089). Así, la cantidad de alternativas institucionales parece contribuir al entorno de carga, pero la relación no es uniforme para cualquier forma de variedad de opciones.

En el análisis exploratorio, el modelo: características informativas → sobrecarga → dificultad produjo un efecto indirecto estimado de .594, cuyo intervalo *bootstrap* del 95% [.438, .765] no incluyó cero. La estimación es compatible con la hipótesis de que el entorno informativo se vincula con la dificultad en parte a través de la experiencia de sobrecarga. Debido a la naturaleza transversal, este resultado se interpreta únicamente como patrón asociativo y no como mediación causal.

**Tabla 4**

*Síntesis del contraste de hipótesis*

| **Hipótesis** | **Relación** | B | β | IC95% de B / nota | p | $R^2$ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H1 | CI1-CI8 → SI | — | — | $R^2$ aj. = .519 | < .001 | Apoyo |
| H1 | Complejidad → SI | — | .343 | IC95% β [.108, .579] | .004 | Predictor individual principal |
| H2 | SI → DD | .798 | .783 | [.689, .906] | < .001 | Respaldada |
| H3 | SI → IN | .742 | .745 | [.601, .883] | < .001 | Respaldada |

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H4 | SI → CD | .204 | .213 | [-.020, .427] | .074 | No respaldada |
| H5 | SI → PD | .545 | .578 | [.377, .714] | < .001 | Respaldada |
| H6 | Instituciones → SI | — | ρ = .275 | Spearman | .002 | Respaldada |
| H6 | Programas → SI | — | ρ = .150 | Spearman | .089 | No significativa |
| Expl. | CI → SI → DD | — | Indirecto = .594 | Bootstrap 95% [.438, .765] | — | Compatible con efecto indirecto |

*Nota.* En H2–H5, B es el coeficiente no estandarizado, β el coeficiente estandarizado y los IC95% corresponden a B; la inferencia se realizó con errores estándar robustos HC3. En H1 se reporta β para el predictor individual. ρ = correlación de Spearman.

### *Síntesis Interpretativa de los Resultados*

En términos sustantivos, los resultados indican que las personas que experimentaron mayor sobrecarga al procesar información en redes sociales también reportaron más dificultad para comparar y elegir programas de educación superior. El patrón no se redujo a «tener mucha información»: cuando las ocho características informativas se consideraron conjuntamente, la complejidad fue el predictor individual más consistente. Esto sugiere que la carga aumenta especialmente cuando los contenidos requieren mayor esfuerzo de interpretación, integración o comparación. La sobrecarga también se acompañó de más

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

incertidumbre y mayor tendencia a postergar la elección. En cambio, no se observó evidencia suficiente para afirmar que reduzca la confianza final. Así, los datos describen un proceso en el que abundancia y utilidad pueden coexistir, pero la organización y claridad de la información resultan decisivas para que el entorno digital funcione como apoyo y no como carga.

## Discusión

Los resultados respaldan la tesis central del estudio: la sobrecarga informativa percibida se encuentra estrechamente asociada con la dificultad para elegir programas de educación superior. La relación SI-DD fue la más fuerte del modelo principal y explicó una proporción sustantiva de la variabilidad de la dificultad. Este hallazgo coincide con la revisión de Shahrzadi et al. (2024), que sitúa la toma de decisiones entre los ámbitos afectados por la sobrecarga informativa, y con Khusnah y Roosdhani (2025), quienes observaron una relación positiva entre information overload y decision difficulty en una muestra de 310 participantes de Generación Z. La convergencia es relevante porque el presente estudio traslada esa relación a un contexto decisional específico: la comparación y elección de programas de educación superior.

El hallazgo no debe interpretarse como evidencia de que las redes sociales sean intrínsecamente perjudiciales para la elección educativa. La literatura de marketing universitario muestra lo contrario en numerosos contextos: las plataformas permiten acceder a información, señales de calidad, experiencias y opiniones que pueden reducir incertidumbre y apoyar la matrícula (Pawar, 2024; Pietrzak et al., 2025; Tran et al., 2026). La contribución del presente estudio consiste en

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026



mostrar el límite potencial de esa ventaja. Cuando el receptor percibe que la información disponible es difícil de integrar, la función facilitadora puede coexistir con una carga cognitiva elevada. Se trata, por tanto, de una paradoja de la abundancia: la misma infraestructura que amplía las posibilidades de informarse puede aumentar las demandas de procesamiento.

Esta interpretación se fortalece por el comportamiento de H1. El conjunto de características informativas explicó más de la mitad de la varianza de la sobrecarga, pero el volumen no fue el predictor individual más sólido cuando se controlaron simultáneamente las demás características. La complejidad sí lo fue. Este resultado cuestiona una lectura simplista de la infoxicación basada en contar mensajes, anuncios o publicaciones. En la experiencia de decisión educativa, el problema parece estar más vinculado con el esfuerzo necesario para interpretar y comparar información que con la cantidad aislada. Esta conclusión es coherente con la tradición de Eppler y Mengis (2004) y con Shahrzadi et al. (2024), quienes conciben la sobrecarga como resultado de la interacción entre características de información, tarea y capacidad de procesamiento.

La importancia de la complejidad también dialoga con la literatura sobre choice overload. Chernev et al. (2015) mostraron que la dificultad de la tarea y la complejidad del conjunto son moderadores centrales de los efectos de un número amplio de opciones. Jacob et al. (2024) y Dar & Gul (2025) reiteran que el número de alternativas por sí mismo no basta para producir sobrecarga de elección. En la muestra analizada, el número de instituciones se asoció con sobrecarga, pero el número de programas no alcanzó

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

significación. Este patrón resulta coherente con la idea de que la arquitectura de la decisión importa más que un conteo abstracto de opciones. Comparar varias instituciones puede multiplicar fuentes, criterios, formatos y promesas; comparar varios programas dentro de un marco más homogéneo podría no producir la misma carga.

La asociación entre sobrecarga e incertidumbre fue igualmente elevada. Desde un punto de vista normativo podría esperarse que una mayor disponibilidad de información reduzca dudas. Sin embargo, cuando los contenidos introducen atributos adicionales, inconsistencias o exigencias de comparación, la búsqueda puede generar nuevos interrogantes. El resultado concuerda con la literatura que vincula conjuntos complejos y preferencias inciertas con mayor dificultad (Chernev et al., 2015; Dar& Gul, 2025). En educación superior, la incertidumbre tiene además características particulares: el servicio no puede evaluarse plenamente antes de consumirlo, su calidad es multidimensional y sus consecuencias se extienden en el tiempo. Por ello, el usuario puede seguir buscando información sin alcanzar necesariamente una sensación proporcional de certeza.

La relación entre sobrecarga y postergación también respaldó las expectativas. Una interpretación plausible es que, frente a información difícil de integrar, algunos usuarios extiendan la búsqueda como estrategia para disminuir el riesgo percibido. Sin embargo, esa conducta puede producir un círculo acumulativo: más búsqueda genera más información, y más información puede generar nuevas comparaciones pendientes. Khusna yRoosdhani (2025) mostraron que la sobrecarga informativa se relaciona con

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026



dificultad decisional mediante el agotamiento en redes sociales; los resultados del presente estudio amplían ese patrón al mostrar una asociación adicional con la postergación de la elección educativa. Esta comparación se plantea como convergencia conceptual y no como equivalencia de contextos.

H4 produjo el resultado más útil para evitar una interpretación determinista. La sobrecarga no mostró la relación negativa esperada con la confianza. La asociación fue pequeña, positiva y no significativa con estimación robusta. Esto sugiere que un proceso difícil no conduce necesariamente a una decisión final vivida como insegura. Una persona puede sentirse sobrepasada durante la búsqueda y, aun así, terminar confiando en su elección. También es posible que quienes buscan más intensamente acumulen simultáneamente sobrecarga y conocimiento, lo que explicaría por qué la confianza no disminuye de forma lineal. En términos teóricos, el resultado distingue la experiencia del proceso de la evaluación subjetiva del resultado.

La coexistencia de sobrecarga y confianza invita a recuperar la perspectiva de facilitación informativa. Tran et al. (2026) mostraron que determinados contenidos universitarios pueden funcionar como señales útiles para estudiantes potenciales. La cuestión, entonces, no es reducir indiscriminadamente la información, sino mejorar su organización. Una comunicación abundante puede ser beneficiosa si permite identificar rápidamente qué datos son relevantes, comparar alternativas con criterios equivalentes y distinguir mensajes promocionales de información

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

verificable. La evidencia del presente estudio apunta a que la gestión de la complejidad puede ser más importante que la simple reducción del volumen.

Los resultados sobre fatiga y agotamiento descritos en otros estudios ayudan a contextualizar este mecanismo. Ou et al. (2023) encontraron meta-analíticamente que la sobrecarga informativa es uno de los estresores con mayor relación con fatiga en redes sociales. Pang et al. (2024) identificaron que distintas formas de sobrecarga podían alimentar agotamiento y ansiedad en estudiantes internacionales. Qin et al. (2024) también examinaron determinantes de fatiga social y confirmaron la relevancia de la sobrecarga informativa, mientras Wang et al. (2025) observaron que la fatiga puede incrementar el agotamiento cognitivo. El presente estudio no midió fatiga como variable central, pero la fuerte asociación con dificultad es compatible con una explicación basada en recursos de procesamiento limitados.

El efecto indirecto exploratorio CI → SI → DD aporta una pieza adicional. El intervalo *bootstrap* no incluyó cero y el efecto estimado fue sustantivo. Esto es coherente con un modelo en el que el entorno informativo no dificulta decidir simplemente porque existan muchas fuentes o atributos; la dificultad aparece cuando esas condiciones se traducen en experiencia de sobrecarga. Esta distinción es teóricamente valiosa porque separa una propiedad del entorno de una respuesta del usuario. Sin embargo, el diseño transversal impide establecer precedencia temporal y, por tanto, no permite afirmar que la sobrecarga cause dificultad. También es plausible que personas que perciben la decisión como difícil busquen más información y terminen reportando mayor sobrecarga. Estudios longitudinales o experimentales deberán resolver esa dirección.

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026



Desde la comunicación institucional, la principal implicación es abandonar la equivalencia entre mayor producción de contenido y mejor información. Una institución puede publicar con alta frecuencia y, sin embargo, dificultar la decisión si distribuye requisitos, costos, modalidades, calendarios y características del programa en fuentes separadas o con formatos poco comparables. La recomendación no es "publicar menos", sino disminuir el costo cognitivo de la información: jerarquizar contenidos, mantener consistencia entre canales, ofrecer resúmenes comparables, concentrar datos críticos en puntos de referencia estables y diferenciar claramente piezas promocionales de información operativa.

Este argumento se vincula con la alfabetización mediática e informacional, eje explícito de la convocatoria en la que se inscribe el estudio. Heiss et al. (2023) demostraron que competencias de navegación, curación y evaluación en redes sociales se asocian con reducciones de sobrecarga. Para un potencial estudiante, esas competencias implican saber reconocer fuentes oficiales, verificar acreditaciones, separar testimonios de evidencia institucional, contrastar costos y requisitos, identificar publicidad y limitar búsquedas que solo añaden información redundante. La alfabetización informacional puede operar como recurso protector frente a ambientes complejos, hipótesis que merece ser probada como moderación en estudios posteriores.

La elevada relación entre dificultad e incertidumbre debe ser interpretada con cautela. Aunque conceptualmente son diferentes —la primera describe esfuerzo y complejidad;

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

la segunda, falta de certeza sobre la alternativa—, el HTMT preliminar de .908 sugiere que en esta muestra ambas experiencias pueden estar muy próximas. Esta proximidad podría reflejar la naturaleza de la elección educativa: cuando una persona no está segura de cuál alternativa es mejor, la tarea se siente más difícil, y cuando la comparación resulta difícil, aumentan las dudas. Futuras validaciones deberán contrastar modelos factoriales separados y, si fuera necesario, revisar la formulación de ítems.

El perfil de la muestra amplía el interés del estudio más allá de los aspirantes tradicionales de 17 o 18 años. La edad media cercana a 39 años y el predominio de búsqueda de maestrías muestran que la educación superior en redes sociales se evalúa también desde trayectorias adultas, profesionales y de formación continua formal. Esto puede explicar la presencia de Facebook como principal red declarada y obliga a evitar asumir que la comunicación universitaria digital debe pensarse exclusivamente para públicos adolescentes. La variedad etaria puede ser una fortaleza descriptiva del trabajo, aunque impide extrapolar patrones específicos a un único grupo generacional.



Finalmente, el método de reclutamiento requiere una lectura cuidadosa. El correo institucional alcanzó un volumen muy amplio, pero la encuesta también circuló por publicidad y redes sociales y no registró el canal de procedencia de cada respuesta. Por ello no es metodológicamente correcto dividir los 139 cuestionarios entre los 67,054 destinatarios y denominar esa razón “tasa de respuesta”. El estudio documenta el alcance de campaña, pero reconoce una muestra autoseleccionada. Este límite no

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

afecta las asociaciones internas observadas, pero sí restringe la posibilidad de afirmar que las medias o proporciones representan a toda la población ecuatoriana.

### *Limitaciones y Líneas Futuras*

El estudio presenta varias limitaciones. Primero, el diseño transversal impide establecer temporalidad o causalidad. Segundo, el muestreo no probabilístico y la participación autoseleccionada limitan la generalización poblacional: las medias, proporciones y asociaciones no deben interpretarse como estimaciones representativas de Ecuador. Tercero, todas las variables centrales proceden de autorreporte y pueden compartir varianza de método común. Cuarto, se midió sobrecarga percibida, no el volumen objetivo de publicaciones vistas por cada participante. Quinto, el análisis agrupó distintas plataformas, aunque sus arquitecturas, públicos y formatos pueden generar experiencias informativas diferentes. . Sexto, cinco participantes tenían 17 años, de acuerdo con el criterio de inclusión original; aunque el análisis de sensibilidad que los excluyó no modificó las conclusiones sustantivas, esta característica debe considerarse al interpretar la composición de la muestra y la documentación ética del estudio.

A estas limitaciones se añade la proximidad empírica entre dificultad e incertidumbre. Una investigación posterior debería aplicar análisis factorial confirmatorio con una muestra mayor, evaluar invariancia por tipo de programa, grupo etario y plataforma, y contrastar si ambos constructos pueden mantenerse separados. También sería útil incorporar alfabetización informacional, claridad de preferencias, experiencia previa, fatiga de redes y calidad percibida de la

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

información. En atención a la diversidad observada, futuras investigaciones deberían comparar de manera específica Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube y otras plataformas, así como distinguir grupos etarios y extender el análisis a ofertas de formación continua formal.

Tres diseños permitirían avanzar causalmente. Un estudio longitudinal podría seguir al potencial estudiante desde la búsqueda inicial hasta la matrícula y observar cómo cambia la sobrecarga. Un experimento podría manipular el volumen y, especialmente, la complejidad o fragmentación de información sobre programas equivalentes. Finalmente, un enfoque mixto podría combinar escalas con entrevistas o protocolos de pensamiento en voz alta para identificar las estrategias mediante las que las personas filtran, descartan y jerarquizan contenidos.

## Conclusiones

El estudio mostró que la sobrecarga informativa percibida constituye una dimensión relevante en la elección de programas de educación superior apoyada en información obtenida mediante redes sociales. En la muestra analizada, la sobrecarga presentó relaciones fuertes con dificultad e incertidumbre y una relación moderada con postergación. La hipótesis de que mayor sobrecarga reduciría la confianza no fue respaldada, lo que indica que la experiencia de un proceso exigente no equivale necesariamente a una elección final insegura.

El hallazgo de mayor interés teórico fue que la complejidad informativa destacó por encima del volumen como predictor individual de sobrecarga dentro del modelo multivariable. Por tanto, la infoxicación no debería conceptualizarse únicamente como exposición a «demasiada

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

información». En decisiones educativas complejas, puede ser más importante cuánto esfuerzo exige interpretar, integrar y comparar los contenidos disponibles. La asociación con el número de instituciones, pero no con el número de programas, refuerza la idea de que el contexto y la estructura de la elección importan.

Estos resultados permiten formular una conclusión comunicacional concreta: las instituciones de educación superior no necesitan reducir indiscriminadamente su presencia en redes sociales, sino diseñar entornos informativos con menor costo cognitivo. La claridad, jerarquización, consistencia entre canales y comparabilidad de atributos pueden contribuir a que la abundancia se mantenga como recurso y no se transforme en carga.

Desde la alfabetización mediática e informacional, el trabajo sugiere que la capacidad de navegar, filtrar, verificar y priorizar información debe considerarse parte de la preparación para decisiones educativas informadas. La investigación futura deberá probar directamente ese papel moderador y establecer, mediante diseños longitudinales o experimentales, en qué momento la facilitación informativa se transforma en sobrecarga.

En síntesis, la evidencia obtenida es compatible con una tesis condicional: más información puede ampliar las posibilidades de elección, pero su utilidad depende de que pueda procesarse y compararse con eficiencia. La discusión sobre infoxicación en educación superior debe desplazarse, por tanto, desde la cantidad de mensajes hacia la arquitectura de la información y las capacidades del receptor.

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

## Referencias Bibliográficas

Chernev, A., Böckenholt, U., & Goodman, J. (2015). Choice overload: A conceptual review and meta-analysis. *Journal of Consumer Psychology, 25*(2), 333-358. https://doi.org/10.1016/j.jcps.2014.08.002

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (6th ed.). SAGE Publications.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, 16(*3), 297-334. https://doi.org/10.1007/BF02310555

Dar, A. R., & Gul, M. (2025). The "less is better" paradox and consumer behaviour: A systematic review of choice overload and its marketing implications. *Qualitative Market Research: An International Journal, 28*(1), 122-145. https://doi.org/10.1108/QMR-01-2024-0006

Eppler, M. J., & Mengis, J. (2004). The concept of information overload: A review of literature from organization science, accounting, marketing, MIS, and related disciplines. The Information Society, 20(5), 325-344. https://doi.org/10.1080/01972240490507974

Heiss, R., Nanz, A., & Matthes, J. (2023). Social media information literacy: Conceptualization and associations with information overload, news avoidance and conspiracy mentality. *Computers in Human Behavior, 148*, 107908. https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107908

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*, 115-135. https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026



Jacob, B. M., Thomas, S., & Joseph, J. (2024). Over two decades of research on choice overload: An overview and research agenda. I*nternational Journal of Consumer Studies, 48*(2), e13029. https://doi.org/10.1111/ijcs.13029

Karr-Wisniewski, P., & Lu, Y. (2010). When more is too much: Operationalizing technology overload and exploring its impact on knowledge worker productivity. *Computers in Human Behavior, 26*(5), 1061-1072. https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.008

Khusnah, R. S., & Roosdhani, M. R. (2025). The influence of information overload on decision difficulty mediated by social media exhaustion on Generation Z in Jepara. *Jurnal Manajemen Stratejik dan Simulasi Bisnis, 6*(1), 1-14. https://doi.org/10.25077/mssb.6.1.1-14.2025

McDonald, R. P. (1999). Test theory: A unified treatment. Lawrence Erlbaum Associates.

Ou, M., Zheng, H., Kim, H. K., & Chen, X. (2023). A meta-analysis of social media fatigue: Drivers and a major consequence. *Computers in Human Behavior, 140*, 107597. https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107597

Pang, H., Quan, L., & Lu, J. (2024). How does perceived overload influence international students' educational attainment? The mediating roles of social media exhaustion and academic anxiety. *Current Psychology, 43*, 7794-7808. https://doi.org/10.1007/s12144-023-04984-5

Pawar, S. K. (2024). Social media in higher education marketing: A systematic literature review and research agenda. *Cogent Business & Management, 11*(1), 2423059. https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2423059

pp. 20-56
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

Pietrzak, P., Kucharska, A., Cieciora, M., & Bołkunow, W. (2025). The use of social media in higher education marketing activities: A systematic literature review. *Journal of Management and Financial Sciences*, (55), 59-76. https://doi.org/10.33119/JMFS.2025.55.3

Qin, C., Li, Y., Wang, T., Zhao, J., Tong, L., Yang, J., & Liu, Y. (2024). Too much social media? Unveiling the effects of determinants in social media fatigue. *Frontiers in Psychology, 15*, 1277846. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1277846

Shahrzadi, L., Mansouri, A., Alavi, M., & Shabani, A. (2024). Causes, consequences, and strategies to deal with information overload: A scoping review. *International Journal of Information Management Data Insights, 4*(2), 100261. https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2024.100261

Shields, A. B., & Peruta, A. (2019). Social media and the university decision. Do prospective students really care? *Journal of Marketing for Higher Education, 29*(1), 67-83. https://doi.org/10.1080/08841241.2018.1557778

Tran, H.-A., Evanschitzky, H., Ludwig, S., Nguyen, B., Grewal, D., Farrell, A. M., & Ackfeldt, A.-L. (2026). How universities can use social media for student acquisition. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *54*, 539-556. https://doi.org/10.1007/s11747-025-01131-3

Wang, X., Zhao, X., & Yu, C. (2025). La influencia de la sobrecarga social y de información en el rendimiento académico: El rol de la fatiga provocada por las redes sociales, el agotamiento cognitivo y el autocontrol. *Revista de Psicodidáctica, 30*(2), 500164. https://doi.org/10.1016/j.psicod.2025.500164