

Actitud, Norma Subjetiva, Control Conductual Percibido e Intención de Publicar Replicaciones en Psicología

Claudio Bustos¹ y Natalia Zañartu
Universidad de Concepción

Fabiola Sáez
Universidad Católica de la Santísima Concepción

Daniel Bruna
Universidad del Desarrollo

Karla Lobos
Universidad Santo Tomás

Félix Cova y Carolina Inostroza
Universidad de Concepción

Daniel Lermanda
Directa Comunicación Estratégica

Astrid Sarmiento, Pedro Salcedo y Alejandro Díaz
Universidad de Concepción

Ponencia Libre presentada en el VI Congreso Anual de la Sociedad Científica de Psicología de Chile
(Rancagua, O'Higgins, Chile, 10 al 12 de abril de 2019)

Un número escaso de investigaciones en psicología son réplicas, lo que se relaciona con un sesgo negativo hacia estas. Sin embargo, la denominada crisis de la replicabilidad en psicología ha mostrado la necesidad de replicar para obtener resultados confiables. El objetivo de esta investigación fue conocer cómo influyen las actitudes, la norma subjetiva y el control conductual percibido en la intención de publicar estudios de replicación directa, replicación conceptual y adaptación de instrumentos. El diseño del estudio fue descriptivo-correlacional de temporalidad transversal. Se consideró como población a los autores de publicaciones del periodo 2014-2016 en revistas indexadas en Scopus relacionadas a la psicología, con filiación institucional en Hispanoamérica o España (N estimado = 5390). Usando muestreo aleatorio estratificado por países, participaron 959 investigadores de instituciones en 20 países. El reclutamiento y recolección de datos se realizó en línea, siguiendo un protocolo estandarizado en una plataforma Web propia. Se utilizó un instrumento autoaplicado con 4 secciones, con tiempo de respuesta de 20 minutos. Se analizaron los datos usando regresión con modelos sobre media y varianza. La varianza de la intención es explicada tanto por la actitud (21%), norma subjetiva (28%) y control conductual percibido (25%) por separado, así como en conjunto (39%). Este estudio permitió conocer la posición de los investigadores en psicología de Hispanoamérica y España sobre las replicaciones. Se concluye que es posible explicar la intención de publicar replicaciones en función de variables cognitivo-motivacionales, lo que permitiría planificar acciones dirigidas a fomentar la realización de estas investigaciones.

Palabras clave: psicología social, motivación, replicación, publicación científica, comunidad científica

¹ clbustos@udec.cl