



FACULTAD DE HUMANIDADES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

TESIS

**LA RED SOCIAL FACEBOOK EN LA INTERACCIÓN
VIRTUAL DE LOS ESTUDIANTES DEL 4TO Y 5TO
AÑO DE SECUNDARIA DEL COLEGIO
PARTICULAR “UNIVERSIA”.**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

Autora:

Bach. Vallejos Armijos Yesenia Anali

Asesor:

Mg. Torres Mirez Karl Frieredick

Línea de Investigación:

Comunicación y Empresa

Pimentel – Perú

Año 2019

AUTORÍA

Título del proyecto de investigación:

Línea de Investigación: Comunicación y Empresa

Autora: Bach. Vallejos Armijos Yesenia Anali

Asesor: Mg. Torres Mirez, Karl Friederick

Tipo de investigación: Cuantitativa

Facultad y Escuela Académica Profesional: Facultad De Humanidades – Ciencias De La Comunicación

Periodo de Investigación: Setiembre 2017 – Julio 2018

Fecha de inicio y termino de la investigación: Setiembre 2017 – Julio 2018

Presentado por:

Bach. Vallejos Armijos Yesenia Anali

Aprobado por:

Mg. Torres Mirez, Karl Frieredick

Fecha de presentación:

09 de julio del 2019

**LA RED SOCIAL FACEBOOK EN LA INTERACCIÓN VIRTUAL DE LOS
ESTUDIANTES DEL 4TO Y 5TO AÑO DE SECUNDARIA DEL COLEGIO
PARTICULAR “UNIVERSIA”**

Aprobación de la tesis

Bach. Vallejos Armijos Yesenia Anali
Autor

Dra. Sharon Paredes Delgado
Presidente

Mg. Zoila Nelly Pita Cabrejos
Secretario/a

Mg. Karl Friederick Torres Mirez
Vocal

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

A mis padres Solano y Dora por brindarme su amor y apoyo incondicional, hoy me han permitido llegar a cumplir un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está siempre conmigo.

A mi hermana Consuelo vallejos por su cariño y apoyo durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

A mi querido maestro Mg. Karl Torres Mirez, quien me apoyo durante todo este proceso y despejo mis dudas con su conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

Al Dir. José Quiñones U. por permitirme realizar todo el proceso investigativo dentro de su establecimiento educativo.

De igual manera mis agradecimientos a la Universidad Señor de Sipán, a mis profesoras a la Dra. Sharon Paredes Delgado, y la Mg. Zoila Cabrejos Pita. Quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

Finalmente quiero expresar mi sincero agradecimiento a mis mejores amigos, Briand Manay y Karla Vargas quienes estuvieron siempre dándome ánimo para seguir con esta investigación.

Índice

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
Índice	vi
Índice de Tablas	vii
Índice de Figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad Problemática	12
1.2. Antecedentes de estudio	14
1.3. Teorías relacionadas al tema	25
1.3.1. Teoría de los seis grados de separación.	25
1.3.2. Red Social Facebook.	26
1.3.3. Interacción virtual.	30
1.4. Formulación del problema	33
1.5. Justificación e importancia del estudio	33
1.6. Hipótesis	34
1.7. Objetivos	34
1.7.1. Objetivo general	34
1.7.2. Objetivos específicos	35
II. MATERIAL Y MÉTODO	36
2.1. Tipo y Diseño de Investigación	36
2.2. Población y muestra.	37
2.3. Variables, Operacionalización	38
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	41
2.5. Procedimiento de análisis de datos.	43
2.6. Criterios éticos	44
2.7. Criterios de rigor científico	44
III. RESULTADOS	46
3.1. Resultados en Tablas y Figuras	46
3.2. Discusión de resultados	60
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
4.1. Conclusiones	65
4.2. Recomendaciones	66
REFERENCIAS	67
ANEXOS	71

Índice de Tablas

Tabla 1 Población de estudiantes del de 4to año de Secundaria	38
Tabla 2 Población de estudiantes del de 5to año de Secundaria	38
Tabla 3 Operacionalización de variables	40
Tabla 4 Escala de fiabilidad alfa de Cronbach	42
Tabla 5 Resumen del procesamiento de los casos	42
Tabla 6 Estadísticos de fiabilidad.....	43
Tabla 7 Matriz de Consistencia	72
Tabla 8 Género	79
Tabla 9 Tipo de información compartida	79
Tabla 10 Frecuencia de comunicación con amigos	79
Tabla 11 Tiempo de conexión a la red social Facebook.....	80
Tabla 12 Tipo de información interesante en Facebook.....	80
Tabla 13 Motivos para compartir información en Facebook	80
Tabla 14 Beneficios de la red social Facebook	81
Tabla 15 Razones para la comunicación con amigos a través de Facebook	81
Tabla 16 Promedio de amigos en la red social Facebook.....	81
Tabla 17 Porcentaje de alumnos que conoce a las personas que tiene como amigos en su perfil de Facebook	82
Tabla 18 Estudiantes que consideran que el tiempo dedicado a la red social Facebook no afecta sus resultados en el colegio	82
Tabla 19 Porcentaje de alumnos que integran grupos cerrados o abiertos en Facebook.....	82
Tabla 20 Comunicación con amigos del aula a través de Facebook	83
Tabla 21 Conflictos generados por publicaciones en la red social Facebook	83

Índice de Figuras

Figura 1 Distribución del género de los estudiantes.....	46
Figura 2 Tipo de información compartida.....	47
Figura 3 Frecuencia de comunicación con amigos.....	48
Figura 4 Tiempo de conexión a la red social Facebook	49
Figura 5 Tipo de información interesante en Facebook	50
Figura 6 Motivos para compartir información en Facebook	51
Figura 7 Beneficios de la red social Facebook	52
Figura 8 Razones para la comunicación con amigos a través de Facebook	53
Figura 9 Promedio de amigos en la red social Facebook	54
Figura 10 Porcentaje de alumnos que conoce a las personas que tiene como amigos en su perfil de Facebook	55
Figura 11 Estudiantes que consideran que el tiempo dedicado a la red social Facebook no afecta sus resultados en el colegio	56
Figura 12 Porcentaje de alumnos que integran grupos cerrados o abiertos en Facebook ...	57
Figura 13 Comunicación con amigos del aula a través de Facebook.....	58
Figura 14 Conflictos generados por publicaciones en la red social Facebook	59

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el uso de la red social Facebook en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”, se ha desarrollado de acuerdo a un estudio de tipo exploratorio-descriptivo, y de diseño no experimental, puesto que las variables fueron estudiadas en su contexto natural, donde se consideró como población y muestra a los estudiantes del 4to y 5to año, siendo un total de 60 estudiantes, del mismo modo se determinaron técnicas e instrumentos como la encuesta y el cuestionario siendo de utilidad para la recolección de información. El resultado indica que se trata de usuarios que utilizan la red social para generar una interacción al compartir fotos, memes, noticias, entre otros; actividad que realiza de manera diaria; otros hallazgos son: el tiempo de conexión a la red social, el cual es de 1 a 3 horas al día; asimismo, se ha identificado que los estudiantes tienen menos de 1000 amigos en su perfil, de los cuales no todos son personas que los estudiantes conozcan y la comunicación con compañeros de clase es poco frecuente. Finalmente se concluye que los factores del uso de la red social Facebook que influyen en la interacción virtual de los estudiantes son: el tipo de información con el que pueden interactuar; también, se ha determinado que los principales beneficios identificados por los estudiantes de la red social Facebook es el poder descubrir nuevas personas, y, sobre todo, el poder conversar con amigos.

Palabras clave: Red social virtual, Facebook, interacción de estudiantes.

Abstract

The objective of this research was to determine the use of the social network Facebook in the virtual interaction of the 4th and 5th year high school students of the "Universia" Private School, an agreement has been developed for an exploratory-descriptive study, and The non-experimental design, the variables that have been studied in their natural context, have become a sample of the students of the 4th and 5th year, with a total of 60 students, the same way was determined the techniques and instruments such as Survey and questionnaire is useful for the collection of information. The result indicates that these are users who use the social network to generate an interaction to share photos, memes, news, among others; activity that you do on a daily basis; Other findings are: the time of connection to the social network, which is 1 to 3 hours a day; Also, I have said that students have less than 1000 friends in their profile, and that not all of them are people that students join and communication with classmates is rare. Finally, we will see the factors of the use of the social network Facebook that will influence the virtual interaction of the students are: the type of information with which they can interact; It has also been realized that the main results of the students of the social network Facebook is the ability to discover new people, and above all, to be able to converse with friends.

Keywords: Virtual social network, Facebook, student interaction.

I. INTRODUCCIÓN

La población busca estar cerca de los suyos aun estando a miles de kilómetros, gracias a esta red social se pueden compartir vídeos, fotografías, pensamientos, se trata de una nueva plataforma desde donde expresar la cultura. Más allá de lo tecnológico entra lo emocional, Facebook permite a la gente comunicarse sin necesidad de estar cerca, hace que un “tengo ganas de verte” no se tenga que aplicar necesariamente al sentido físico. Facebook cumple con los supuestos básicos de la teoría de Usos y Gratificaciones, ya que el público se muestra activo y acomoda el medio a sus necesidades. Al respecto, Sanchez (2012), afirma que el ser humano está en constante interacción virtual con el entorno que le rodea, “el comportamiento humano no puede ser analizado de una forma individual sino en interacción con el entorno virtual” (p.56).

Las redes sociales se han incorporado de manera importante a la vida de los jóvenes, en especial por el uso de la red social Facebook, de modo que se encuentran presentes prácticamente en todos los ámbitos. En la investigación se está tomando como objeto de estudio a los estudiantes del cuarto y quinto año de secundaria del Colegio Particular Universia, cuya interacción con amigos y familiares ha pasado a un entorno virtual cuya principal herramienta es el uso de la red social Facebook.

La investigación se divide en cuatro capítulos, los cuales contienen lo siguiente:

I. Introducción. Se describe la realidad problemática, los antecedentes de estudios, las teorías relacionadas al tema, la formulación del problema, la justificación e importancia, la hipótesis y los objetivos de la investigación.

II. Material y método. Contiene el tipo y diseño de investigación, la población y muestra, las variables y operacionalización, la técnica e instrumento de recolección de datos, así como la validez y confiabilidad, se describe el procedimiento de análisis de datos, los criterios éticos y los criterios de rigor científico.

III. Resultados. Se presentan los resultados de la investigación a través de figuras estadísticas, asimismo, contiene la discusión de resultados.

IV. Conclusiones y recomendaciones. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio luego de analizar los resultados obtenidos, así como las teorías relacionadas al tema de investigación.

1.1. Realidad Problemática

Las redes sociales se han convertido en ámbitos de interacción virtual entre los jóvenes, que crean un perfil en la red social Facebook para relacionarse con los demás. La exposición pública en el caso de los adolescentes puede generar problemas sobre aspectos sociales, emotivos y afectivos. Esta investigación estudia cómo se usa Facebook por parte de los jóvenes y qué experiencia obtienen de ello, a pesar que ellos dicen conocer los riesgos, admiten que aceptan a desconocidos como amigos y ofrecen datos reales sobre su vida. Ante esta situación, se hace más evidente la necesidad de analizar las formas de interacción a través del uso de la red social Facebook, en este caso, tomando como muestra a los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”.

Cuando se difundió la comunicación a través de internet, los usuarios comenzaron a conocerse y a asociarse a través de la red, constituyendo grupos de apoyo y alianzas políticas en línea. Las nuevas formas sociales de comienzos del siglo XXI afianzan notablemente el poder en las redes sociales que permiten una comunicación entre colectivos (Requena, 2013).

Facebook es la red social que cuenta con más usuarios registrados a nivel mundial, la cual asciende es de 1900 millones de usuarios activos en un mes, es así que su uso es cada vez más frecuente entre los usuarios de internet. El Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTIS, 2017), recogidos en el estudio Perfil Sociodemográfico del Internauta, más de 18,6 millones de personas de 13 a más años se conectan a internet todos los días y el 72,1% de los que usan la red a diario participa en las redes sociales, especialmente de la red social Facebook.

Arias (2017) indican que la generación Z son los que tienen mayor conexión en Facebook, éstos comprenden a aquellos nacidos en los últimos años de los 90's e inicio de los 2000 (1995 – 2000), actualmente los primeros integrantes de la Generación Z se encuentran en una etapa ya sea a punto de terminar su vida universitaria o ya en busca de un empleo, mientras que los más jóvenes se ven en el dilema de elegir una carrera para estudiar, ésta generación tiene muy arraigado todo lo involucrado a la tecnología, son emprendedores y están bien identificados con las comunidades online, además se preocupan por el medio ambiente y por el futuro.

En España, en el informe anual de La Sociedad de la Información en España publicada en marzo del 2017, indica que las redes sociales forman parte de la vida del 64,1% de los usuarios de internet y del 94,5% de los internautas que tienen entre 13 y 24 años, cambiando de esta manera la forma de interactuar entre los más jóvenes (Arias, 2017).

Estas herramientas son utilizadas por los jóvenes españoles para interactuar virtualmente de forma más estrecha debido a tres motivos relacionados entre sí: El primero es porque funcionan como escaparates para mostrarse, otra razón es porque se eliminan las barreras negativas, por ejemplo, el aspecto físico o problemas de expresión verbal y no verbal; por último, también se usan porque ofrecen más seguridad (Pascual, 2017).

En el caso de Chile, el 70% de la población tiene acceso a internet, donde niños como adolescentes son nativos digitales y muchas veces son ellos los que enseñan y educan a sus padres en esta área, lo que genera una alteración en las jerarquías familiares y deja a los menores en riesgo de uso y exposición, ya que los padres tienen pocas estrategias para una adecuada supervisión y monitoreo de la interacción virtual de sus hijos, por lo que desconocen quienes son las personas con las que se mantienen en constante comunicación (Arab y Díaz, 2016).

Un estudio en Chile, evidenció que más de un 30% de los menores de 18 años no tenía instrucciones para navegar seguro; más de un 30% visitó un sitio pornográfico de manera accidental; un 25% recibió pornografía vía email; el 70% entregó información personal vía web; y cerca del 40% de los niños aumentó su edad para interactuar o acceder a una cuenta de red social (Arab y Díaz, 2016).

En el Perú, 17 millones de personas están presentes en Facebook, de los cuales más del 88% accede al portal desde su celular (15 millones de peruanos). Al día, en cambio están activos 11 millones de personas, de las cuales 8.9 millones lo hacen desde un dispositivo móvil (Ortiz, 2016).

Los jóvenes peruanos en la actualidad han encontrado en los recursos digitales instrumentos para la expresión más allá de los grandes medios. A partir de ello despliegan diferentes formas de interacción virtual, con contenido heterogéneo, pero que tienen el común denominador de estar apoyados en recursos digitales (Crivi y López, 2015).

En Lima, en las prácticas culturales cotidianas de los jóvenes, muchas de esas interacciones se llevan a cabo mediadas tecnológicamente, puesto que han configurado su cultura fuertemente a un entorno digital y en su visión del mundo ambos elementos están interrelacionados, donde la principal plataforma utilizada es la red social Facebook la cual ha cambiado las formas de comunicación tradicional.

Las redes sociales se han incorporado de manera importante a la vida de los jóvenes, en especial por el uso de la red social Facebook, de modo que se encuentran presentes prácticamente en todos los ámbitos. Hoy en día el término red social es muy empleado la cual es utilizada con el fin de compartir contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, entre otros; de esta manera, las formas de interacción han cambiado, y los jóvenes chiclayanos no son ajenos a esta realidad.

El Colegio Particular Universia desarrolla sus actividades en el sector educativo, donde brinda sus servicios a estudiantes menores de edad, es decir, se trata de estudiantes que pertenecen a la era tecnológica, donde la forma de interacción ha cambiado, las formas de comunicarse son diferentes y sin límites al hacer uso de las redes sociales, que, en este caso, la red social más utilizada es Facebook.

En la investigación se está tomando como objeto de estudio a los estudiantes del cuarto y quinto año de secundaria del Colegio Particular Universia, cuya interacción con amigos y familiares ha pasado a un entorno virtual cuya principal herramienta es el uso de la red social Facebook.

1.2. Antecedentes de estudio

Internacional

Gómez y Marin (2017) en su estudio sobre el impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica los últimos 10 años, planteó como objetivo central identificar como las redes sociales pueden influir en la conducta del adolescente y que efecto pueden tener en sus interacciones interpersonales, los objetivos específicos planteados en el estudio son determinar la situación actual del uso de redes sociales en la etapa de la adolescencia (1), además de establecer la relación que existe entre las redes sociales y las relaciones interpersonales en

la adolescencia (2), la hipótesis del estudio fue: las redes sociales influyen en la interacción y conducta de los adolescentes, considerando como variables las redes sociales y las relaciones interpersonales.

La metodología del estudio se basó en un tipo correlacional, los sujetos de la investigación fueron estudiantes de dos colegios privados y dos colegios públicos, las técnicas de recolección de datos fueron el análisis documental y la encuesta, los instrumentos fueron la hoja de registro y el cuestionario, la población fueron los adolescentes del primer año de bachillerato de la ciudad de Cuenca, la muestra quedó definida en 444 estudiantes, el procedimiento de recolección de datos se realizó mediante la aplicación del cuestionario que fue estructurado en base a 12 ítems.

El estudio concluye que existe relación significativa entre el uso de redes sociales y las relaciones interpersonales, las redes sociales tienen la capacidad de mantener un contacto continuo con mayor dinamismo y facilidad con sus pares, generando un impacto en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales.

Mejía (2015) realizó una investigación sobre la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del Cantón Yaguachi, planteó como objetivo central establecer la influencia que tienen las redes sociales en la formación de los jóvenes por medio del análisis, dentro de los objetivos específicos se propuso demostrar que impacto tienen las redes sociales en la formación de los jóvenes usuarios de internet (1) y diseñar una propuesta de solución al problema del uso de redes sociales y las relaciones interpersonales (2); la hipótesis del estudio afirma que existe influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes estudiantes de los dos colegios del Cantón Yaguachi; considerando como variables las redes sociales y la formación académica.

La metodología del estudio se basa en un tipo de investigación descriptivo, de diseño no experimental, los sujetos de investigación fueron adolescentes en etapa escolar, considerando como escenario a los colegios Fiscales del Cantón, la población estuvo conformada por los estudiantes de los colegios Fiscales del Cantón, teniendo una muestra de 144 estudiantes, la técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento un cuestionario estructurado, el procedimiento de aplicación del instrumento se realizó durante la hora de salida de los estudiantes considerando su voluntad y predisposición para participar en el estudio.

Se concluye que los estudiantes desconocen de lo influyente que pueden llegar a ser las redes sociales, motivo por el cual se vuelven adictivos a las mismas y olvidan su compromiso como estudiantes situación que se vuelve incómoda tanto para padres como para profesores. El utilizar redes sociales en clases, postergar tareas, que no exista una completa organización en los hogares o centros educativos, y pasar demasiado tiempo en las redes sociales, entre otras, son los factores que desencadenan un bajo rendimiento por parte de los estudiantes.

Roldan (2015) estudió sobre los antecedentes del uso de Facebook en adolescentes en etapa escolar, planteó como objetivo central analizar el impacto que genera la red social Facebook en la interacción de los adolescentes de la etapa Escolar de la ciudad de Montevideo, considerando como objetivos específicos el análisis de los indicadores de uso de Facebook en etapa escolar (1) y el estudio de las nuevas formas de comunicación entre los adolescentes de etapa escolar (2); la hipótesis se basó en determinar si existe influencia de la red social Facebook en la interacción entre los adolescentes de la etapa Escolar de la ciudad de Montevideo, considerando como variable el uso de Facebook en adolescentes.

La metodología del estudio se fundamenta en un tipo exploratorio, de diseño no experimental, los sujetos de la investigación fueron adolescentes en etapa escolar, considerando como escenario los principales colegios de la ciudad de Montevideo; la población estuvo conformada por todos los estudiantes de 10 colegios de la ciudad de Montevideo, tomando como muestra a 154 estudiantes; la técnica de recolección de datos fue una encuesta y el análisis documental, los instrumentos fueron el cuestionario y la hoja de registro, el procedimiento de aplicación del cuestionario se realizó en horas libres de los estudiantes y el análisis documental se realizó de las principales teorías de las dos variables.

El estudio concluye que Facebook permite a los adolescentes compartir con su entorno lo que les permite construir una imagen ante los demás que les permite integrarse al grupo de pares y conocerse a sí mismo, la importancia de los vínculos es la característica que diferencia a las redes sociales de otras, Facebook se focaliza en la relación entre las personas.

González (2015), investigó sobre la incidencia de las redes sociales, caso Facebook y la forma en que los jóvenes se comunican y utilizan la Lengua, tuvo como objetivo central conocer y comprender la perspectiva de los estudiantes respecto a la incidencia de las redes

sociales en la forma en que se comunican y utilizan la lengua dentro y fuera del aula, los objetivos específicos principales fueron medir el uso de Facebook en los estudiantes de los colegios de Maipú (1) y diseñar estrategias comunicacionales para informar a los estudiantes y padres sobre el adecuado uso de las redes sociales como canal comunicativo (2); no tiene hipótesis por ser de enfoque cualitativo; se consideraron como variables a las redes sociales y la forma de comunicación.

La metodología del estudio fue de enfoque cualitativo, de tipo analítico, el diseño se basó en estudios de casos, los sujetos considerados para la investigación fueron estudiantes del área de lenguaje y comunicación de dos colegios de Maipú, la población se conformó por el total de estudiantes y la muestra fueron 212 estudiantes de los dos colegios seleccionados, la técnica de recolección de datos fue la encuesta usando como instrumento un cuestionario, la aplicación del instrumento se llevó a cabo durante la clase de lenguaje y comunicación de ambos colegios ya que este fue el grupo control del estudio.

Concluye que al interior de las instituciones educativas se evidencian esfuerzos por acercar la cultura escolar a los intereses de los adolescentes, es por ello que otros profesores de menor edad o más familiarizados con la tecnología prefieren asumir el desafío de las redes sociales como una oportunidad y no como una amenaza, promoviendo el uso de ellas de una manera didáctica bajo la supervisión de padres y docentes.

Campoverde y Toledo (2014) realizaron una investigación de la influencia de las redes sociales, caso Facebook en la forma de comportarse y comunicarse de los adolescentes en etapa escolar, el objetivo central fue analizar la influencia de las redes sociales en las áreas: social, personal, familiar y académica de los adolescentes; los objetivos específicos se enfocaron en determinar el uso de Facebook como canal comunicativo entre los adolescentes (1) y analizar su impacto en el comportamiento e interacción social de los mismos (2); la hipótesis planteada fue existe relación entre el uso de redes sociales y el comportamiento de los adolescentes en estudio; las variables del estudio fueron las redes sociales y el comportamiento de adolescentes.

La metodología se basó en un estudio de carácter descriptivo, para abordar de manera completa el impacto e influencia de las redes sociales en el comportamiento de los adolescentes, la técnica fue la encuesta, el instrumento un cuestionario, los sujetos del estudio fueron estudiantes y profesores, la muestra fue de 444 estudiantes de colegios privados y públicos.

Concluye que el análisis demuestra que, a nivel general, la mayoría de los adolescentes no se ven muy afectados por las redes sociales en las diferentes áreas; aunque dedican hasta tres horas y revisan por lo menos cinco veces al día, además que los distraen de sus estudios.

Nacional

Revilla (2017), estudio la forma en cómo se desarrollan las relaciones interpersonales en el aula y como se generan las conductas agresivas en las redes sociales de los estudiantes, tuvo como objetivo general describir cómo se desarrollan las relaciones interpersonales en el aula a partir de las conductas agresivas en las redes sociales de los alumnos, los objetivos específicos se centraron en describir el estado de las relaciones interpersonales entre estudiantes (1) y medir la relación entre las relaciones interpersonales y la conducta de los mismo (2); la hipótesis afirma que si existe relación entre las relaciones interpersonales de los estudiantes y su conducta agresiva que demuestran a través de las redes sociales; las variables del estudio fueron relaciones interpersonales y conductas agresivas.

La metodología se basa en un estudio mixto, los sujetos del estudio fueron alumnos de sexto grado de primaria de una Institución de Lima Metropolitana la muestra que se tomó fue de un aula completa conformada por 26 alumnos, se utilizaron como técnicas de recolección de datos entrevistas y encuestas; los instrumentos empleados fueron listas de cotejo y un cuestionario con preguntas cerradas y abiertas.

Se concluye que como principal resultado que, aunque no se haya presentado un caso de ciberbullying, existe un ambiente hostil en el salón debido a que los alumnos se han dividido en grupos que fomentan la desunión y que en algunos casos han utilizado las redes sociales para ratificar dichas agresiones.

Liberato y Polin (2016) analizaron los riesgos de la adicción a Facebook y su relación con la conducta social de los estudiantes de una universidad, el objetivo del estudio fue determinar si existe relación entre el riesgo de adicciones a la red social Facebook y la adaptación de conducta que presentan los estudiantes, dentro de los objetivos específicos se incluye el análisis de los riesgos actuales del uso de Facebook en estudiantes universitarios (1) y se propone una serie de estrategias de comunicación para concientizar a los estudiantes sobre el manejo adecuado de las redes sociales como un

canal comunicativo (2); la hipótesis planteada fue si existe relación significativa entre riesgo en adicciones Facebook y la adaptación de conducta en estudiantes; considerando como variables el uso de Facebook y la conducta social.

La metodología se basa en un estudio de tipo correlacional, el diseño es no experimental, ya que no se manipularon las variables; de corte transversal, porque se recogieron los datos en un momento determinado, los sujetos del estudio fueron estudiantes de 1er ciclo de una universidad privada de Lima este; la muestra se conformó por 350 estudiantes universitarios del primer ciclo, de ambos sexos, cuyas edades oscilaron entre 16 a 20 años, los instrumentos utilizados fueron el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (CARS).

Concluye que existe una relación negativa y altamente significativa entre el nivel de riesgo de adicción a Facebook y adaptación de conducta, además la red social Facebook incide manera positiva en el 64% de los estudiantes en su interacción dentro y fuera de la institución, mientras que en el 26% no afecta ni influye en su nivel de interacción o comunicación.

Barra (2016) midió la relación que existe entre el uso de redes sociales virtuales y el desarrollo de las habilidades sociales en los estudiantes de un colegio, el objetivo central fue determinar la correlación entre el uso de las redes sociales virtuales en el desarrollo de Habilidades Sociales en los estudiantes de un colegio; los objetivos específicos plantearon analizar el uso de redes sociales virtuales (1), analizar el desarrollo de habilidades sociales en estudiantes de un colegio (2), además se planteó identificar los factores influyentes en el desarrollo de las habilidades sociales de los estudiantes (3); la hipótesis planteada fue si existe correlación entre el uso de redes sociales en el desarrollo de habilidades sociales de los estudiantes del colegio, las variables del estudio fueron las redes sociales virtuales y el desarrollo de habilidades sociales.

La metodología se basó en un estudio de tipo correlacionar, de diseño no experimental; los sujetos del estudio fueron los estudiantes del V ciclo del nivel primario del colegio Nepalí Valderrama Amparo de Arequipa; la muestra estuvo compuesta por 361 estudiantes a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta a través del instrumento del cuestionario; el procedimiento de aplicación del instrumento se realizó a la muestra en estudio durante las horas libres y contando con la predisposición y voluntad de los estudiantes.

Se concluye que el nivel de uso de redes sociales es alto en todos los estudiantes; en tanto que es bajo el nivel de desarrollo de las habilidades sociales avanzadas, las afectivas, las desarrolladas frente a la agresión, para manejar el estrés y las de planificación, además existe una relación inversa entre estas dos variables; es decir que a mayor uso de redes sociales es menor el desarrollo de las habilidades sociales; presentando un valor de -0.71 , lo que indica que es alto el nivel de relación entre estas dos variables.

Deza (2014) realizó una investigación sobre el uso y soporte social percibido en Facebook en una muestra de estudiantes universitarios, planteó como objetivo central determinar el nivel de influencia de la red social percibido en Facebook en estudiantes universitarios, dentro de los objetivos específicos se consideró analizar el uso de Facebook en estudiantes universitarios (1) y determinar la percepción sobre la red social Facebook en los estudiantes universitarios (2); la hipótesis del estudio afirma que la red social Facebook la interacción social de los estudiantes universitarios. La hipótesis planteada afirma que existe influencia de la red social Facebook en la interacción social de los estudiantes universitarios.

La metodología se fundamenta en un tipo de estudio correlacionar, de diseño no experimental, los sujetos de la investigación fueron estudiantes de 16 a 24 años que se encontraban en su primer año universitario, el escenario fue la Universidad de Lima Metropolitana, las técnicas de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento un cuestionario sobre uso de Facebook y la Escala de soporte social percibido en Facebook (ESSEX), la muestra se conformó por 167 estudiantes del primer año de la universidad de Lima, el procedimiento de aplicación de los instrumentos se realizó de dos formas mediante entrevistas semi-estructuradas y mediante la aplicación de un cuestionario.

El estudio concluye que existen relaciones positivas significativas entre los factores de soporte social percibido y las variables de uso de Facebook, además se observó que el pasar mayor tiempo conectado incrementaba tanto la percepción de poder recibir feedback, como de tener a alguien con quien conversar de temas personales.

Gómez y Abal (2014) investigó sobre la comunicación social y los efectos del uso del Facebook en el nivel de sociabilidad de estudiantes de un colegio secundario, planteó como objetivo central determinar los efectos del uso del Facebook en el nivel de sociabilidad de los estudiantes del colegio secundario, los objetivos específicos se basan en el análisis del uso de Facebook en estudiantes adolescentes (1) y determinar el nivel de

sociabilidad de los mismos; la hipótesis planteada afirma que el uso de Facebook influye en el nivel de sociabilidad de los estudiantes de secundaria del colegio (2); las variables fueron uso de Facebook y sociabilidad.

La metodología del estudio es de nivel descriptivo - correlacionar de diseño no experimental, específicamente de corte transversal, los sujetos del estudio fueron los estudiantes de secundaria del colegio San Vicente de la Barquera – Huánuco, la población la conformaron el total de estudiantes del colegio seleccionado, para la muestra se consideraron 267 estudiantes de secundaria los que fueron seleccionados de manera probabilística, la técnica de recolección de datos fue una encuesta y el instrumento el test BAS3, el procedimiento de aplicación del instrumento fue en una sesión fuera del hora de clases contando con la aprobación de los padres de familia, el cuestionario aplicado tenía 75 preguntas que permitieron reconocer el nivel de sociabilidad de los estudiantes.

Concluye que, al comparar el nivel de sociabilidad con el tiempo de suscripción, la frecuencia de revisión y las horas dedicadas a la semana al Facebook de los estudiantes del Colegio San Vicente de la Barquera se obtuvo un valor de χ^2 de 1.91, 0.4874 y 0.701 con una $P= 0.591, 0.922$ y 0.714 , respectivamente con 6 grados de libertad, siendo estos valores mayores que $P=0.05$, lo que indica que no existe asociación significativa entre estas variables. Es decir que el Facebook es indiferente con el nivel de sociabilidad de los mencionados estudiantes.

Local

Castro y Córdor (2014) estudiaron el nivel de influencia de la red social Facebook como herramienta comunicacional de construcción colaborativa de aprendizaje en un colegio secundario de la ciudad de Chiclayo, el objetivo central fue proponer un programa basado en la red social Facebook como herramienta comunicacional de construcción colaborativa para el aprendizaje; los objetivos específicos trazados se basaron en determinar la influencia de Facebook como canal comunicativo en los estudiantes del colegio seleccionado (1) y establecer la influencia de Facebook en la construcción colaborativa para el aprendizaje (2); la hipótesis afirma que la red social Facebook es un medio comunicacional de construcción colaborativa de aprendizaje en estudiantes de un colegio secundario; las variables fueron red social Facebook y herramienta comunicacional.

La metodología del estudio se basó en un enfoque cuantitativo, de tipo correlacionar, de diseño no experimental, los sujetos del estudio fueron los alumnos del Colegio Peruano Chino “Diez de Octubre” del distrito de Pimentel, considerando en la población al total de estudiantes secundarios y como muestra al total de alumnos del quinto año de secundaria del colegio, la técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta, y como instrumento un cuestionario. Concluye que menos de la mitad de los alumnos aprovechan las herramientas de Facebook en el aprendizaje colaborativo, y el 70% de los alumnos consideran importante crear un grupo del salón en esta Red Social.

López y Yturria (2014) en su investigación sobre el impacto de Facebook en la comunicación y rendimientos de estudiantes de secundaria de Cayaltí; planteó como objetivo central determinar si la adicción al Facebook se relaciona o no de forma significativa con la comunicación y el rendimiento académico de los estudiantes de un colegio secundario de Cayaltí, los objetivos específicos se basan en determinar el uso de Facebook actual en los estudiantes del nivel secundario del colegio en estudio (1) y establecer la relación entre el uso de Facebook y el rendimiento escolar (2); la hipótesis fue si existe relación significativa entre el impacto de Facebook y la comunicación y el rendimiento académico de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa San Martín de Porres de Cayaltí.

La metodología se basó en un estudio correlacionar, de diseño no experimental, los sujetos del estudio fueron estudiante de secundaria de la Institución Educativa San Martín de Porres de Cayaltí, para la recolección de datos se utilizaron técnicas como la encuesta y la observación directa, los instrumentos aplicados fueron el cuestionario, considerando una muestra de 144 estudiantes de secundaria de la Institución Educativa San Martín de Porres de Cayaltí.

El estudio concluye que no existe relación significativa ($p > 0.05$) entre las variables mencionadas, lo cual indica que actúan independientemente una de la otra. Sin embargo, se halló un nivel adicto en cuanto a la dimensión abstinencia y control en relación con el rendimiento académico regular, de la misma manera se encontró un nivel promedio en cuanto a las dimensiones tolerancia y actividades interrumpidas en relación con el rendimiento académico regular.

Castañeda y Pizarro (2013) realizaron un estudio sobre el nivel de información adquirido por estudiantes universitarios por medio de la difusión de actividades

académicas en Facebook, plantearon como objetivo central indagar la realidad para proporcionar conocimiento y entendimiento, sobre el nivel de información adquirido por estudiantes universitarios por medio de la difusión de actividades académicas en Facebook; los objetivos específicos fueron analizar la situación actual del entorno de los estudiantes hacia la red social Facebook (1) y determinar el nivel de aprobación de la difusión de actividades académicas en Facebook (2); la hipótesis afirma que si existe un nivel de información adquirido significativamente y por los estudiantes universitarios a través de la difusión de actividades académicas en Facebook.

La metodología del estudio se basa en un tipo exploratorio descriptiva, de diseño no experimental, los sujetos del estudio fueron estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán, la población a estudiar fueron los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la cual se extrajo una muestra de 167 estudiantes, las técnicas de recolección de datos fueron la encuesta y las fichas resumen, el instrumento utilizado fue el cuestionario conformado por 10 ítems.

El estudio concluye que el nivel de información adquirido por ellos, a través de la difusión de actividades académicas en Facebook no es significativo, debido a la poca participación e interacción dentro de la red social.

Castro y Chávez (2012) en su estudio sobre la adicción a Facebook como herramienta de comunicación en universitarios varones y mujeres de Chiclayo, plantearon como objetivo central determinar las diferencias en niveles de adicción a Facebook como herramienta de comunicación en universitarios varones y mujeres de Chiclayo; los objetivos específicos fueron analizar el uso actual de Facebook como herramienta de comunicación (1) y medir cual es el nivel de uso de Facebook en hombres y mujeres (2); la hipótesis planteada fue si existen diferencias en niveles de adicción a Facebook como herramienta de comunicación en universitarios varones y mujeres de Chiclayo.

El estudio fue de tipo descriptivo – comparativo, de diseño no experimental, los sujetos de la investigación fueron estudiantes de pre-grado de tres universidades representativas de la ciudad (Universidad Señor de Sipán, Universidad de Chiclayo y Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo), la población estuvo conformada por el total de estudiantes entre 17 a 30 años de estas tres universidades, considerando una muestra de 377 jóvenes de 17 a 30 años, todos usuarios activos de Facebook; las técnicas de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento el cuestionario.

Concluye que existen diferencias significativas ($P < 0.05$) donde: las mujeres sobresalen por mantenerse como usuarios promedio de la red social, sin embargo y junto a otros factores externos esto podría indicar una predisposición a la adicción; por otro lado los varones se encuentran en un porcentaje considerable como no adictos, es decir, tienen un uso ocasional y de escasa motivación por navegar en Facebook, en cuanto a la adicción no se encuentran diferencias significativas para varones y mujeres, existiendo un porcentaje importante de personas en este nivel, que se caracterizan por un patrón de uso des adaptativo de la red social Facebook, que ocasiona problemas para sí mismo y para los que lo rodean; de igual manera se encontraron diferencias por Universidad y Rangos de Edad.

Torres (2016) diseñó estrategias de marketing de contenidos basada en la dinámica del proceso que resuelva el inadecuado uso de Facebook del Centro de Estudios Sociales y Mediáticos de la Universidad Señor de Sipán (CESMUSS), planteó como objetivo central elaborar una estrategia de marketing de contenidos basada en la dinámica del proceso que resuelva el inadecuado uso de Facebook del Centro de Estudios Sociales y Mediáticos de la Universidad Señor de Sipán; los objetivos específicos propuestos fueron (1) establecer los procesos de comunicación y las estrategias de contenidos, (2) precisar en qué estado se encontrabas las estrategias en Facebook y de contenidos en el CESMUSS, (3) instaurar estrategias respecto al marketing de contenidos en los procesos comunicativos; la hipótesis afirma que si se implementan estrategias de marketing de contenidos entonces se mejorará el uso de Facebook en el CESMUSS.

La metodología se basó en un estudio de enfoque cualitativo, de tipo exploratorio, la muestra estuvo conformada por publicaciones emitidas desde el 7 de agosto hasta el 31 de octubre de 2014 siendo un total de 68; dentro de las técnicas de recolección de datos se usó una guía de entrevista para conocer aspectos sobre la Marca, Mercado y Público, y con esos resultados se completó una guía de contenidos, tercer instrumento.

El estudio concluye que el 56% de los contenidos apenas llega al 10% de efectividad, lo quiere decir que el contenido del Facebook del CESMUSS no cumple con los elementos necesarios para una interacción efectiva del público.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Teoría de los seis grados de separación.

Según afirma Watts (2013) la red social Facebook confirma esta teoría, “la hipótesis asegura que es posible llegar a cualquier persona del planeta siguiendo una cadena de solo cinco intermediarios: siete individuos forman parte del proceso” (p.2). Los sociólogos intentaron demostrar (o refutar) esta afirmación durante décadas, la teoría resulta muy interesante en la época actual de las redes sociales, que demuestran como nunca la virilidad de la que es capaz Internet y plasman de un modo gráfico las relaciones que se establecen que muchas veces resultan inesperadas.

En este sentido, Facebook nos permite conocer no solo los amigos a los que la gente decide enviar sus mensajes, sino también todo el panorama social de sus más de 750 millones de usuarios, ahora podemos probar la hipótesis con rigurosidad.

Facebook y la Teoría de usos y gratificaciones.

Según afirma Llaguno y López (2011), desde que Facebook irrumpe la vida actual y cambia la forma en la que nos relacionamos, muchas han sido las preguntas e hipótesis acerca de la influencia esta red social. Sin embargo, esta teoría busca responder a pregunta de ¿Qué hace los medios con nosotros?, la respuesta a esta pregunta es clara, los individuos de toda clase y condición consumen contenidos con el fin de satisfacer ciertas necesidades.

En este sentido, la necesidad que satisface Facebook es la de poner a la gente cerca de la gente. En efecto, la población busca estar cerca de los suyos aun estando a miles de kilómetros, gracias a esta red social se pueden compartir vídeos, fotografías, pensamientos, se trata de una nueva plataforma desde donde expresar la cultura. Más allá de lo tecnológico entra lo emocional, Facebook permite a la gente comunicarse sin necesidad de estar cerca, hace que un “tengo ganas de verte” no se tenga que aplicar necesariamente al sentido físico. Facebook cumple con los supuestos básicos de la teoría de Usos y Gratificaciones, ya que el público se muestra activo y acomoda el medio a sus necesidades.

Teoría de la interacción social.

La teoría de la interacción social estudia las maneras en que la gente se relaciona entre sí. Eruditos de distintas disciplinas, como antropología, sociología, psicología y lingüística, se interesan en la interacción social y los patrones que se pueden encontrar en ella. Los patrones observados ayudan a los científicos sociales a desarrollar teorías y predecir el comportamiento humano (Humphrey, 2012).

Otro contribuidor temprano a la teoría de interacción social fue el alemán-americano Kurt Lewin, quien desarrollo el concepto de dinámica de grupo. Lewin se preocupó de la interacción no solo de individuos sino también entre los individuos y los grupos a los que pertenecen. La principal contribución de la dinámica de grupo a otras teorías es que el comportamiento humano resulta de la interacción entre la persona y su ambiente. Lewin escribió esta teoría como una ecuación matemática, haciendo al comportamiento igual a la función de los individuos y el ambiente (Humphrey, 2012).

El interaccionismo simbólico es un grupo de teorías que exploran la interacción social desde la perspectiva lingüística, la teoría sostiene que el comportamiento humano en general y el habla en particular no tienen significado inherente. Sino que los humanos interpretan el comportamiento de otros, como algo parecido a un código de símbolos que debe ser decodificado (Humphrey, 2012).

1.3.2. Red Social Facebook.

Merodio (2016) afirma que Facebook es una plataforma “mediante la cual los usuarios pueden mantenerse en contacto continuo con un grupo de amistades e intercambiar con ellos cualquier tipo de contenido” (p.16). El poder de Facebook es tal hoy día que la empresa también es dueña de Instagram y WhatsApp.

Según Kadushin (2013) las innovaciones de Facebook están fundamentadas en la posibilidad que brinda a los usuarios de mantener una relación cercana con sus amigos y familiares, “incluye mantener un vínculo con personas que viven en otros lugares del mundo” (p.26). No solamente pueden conversar con ellos por medio del chat, sino que pueden enviarles fotos de eventos importantes (cumpleaños, bodas, bautizos), compartir material de interés mutuo (memes, videos, publicaciones) y divertirse con algunos de los juegos que ofrece el servicio.

En términos de negocio es un medio muy valioso, pues debido a su gran popularidad, se presta para promocionar productos y emprendimientos. Incluso, la persona puede mantenerse al tanto de las exigencias y las opiniones de sus clientes mediante encuestas o foros que estimulen la interacción virtual (Kadushin, 2013). Algunos destacan como característica negativa del servicio el potencial de adicción que tiene y la falta de privacidad.

“En Facebook se puede publicar y hacer visibles los datos que uno quiera, como un vídeo o una noticia” (Aced, 2012 p.12) En el momento de aceptar el contrato de términos de uso de la comunidad, el usuario cede la propiedad exclusiva y perpetua de toda la información e imágenes que agregue a la red social.

A. Características de la red social Facebook.

Merodio (2016) indica que la red social Facebook es la red social más exitosa, conocida y popular de internet, ya que se trata de una herramienta social para conectar personas, descubrir y crear nuevas amistades, subir fotos y compartir vínculos se paginas externas y videos. Entre las características más importantes de la red social Facebook está el compartir diferentes contenidos fácilmente, se puede subir fotos sin límite, la interface es sencilla hasta para personas que no están relacionadas con la red social, es muy fácil crearse una cuenta solo con una dirección email, conversar con amigos es muy sencillo, es muy beneficiosa para empresas, y por último, está clasificada como número uno en Alexa y un PageRank de 10, dado que es el sitio más visitado en internet después de Google.

Fernández (2015) indica que en Facebook se puede configurar la información personas para que personas desconocidas no la puedan ver, así como también las fotos o videos; puedes publicar lo que están haciendo u otras cosas; puedes seguir a personas para ver lo que tus familiares o amigos comentan; puedes comunicarte con personas que no se ha visto desde hace mucho tiempo, dado que ésta red social sobrepasa las fronteras geográficas sin importar que tan lejos estés de tu familia o amigos.

Sánchez y Pintado (2014) asevera que Facebook es un servicio gratuito el cual permite conectar a las personas por medio del internet, se puede gestionar un propio espacio personal, es decir, crear álbumes de fotos, compartir videos, escribir comentarios, crear eventos o también compartir nuestro estado de ánimo u opiniones. Además, ofrece el

acceso desde celulares, su principal utilidad es de compartir recursos e información a tus amigos en esa red, así como también se puede conocer personas o crear un espacio para mantener cercanía de una empresa con las personas. Por último, posee aplicaciones de juegos en los que también se puede interactuar con otras personas.

B. Ventajas de la red social Facebook.

Kadushin (2013) manifiesta que la red social Facebook revolucionó el uso de internet por las ventajas que ofrecía, como por ejemplo que los usuarios de la red pueden estar conectados con sus amigos, familiares o compañeros de trabajo por medio del chat. Este permite un contacto directo en cualquier momento del día, aun cuando la otra persona no está conectada, porque el mensaje lo envías por este mismo sistema. Además, los usuarios pueden conocer todo lo que pasa en relación a sus amigos, familiares, compañeros de trabajo, o personas que solamente conocen por los medios de comunicación, gracias a que pueden compartir noticias en su muro y compartirlas con los demás.

Kadushin (2013) manifiesta que Permite buscar y encontrar personas, enviar fotos, videos o documentos que seguro te servirán en el colegio, universidad u oficina. Es una gran herramienta para vender productos o crear una empresa cuya principal herramienta de ventas es la red social Facebook y da la posibilidad de dar a conocer ideologías o hechos de la actualidad que pueden resultar interesantes.

Ojeda y Grandío (2013) indica que genera mayor comunicación e interacción entre los jóvenes, de esta manera pueden estar mejor informados y vencer la timidez a través de las redes sociales, además facilitan la relación entre las personas sin barreras culturales, religiosas o físicas.

Gonzáles (2014) asevera que el uso de Facebook permite comunicarse con un grupo grande de personas al mismo tiempo. Por ejemplo, si se necesita planificar una excursión con un grupo de amigos, un mensaje puede ser enviado a todos ellos al mismo tiempo. Con publicaciones en el muro, todos los amigos pueden ver al mismo tiempo y hacer comentarios sobre ellos. Cuando los amigos comentan las publicaciones, pueden tener el efecto de iniciar una conversación de grupo, como si todos los amigos estuvieran juntos en un solo lugar.

C. Dimensiones de la red social Facebook.

Según afirma Merodio (2016) la red social Facebook puede ser estudiado a través de dimensiones que facilitan medir cuál es su uso en un determinado grupo o conjunto de individuos. Entre estas dimensiones tenemos:

Información.

La información que se trasmite a través de la red social Facebook, está constituida por un grupo de datos organizados que sirven para construir un mensaje basado en una circunstancia o experiencia. Para medir el alcance de la información que se comparte en Facebook se estudia el tipo de información que se trasmite, la frecuencia de comunicación a través de esta red y cuál es el resultado de dicha información, es decir la información generada.

Motivación.

La motivación está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo, es decir, es el impulso que conduce a la persona a elegir la red social Facebook para comunicarse e intercambiar información con otras personas que pertenecen a su comunidad social. Para medir esta dimensión se debe estudiar los factores motivacionales de la persona que le incentivan al uso de la red social Facebook.

Beneficios.

El beneficio es un concepto positivo pues significa dar o recibir algún bien, o sea aquello que satisface alguna necesidad, cuando se habla del tipo de beneficios que percibe una persona al utilizar la red social Facebook se debe estudiar en que aporta, adiciona, suma o que provecho se obtiene del uso de este medio social.

D. Campaña comunicativa en redes sociales

Merodio (2016) indica que las redes sociales han impactado de manera dramática la forma en cómo los consumidores comunican sus experiencias con respecto a

una marca, producto y servicio, dejando muy atrás el poder del “boca en boca”. “Esto puede aterrar a los encargados de posicionar marcas en el mercado, ya que pone en riesgo el poder que anteriormente tenían con los medios tradicionales de controlar el contenido y la difusión de los mensajes” (p.68). El cambio en el modelo de negocio que está suponiendo la transición de los medios de comunicación tradicionales al entorno digital está modificando tanto su estructura como la forma de presentar la información en la Red.

Fernández (2015) manifiesta que una campaña en redes sociales siempre debe tener claro los objetivos, indicando que es importante tomarse el tiempo para definir el propósito que tendrán las campañas antes de comenzar a implementarlas, es decir, las marcas deben definir una estrategia de presencia en las redes sociales antes de comenzar a actuar considerando siempre los objetivos que quiere lograr.

Kadushin (2013) indica que la campaña en redes sociales requiere que se pueda potenciar el contenido entendiendo las diferentes formas de sacarle todo el provecho posible al contenido, las cuales deben estar según el público objetivo y de acuerdo a los objetivos que se quiere lograr.

1.3.3. Interacción virtual.

Según afirma Sánchez (2012) actualmente la palabra interacción “se asocia sobre todo a los dispositivos móviles, los cuales han cambiado, para gusto de algunos y disgusto de otros” (p.26). La forma en la que las personas se relacionan con el entretenimiento y la información.

Sanchez (2012), afirma que el ser humano está en constante interacción virtual con el entorno que le rodea, “el comportamiento humano no puede ser analizado de una forma individual sino en interacción con el entorno virtual” (p.56). Hay que tener en cuenta el lugar en el que ha nacido una persona, la familia en la que ha crecido, la posición social, la cultura, las relaciones sociales que ha tenido.

No sólo es posible interactuar con los demás de una forma presencial en una conversación cara a cara, sino que también es posible interactuar de forma online a través del correo electrónico o las redes sociales que muestran una nueva realidad de la comunicación humana Suárez (2013). La interacción virtual es en esencia comunicación,

es decir, expresar algo en concreto ya sea a través de la palabra o también, a través del lenguaje corporal.

Suárez y Gros (2013) manifiestan que la interacción virtual se desarrolla de manera tecnológica, donde dos o más personas intercambian ideas y opiniones, la comunicación es fluida, directa e incorpora un componente emocional, ya que intervienen los gestos, el tono de voz, la actitud de los hablantes y el clima de todo ello es más cálido y de alguna manera más humano. En el segundo caso, las posibilidades son inmensas, con unos pocos clics es posible contactar con cualquier persona en cualquier parte del planeta.

Katz y Rice (2012) explican que la sociedad siempre se ha organizado a través de redes por medio de las cuales, se desarrollan los procesos de producción, socialización de experiencias y conocimiento, creación y asociación por medio de la cultura, viéndose modificados dichos procesos, por la lógica online. Tanto la percepción como el comportamiento de las personas están influidos por la situación total en la que se establecen estas redes, lo cual incluye el ambiente y las condiciones del individuo, es decir, que el comportamiento y las percepciones se forman a través de la relación entre el espacio social y las relaciones dentro de la red social; en este sentido, las tecnologías de información y comunicación han potenciado las redes como un fenómeno de movimiento social, promoviendo el desarrollo de diferentes formas culturales.

Cabrera (2012) indica que en lo que se refiere a las redes sociales virtuales, aparentemente comparten características esenciales de las redes sociales presenciales, tales como:

La horizontalidad, la democratización y la creatividad, siendo uno de los mayores atractivos que generan estos entornos virtuales el sentido de libertad por medio del cual desaparecen las tensiones sociales y genera mayor posibilidad de socialización; pero también la capacidad de generar, procesar y compartir información de forma masiva. (p.121)

A. Interacción virtual en la adolescencia

Suárez y Gros (2013) explican que es durante la adolescencia cuando se fortalecen los procesos de socialización e interacción, y es mediante la socialización que las personas aprenden e interiorizan elementos de su cultura, lo cual se está pasando a un entorno virtual cuya tendencia va en aumento.

Apereci (2014) manifiesta que las personas adoptan ciertas normas, valores, reglas de conducta, entre otros aspectos; al igual que todas las acciones y comportamientos sociales e individuales son resultado de la experiencia personal, de tal manera que las personas aprenden y se apropian de su cultura interactuando en su entorno virtual.

Pedroza (2014) asevera que, en la etapa de la adolescencia, el proceso de socialización propicia que las personas adolescentes comprendan y acepten algunas normas sociales a la vez que cuestionan las reglas existentes y tiendan a generar nuevas reglas de interacción en su entorno virtual; es decir, viven bajo roles sociales y han conformado una personalidad social e incluso una nueva forma de escritura que todos entienden, aunque nunca lo hayan visto.

B. Dimensiones de la interacción virtual

Sánchez (2012) afirma que actualmente la interacción entre personas, no solo se realiza de manera presencial, sino también, a través de medios tecnológicos, que permiten un mayor alcance de la información que se quiere compartir, por ello es necesario evaluar la forma más eficiente de medir el grado de interacción de las personas a través de medios digitales. Entre las principales dimensiones tenemos:

Intercambio: la comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos, no sólo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción que se genera entre estos, cuando se estudia el intercambio de información entre individuos a través de un medio digital, se debe analizar, la frecuencia de uso de este medio y con qué fines intercambian de información.

Competencia: la interacción que se manifiesta entre personas que utilizan redes sociales como canal de comunicación, muchas veces se refleja en sentimientos de competencia, en saber quién es el que posee más fans, amigos, fotos, videos, likes, etc. este sentimiento de competencia es un resultado de cómo está influyendo los medios digitales en la interacción entre individuos.

Cooperación: todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según estén basados en la igualdad o la diferencia. La cooperación busca sentimientos de pertenencia y afiliación, identidad y valores, los que determinan la forma de relacionarse en las redes.

Conflicto: se define como un patrón de comportamiento caracterizado por la pérdida de control sobre el uso de internet. Esta conducta conduce al aislamiento y al descuido de las relaciones sociales, el tipo de conflicto que se genere en la interacción entre personas, Suele ser una extensión (virtual) del maltrato realizado presencialmente.

C. Características de la interacción de estudiantes

Jandrey (2014) manifiesta que los estudiantes están conscientes del potencial que tienen los entornos virtuales en la interacción, donde estos son considerados como viables para facilitar el proceso de adquisición de conocimientos y satisfacer parte de sus intereses académicos.

Gonzales (2014) explica que la interacción a través del uso de redes sociales en el aula tiene varios problemas que resolver ya que estas no son utilizadas de manera adecuada por la información a la que tienen acceso. La clave de éxito de esta innovación en el proceso enseñanza-aprendizaje es el tipo de estrategias que apliquen los profesores para motivar a los estudiantes y emocionalmente implicarlos en las actividades académicas establecidas en la red social.

De Haro (2014) indica que la experiencia al interactuar en redes sociales, como parte del proceso educativo, permitiría crear canales formativos distintos a los tradicionales y han potenciado entre los estudiantes una comunicación más abierta y activa al expandir su creatividad y conocimientos.

1.4. Formulación del problema

¿Cómo es el uso de la red social Facebook en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”?

1.5. Justificación e importancia del estudio

La investigación se sustenta en las bases establecidas por el área de investigación de la Universidad Señor de Sipán, siendo esta importante para la institución para entender las causas y las consecuencias de las nuevas formas de interacción virtual de los alumnos en la etapa escolar, pues representa un problema demasiado extendido que debe explicarse a la brevedad y siendo de suma importancia, teniendo en cuenta la nueva generación de jóvenes en una era tecnológica.

El estudio fue de gran significancia, porque permitió conocer la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Universia a través de la red social Facebook y conocer el alcance de este medio en la vida común del estudiante para poder comunicarse de manera asertiva con estos, a través del uso de esta red social y de esta manera logrando encontrar diferentes problemáticas a estudiar.

Asimismo, se consideró importante porque da a conocer cuál es el uso de la red social Facebook y de qué manera influye en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Universia, por lo mismo fue de gran relevancia abordar este tema de investigación en primer lugar por ser un fenómeno actual, que atrae principalmente a los jóvenes cuya población es la que maneja con más frecuencia aparatos electrónicos y tiene al alcance el uso de estas herramientas tecnológicas.

Además, beneficia a los interesados como son los padres de familia y maestros a aprender a comunicarse con los estudiantes de una forma más dinámica y que se sientan parte de esta comunidad virtual que conforman los adolescentes de hoy. De esta manera podrán también brindarles seguridad a sus hijos al tener en cuenta las problemáticas que pueden aparecer por el uso.

Por otro lado, el estudio permitió que el Colegio Universia adaptara la red social Facebook como una herramienta que sirva de extensión en las actividades académicas que genere mecanismos de intercambio de información de clases a distancia, con la finalidad de convertir las potencialidades distractoras y atrayentes de dicha red en potencialidades académicas.

1.6. Hipótesis

El uso de la red social Facebook permite la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Determinar el uso de la red social Facebook en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”.

1.7.2. Objetivos específicos

- a. Identificar el impacto del uso de la red social Facebook en la comunicación de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”.
- b. Identificar las características de la interacción virtual en los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”.
- c. Determinar los factores del uso de la red social Facebook que influyen en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

2.1.1. Tipo de investigación.

La presente investigación se fundamentó en el paradigma positivista, al desarrollar un estudio cuantitativo, en la cual se estudió la asociación de las variables centrándose en la clasificación de sus características de tal manera se pueda construir un modelo estadístico que explique la realidad observada (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014).

La presente investigación cuantificó la variable red social Facebook, luego de analizar la problemática en base a la recolección de datos, de tal forma que se pudo obtener los resultados estadísticos para establecer una serie de conclusiones sobre la hipótesis planteada.

Según afirma Hernández, Fernández, y Baptista (2014) un estudio exploratorio, se realiza cuando el objetivo de la investigación es examinar un tema o problema poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o ha sido poco abordado, además cuando la revisión de la literatura revela que existen ideas vagamente estudiadas y es necesario estudiarlas desde nuevas perspectivas. Así mismo un estudio descriptivo busca especificar las propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice, describe tendencias de un grupo o población.

La presente investigación fue de tipo exploratorio-descriptivo, ya que, se analizó la forma de interacción virtual de los estudiantes del cuarto y quinto año de secundaria del colegio UNIVERSIA desde una nueva perspectiva, es decir, estudiando el uso de la red social Facebook en dicha interacción, además el estudio exploratorio sirvió para indagar nuevos problemas y sugerir afirmaciones o postulados para futuros estudios que se realicen con el mismo problema en estudio. Así mismo, se describió las variables en estudio (red social Facebook e interacción virtual) mediante la recolección y análisis de la información obtenida de la muestra en estudio, en este caso, de los estudiantes del cuarto y quinto año de secundaria del colegio UNIVERSIA.

2.1.2. Diseño de investigación.

Hernández, Fernández, y Baptista (2014) afirman que un estudio es de diseño no experimental cuando no se manipulan las variables de la investigación, y es transversal ya que la información se recolecta por una sola vez y en un solo momento.

La presente investigación, es de diseño no experimental, puesto que las variables (red social Facebook e interacción virtual) fueron estudiadas en su contexto natural, es decir no fueron manipuladas; además es transversal, porque la información fue recolectada en un solo momento y por única vez.

El diseño de la investigación es el siguiente:

X \longrightarrow A

2.2. Población y muestra.

Según afirma Hernández, Fernández y Baptista (2014) la población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas situaciones (p.174).

Para el presente estudio, la población estuvo conformada por el total de alumnos del cuarto y quinto año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA, los cuales tienen edades de 15 y 16 años, y suman un total de 60 alumnos.

Criterios de inclusión:

Alumnos que pertenecen al Colegio Particular UNIVERSIA.

Alumnos del 4to y 5to año de educación secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA.

Estudiantes antiguos y nuevos del Colegio Particular UNIVERSIA.

Criterios de exclusión:

Alumnos de los grados menores al 4to año de educación secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA.

Alumnos que no cuentan con matrícula regularizada en el año 2018.

Tabla 1

Población de estudiantes del de 4to año de Secundaria

Distribución de alumnos de 4to año de Secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA	
	N° de estudiantes
Varones	17
Mujeres	5
Total	22

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

Población de estudiantes del de 5to año de Secundaria

Distribución de alumnos de 5to año de Secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA	
	N° de estudiantes
Varones	24
Mujeres	14
Total	38

Fuente: Elaboración propia

El total de alumnos, entre varones y mujeres, del Colegio Particular UNIVERSIA suman 60, por lo tanto, la muestra del estudio estuvo conformada por el total de la población, por ser un número pequeño y homogéneo, es decir, no se utilizó ninguna fórmula estadística para representar a la población, por tal, es un muestreo no probabilístico simple.

2.3. Variables, Operacionalización

2.3.1. Variables.

Variable independiente. Red social Facebook.

Definición conceptual: “Facebook es una plataforma mediante la cual los usuarios pueden mantenerse en contacto continuo con un grupo de amistades e intercambiar con ellos cualquier tipo de contenido” (Merodio 2016, p.16).

Definición operacional. Para la investigación se han definido las siguientes dimensiones: información, motivación, beneficios (Merodio, 2016).

Variable dependiente: Interacción virtual

Definición conceptual: La interacción se desarrolla de manera tecnológica, es donde dos o más personas intercambian ideas y opiniones, la comunicación es fluida, directa e incorpora un componente emocional, además, las posibilidades son inmensas, con unos pocos clics es posible contactar con cualquier persona en cualquier parte del planeta (Suárez y Gros, 2013)

Definición operacional: Para la investigación se han definido las siguientes dimensiones: Intercambio, competencia, cooperación, conflicto (Sánchez, 2012).

2.3.2. Operacionalización

Tabla 3

Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala	Categoría	Técnica e instrumento	
V. Independiente: Red social Facebook	Merodio (2016) afirma que Facebook es una plataforma “mediante la cual los usuarios pueden mantenerse en contacto continuo con un grupo de amistades e intercambiar con ellos cualquier tipo de contenido” (p.16). Según Kadushin (2013) las innovaciones de Facebook están fundamentadas en la posibilidad que brinda a los usuarios de mantener una relación cercana con sus amigos y familiares, “incluye mantener un vínculo con personas que viven en otros lugares del mundo” (p.26).	Información	Tipo de información	Nominal	1	Técnica: encuesta. Instrumento: cuestionario.	
			Frecuencia de comunicación	Ordinal	2, 3		
			Información generada	Nominal	4		
		Motivación	Factores motivacionales	Nominal	5		
			Beneficios	Tipo de beneficios	Nominal		6
				Intercambio	Nivel de información		Nominal
V. Dependiente: Interacción virtual	Suárez y Gros (2013) indican que la interacción se desarrolla de manera tecnológica, es donde dos o más personas intercambian ideas y opiniones, la comunicación es fluida, directa e incorpora un componente emocional, además, las posibilidades son inmensas, con unos pocos clics es posible contactar con cualquier persona en cualquier parte del planeta. Según afirma Sánchez (2012) actualmente la palabra interacción “se asocia sobre todo a los dispositivos móviles, los cuales han cambiado, para gusto de algunos y disgusto de otros” (p.26).	Competencia	Interacción con amigos	Ordinal	8	Técnica: encuesta. Instrumento: cuestionario.	
			Cumplimiento de metas	Nominal	9		
		Cooperación	Nivel de cooperación	Nominal	10		
			Conflicto	Nivel de cooperación	Nominal		11, 12
		Solución de conflictos	Nominal	13			

Fuente: Elaboración propia.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Técnicas.

Bernal (2015), explica que “una encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos por medio de un cuestionario previamente diseñado” (p.82).

Encuesta, consiste en una serie de ítems que fueron desarrollados y estructurados con la finalidad de obtener información de una muestra, en este caso, se realizó una encuesta y se aplicó a los estudiantes de cuarto año de secundaria del colegio particular Universia, con el fin de obtener información en relación a las variables en estudio, red social Facebook e interacción virtual.

Instrumento.

Bernal (2015) afirmó que un cuestionario está conformado por un conjunto de interrogantes los cuales poseen alternativas que serán elegidas por conveniencia del encuestado, permite recolectar información sobre un determinado tema de investigación.

En la presente investigación se utilizó el cuestionario para la recolección de datos respecto al nivel de interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del colegio particular “Universia”, el cuestionario estuvo conformado por 13 preguntas, el cual fue aplicado a 22 estudiantes del cuarto año y 38 estudiantes del quinto año de secundaria del colegio particular Universia, con el fin de obtener la información para el estudio.

Validez y Confiabilidad.

Bernal (2016), indica que la validez de expertos es una de las técnicas utilizadas para calcular el índice de validez de constructo. Se basa en la correspondencia teórica entre los ítems del instrumento y los conceptos del evento. Busca corroborar el consenso entre el investigador y los expertos con respecto a la pertenencia de cada ítem a las respectivas sinergias del evento y, de esta manera, apoyar la definición de la cual se parte.

El procedimiento de validación del instrumento de investigación para la recolección de información se realizó mediante el juicio de expertos, considerando a 1 especialista en el tema en estudio, 1 metodólogo y 1 psicólogo, los mismos que revisaron cada pregunta establecida en el instrumento para corroborar su validez tomando en cuenta la

concordancia con la operacionalización donde se encuentran los indicadores, dimensiones y variables de la investigación.

Bernal (2016), indica que la confiabilidad hace referencia a la capacidad de un instrumento para cuantificar de forma significativa y adecuada el rasgo para cuya medición ha sido diseñado. En cuanto a la confiabilidad, se midió a través del alfa de Cronbach el cual arrojó un resultado superior a 0.75 probando la confiabilidad del instrumento.

Bernal (2016) explica que el coeficiente Alfa de Cronbach es un modelo de consistencia interna, basado en el promedio de las correlaciones entre los ítems. Entre las ventajas de esta medida se encuentra la posibilidad de evaluar cuánto mejoraría la fiabilidad de la prueba si se excluyera un determinado ítem. Para el análisis de confiabilidad se utilizó el método alfa de Cronbach, luego de haber aplicado una prueba piloto del instrumento a 10 estudiantes del 4to año del Colegio Particular UNIVERSIA, el cual luego de haber sido tabulado en el programa estadístico SPSS 22 se procedió a obtener el nivel de confiabilidad considerando la siguiente escala:

Tabla 4

Escala de fiabilidad alfa de Cronbach

Escala	Escala	Descripción
1	0.01-0.49	Baje
2	0.50-0.70	Moderada
3	0.71-0.99	Fuerte

Fuente: Alfa de Cronbach.

Se muestra la escala de fiabilidad del método alfa de cronbach, siendo el resultado de la prueba piloto el siguiente:

Tabla 5

Resumen del procesamiento de los casos

Resumen del procesamiento de los casos			
		N	%
Casos	Válidos	10	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	10	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 6

Estadísticos de fiabilidad

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,794	13

Como se observa en el resultado, se ha tenido 0,794 lo cual, según la escala de fiabilidad alfa de Cronbach se encuentra con un nivel fuerte, por lo tanto, se puede concluir que el instrumento utilizado con toda la muestra es confiable.

2.5. Procedimiento de análisis de datos.

La recolección de datos se realizó mediante el uso de técnicas e instrumentos cuantitativos, como la encuesta, con el fin de obtener información necesaria para dar solución a la problemática estudiada fundamentado en el marco teórico. Para el desarrollo del presente estudio se aplicó una encuesta a los 45 alumnos del 4to y 5to año de secundaria del colegio particular Universia en el horario de recreo, considerando una hora para la recolección de datos. Cabe resaltar que antes de su aplicación el instrumento fue validado por expertos y se midió la confiabilidad mediante la prueba estadística, garantizando concluir con cada uno de los objetivos previstos.

Pasos

Paso 1: Se coordinó con la dirección general del colegio particular Universia para la aplicación del instrumento de recolección de datos en horario de clase a los alumnos del 4to y 5to año de secundaria.

Paso 2: Se elaboró el instrumento de recolección de datos en relación a las variables en estudio y a la problemática encontrada.

Paso 3: Se validó el instrumento por expertos y se medirá su confiabilidad

Paso 4: Se aplicó el cuestionario a los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del colegio particular Universia.

Paso 5: Se registró la información recolectada.

Paso 6: La información obtenida se sistematizó en informes preliminar y final.

2.6. Criterios éticos

Neutralidad, Los resultados de la investigación deben garantizar la veracidad de las descripciones realizadas por los participantes, es decir las opiniones y resultados obtenidos de la muestra deben mostrarte transparentemente. Es por eso que los resultados de la investigación, son tal cual respondieron los participantes, además de ello, se tomaron fotos de la aplicación de la encuesta como evidencia de la implementación de los instrumentos, pero estas evidencias fueron hurtadas, lo cual produjo una limitación para una mayor certeza de la aplicación de la encuesta.

La confidencialidad, asegurar la protección de la identidad de las personas que participan como informantes de la investigación, es decir las encuestas fueron desarrolladas de manera anónima, de esta manera se pudieron obtener los resultados, pero se protegió la identidad de cada uno de los participantes.

El consentimiento informado, de los participantes encuestados con el fin que conozcan el objetivo del instrumento que se les aplicó; es decir cada uno de los participantes fue informado sobre el objetivo de la aplicación del instrumento, así como también de la investigación, teniendo en cuenta la problemática identificada, de esta manera los estudiantes tenían en cuenta que sus respuestas descritas en la encuesta, fueron usadas para una investigación.

2.7. Criterios de rigor científico

Según afirma Noreña, Alcaraz y Rojas (2012) los criterios de rigor científico a considerar en una investigación son:

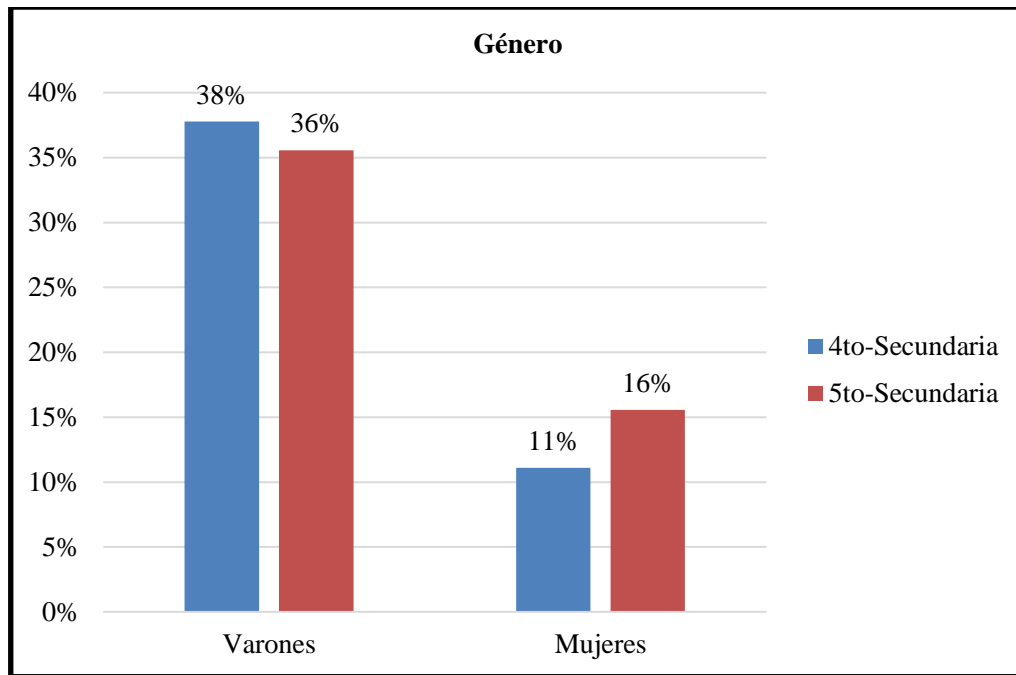
La fiabilidad y la validez son cualidades esenciales que deben tener las pruebas o los instrumentos de carácter científico para la recogida de datos, debido a que garantizan que los resultados que se presentan son merecedores de crédito y confianza. Este criterio se aplicó porque previa a su aplicación los instrumentos de recolección de datos fueron validados.

El criterio de credibilidad o valor de la verdad, también denominado como autenticidad, es un requisito importante debido a que permite evidenciar los fenómenos y las experiencias humanas, tal y como son percibidos por los sujetos. En este sentido, en la presente investigación no se manipuló la información.

La transferibilidad o aplicabilidad consiste en poder transferir los resultados de la investigación a otros contextos, es decir la presente investigación servirá como aporte para futuras investigaciones que se realicen considerando las mismas variables y escenarios similares.

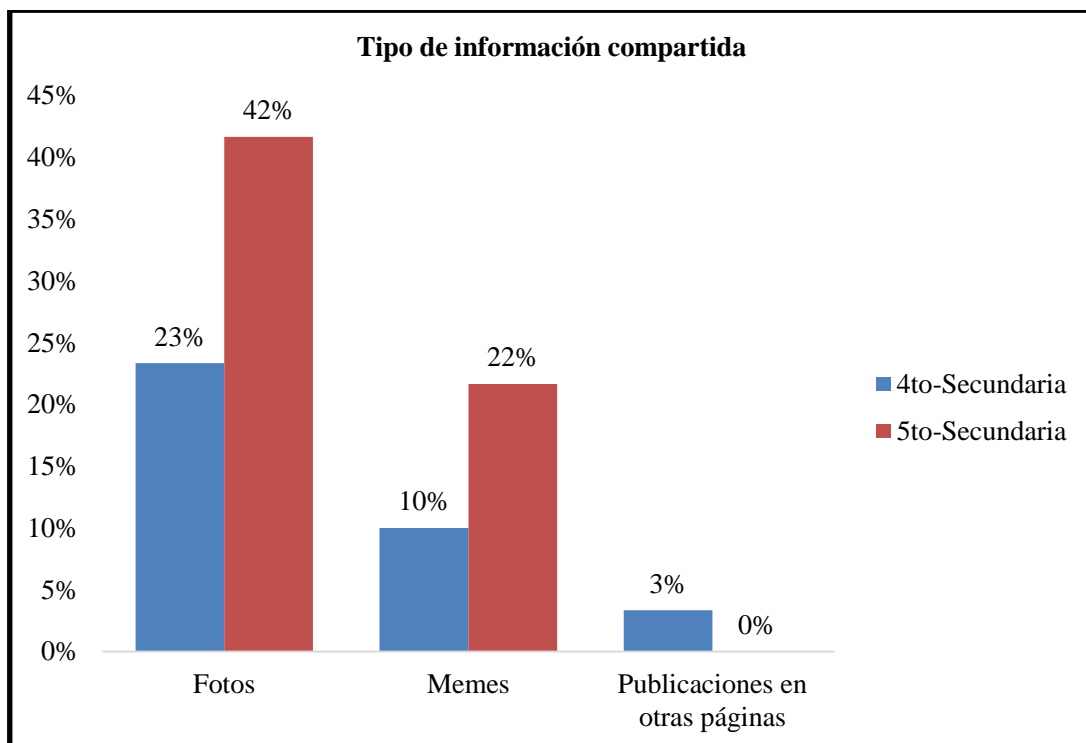
III. RESULTADOS

3.1. Resultados en Tablas y Figuras



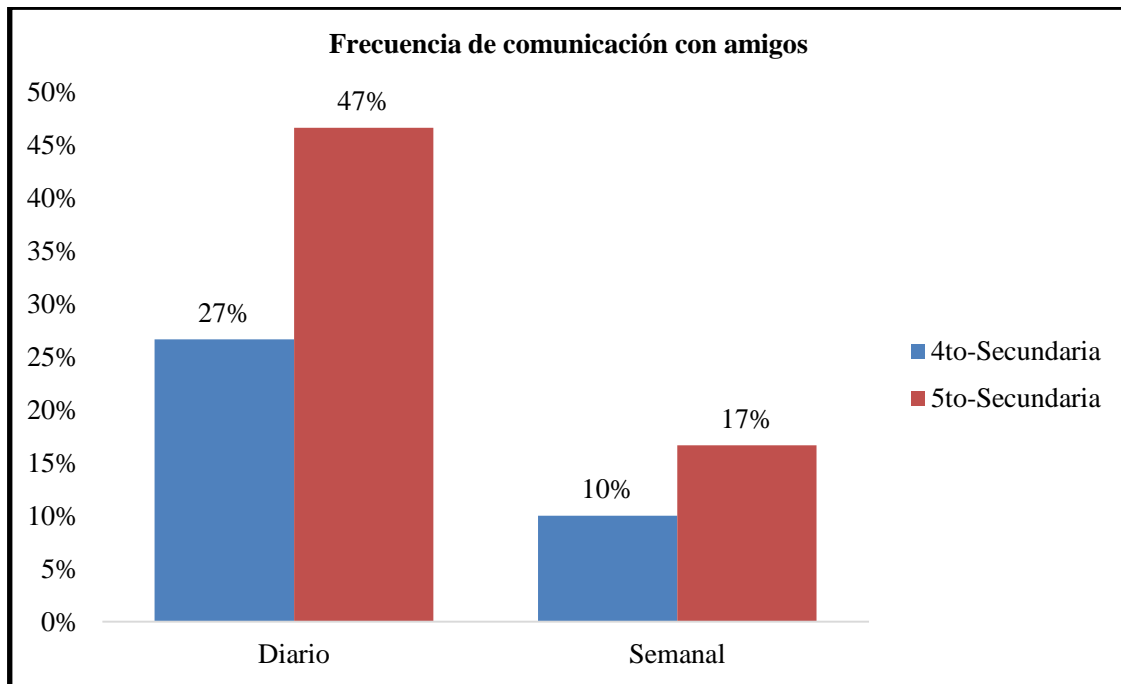
Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Figura 1. En el resultado se observa la distribución del género de los estudiantes encuestados, donde el 74% son varones, siendo el 38% de los estudiantes del 4to año de secundaria y el 36% son estudiantes de 5to año, y en menor cantidad el 27% de estudiantes encuestados que son mujeres, de las cuales el 16% son de 5to de secundaria y el 11% son de 4to. En conclusión, la mayor parte de los estudiantes encuestados del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA son varones.



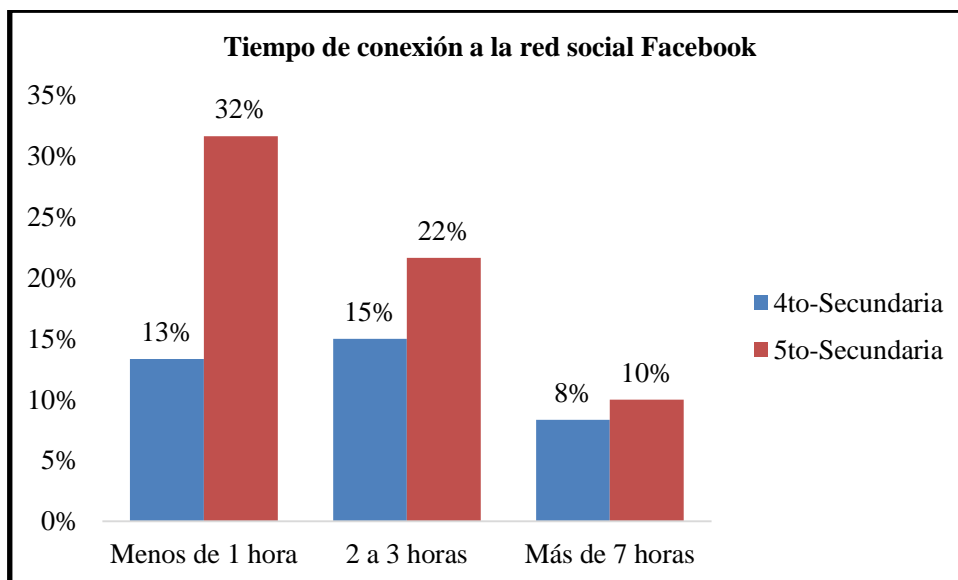
Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Figura 2. En el resultado se muestra el tipo de información que los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA prefieren compartir, donde el 65% prefiere compartir fotos, de los cuales el 42% son estudiantes de 5to y el 23% de 4to; y en menor cantidad, es decir, el 3%, que prefiere compartir publicaciones realizadas por otras páginas. En conclusión, se observa que la mayor preferencia, en cuanto a la información que comparten los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA son las fotos y los memes.



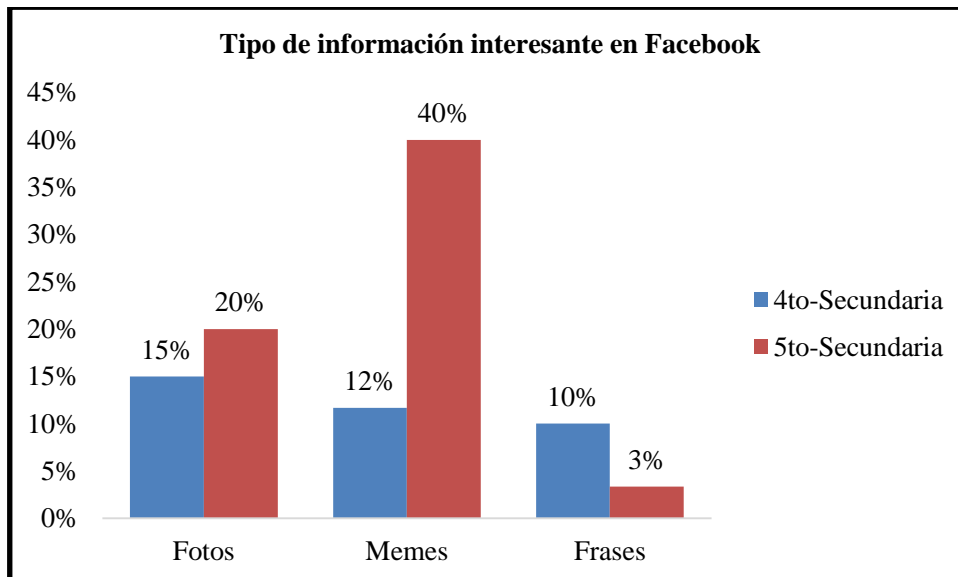
Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Figura 3. Como se observa en el resultado, se muestra la frecuencia en que los estudiantes de 4to y 5to de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA se comunican con sus amigos a través de la red social Facebook, la mayor parte, es decir el 74% se comunica de manera diaria, de los cuales el 47% de los alumnos de 5to y el 27% de 4to; en cambio en menor cantidad, el 27% se comunica de manera semanal, de los cuales el 17% son de 5to y el 10% son de 4to. En conclusión, el nivel de comunicación con los estudiantes del 4to y 5to año del Colegio Particular UNIVERSIA es alto, debido a que la mayor parte se comunica de manera diaria utilizando la red social Facebook, los mismos que representan un 74% de la muestra.



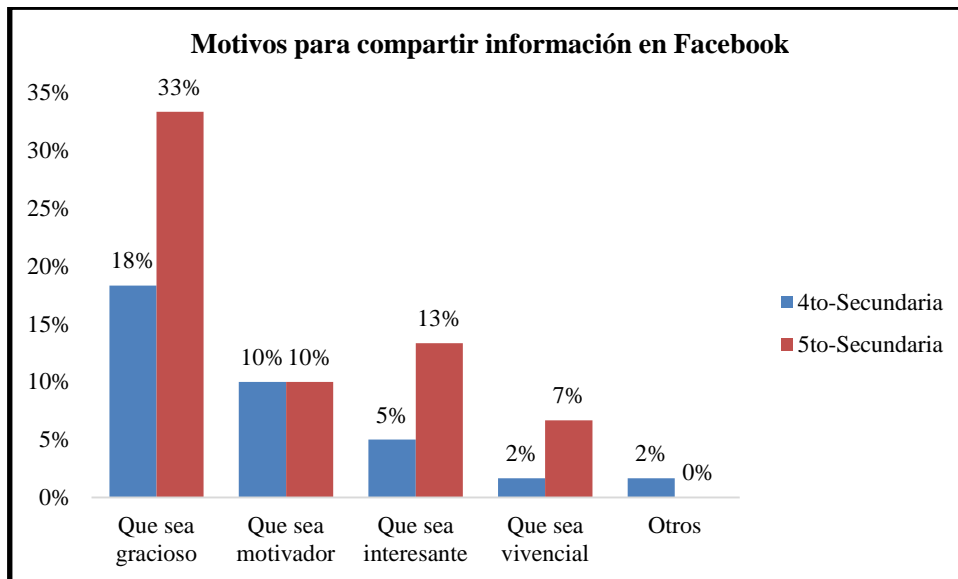
Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Figura 4. El presente resultado muestra el tiempo de conexión a la red social Facebook por parte de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA, donde se ha determinado que el 45% se conecta menos de 1 hora, siendo el 32% de 5to y el 13% de 4to; asimismo, en menor cantidad, es decir, el 18% que se conecta más de 7 horas, de los cuales el 10% son de 5to y el 8% son de 4to. En conclusión, se tiene que el 45% de estudiantes se conecta menos de 1 hora al día, siendo el porcentaje más alto de conexión a la red social Facebook durante el día.



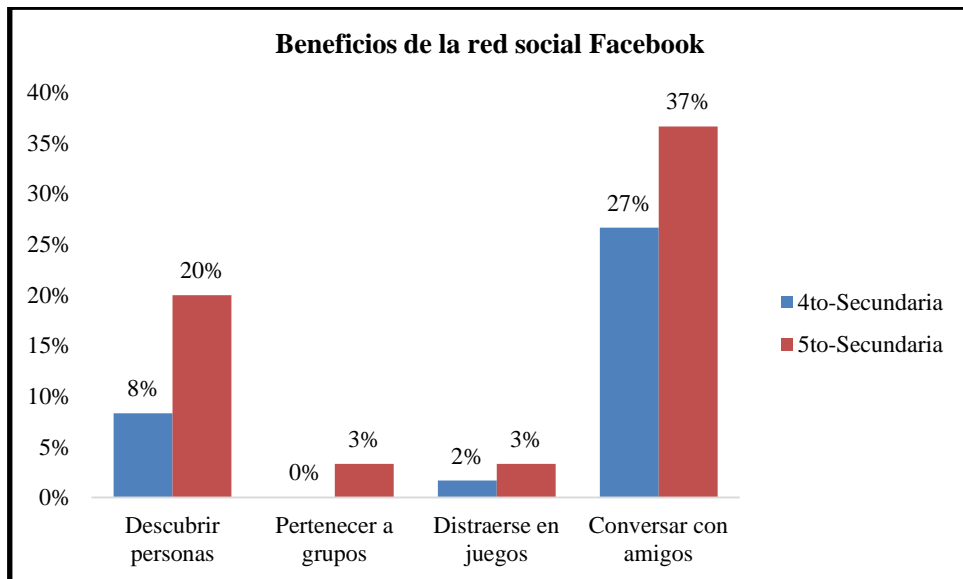
Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Figura 5. Se tiene el resultado acerca del tipo de información que resulta interesante para los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA siendo para el 52% más interesante los memes, de los cuales 40% son de 5to y 12% son de 4to; y en menos cantidad, es decir, el 13% que prefiere las frases publicadas, de los cuales 10% son de 4to y 3% son de 5to. En conclusión, se tiene que el mayor porcentaje de los estudiantes prefieren los memes, lo cual resulta más interesante para ellos.



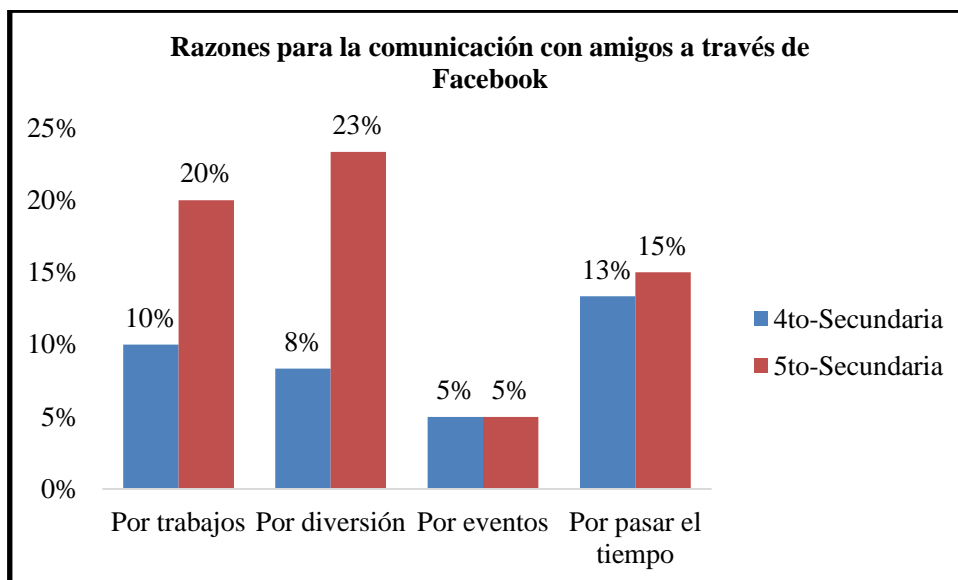
Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Figura 6. Lo que se muestra en el presente resultado, son los motivos que consideran los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA para compartir información en la red social Facebook, se ha tenido que el 51% comparte información si es gracioso, de los cuales el 33% son de 5to y el 18% son de 4to; y en menor porcentaje, es decir, el 2% que prefiere otro tipo de motivaciones. En conclusión, se puede decir que la mayor parte de la información compartida por los estudiantes es la que resulta graciosa para ellos con la mayor preferencia por parte de los encuestados.



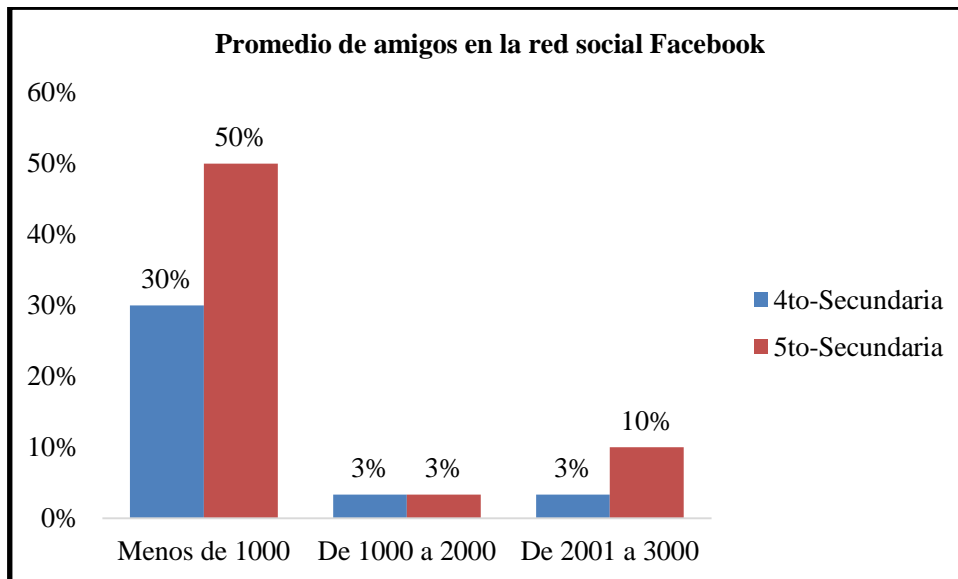
Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Figura 7. En este caso, lo que se muestra son los beneficios que los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA consideran que les brinda la red social Facebook, reconociendo como principal beneficio el poder conversar con amigos según manifiesta el 64% de encuestados, de los cuales el 37% son de 5to y el 27% son de 4to; asimismo, se tiene que para el 3% uno de los principales beneficios es pertenecer a grupos, siendo estos de 5to año. En conclusión, los estudiantes consideran que el mayor beneficio que pueden obtener de la red social Facebook, es que pueden estar conectados con sus amigos y conversar con ellos.



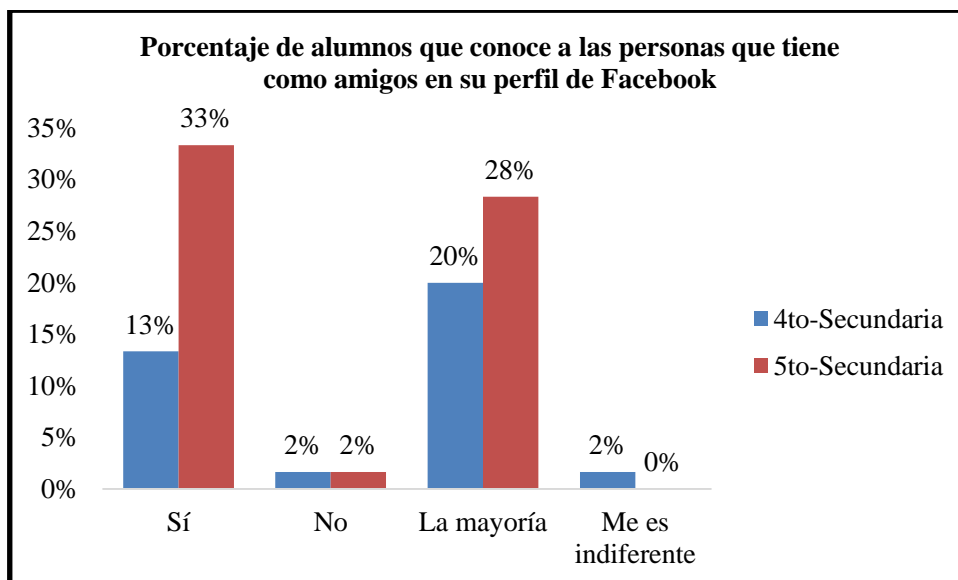
Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Figura 8. Se tiene las razones por las que generalmente se comunican los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA, la mayor parte es por diversión según manifiesta el 31%, de los cuales el 23% son de 5to y el 8% son de 4to; asimismo, en menor cantidad manifiesta que se comunica por eventos, siendo estos el 10%. En conclusión, se puede decir que las tres principales razones por las que se comunican con amigos a través de Facebook son por la realización de trabajos, por diversión y por pasar en tiempo con amigos conectados en dicha red social.



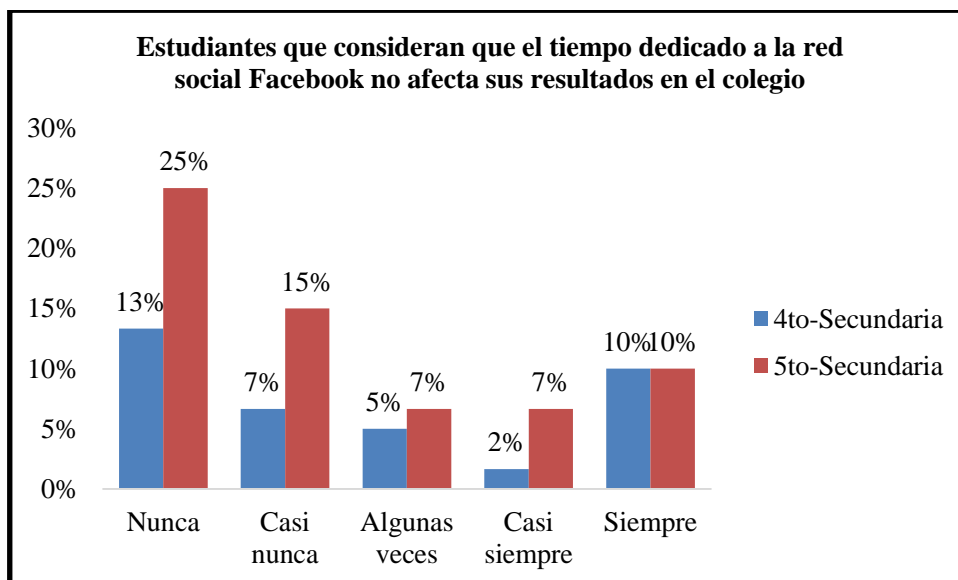
Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Figura 9. Lo que se muestra en el presente resultado, es el promedio de amigos con los que cuentan los estudiantes de 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA en la red social Facebook, donde el 80% manifiesta tener menos de 1000 amigos en su perfil de Facebook, de los cuales el 50% son de 5to y el 30% son de 4to; y un 6% que indica tener de 1000 a 2000 amigos. En conclusión, se ha determinado que la mayor parte de estudiantes tiene menos de 1000 amigos en la red social Facebook, siendo el número más alto los estudiantes de 5to año de secundaria.



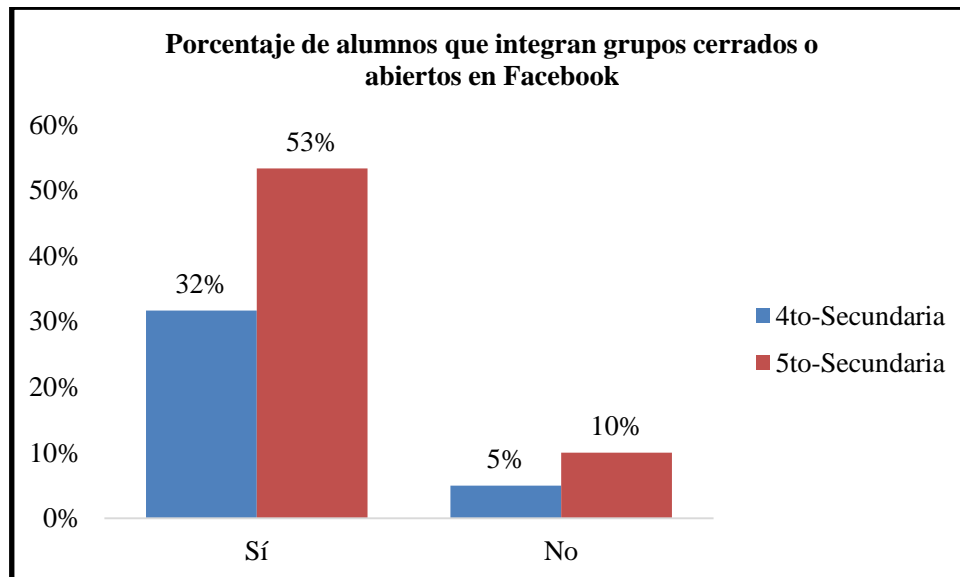
Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Figura 10. Lo que se muestra, es si los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA conocen a las personas que tienen como amigo en su perfil de Facebook, de los cuales el 48% indica conocer a la mayoría, siendo el 28% de 5to y el 20% de 4to; por otra parte, el 2% indica que les es indiferente. En conclusión, lo que se tiene es que la mayor parte de los estudiantes no conocen del todo a las personas que tienen como amigo en su perfil de Facebook.



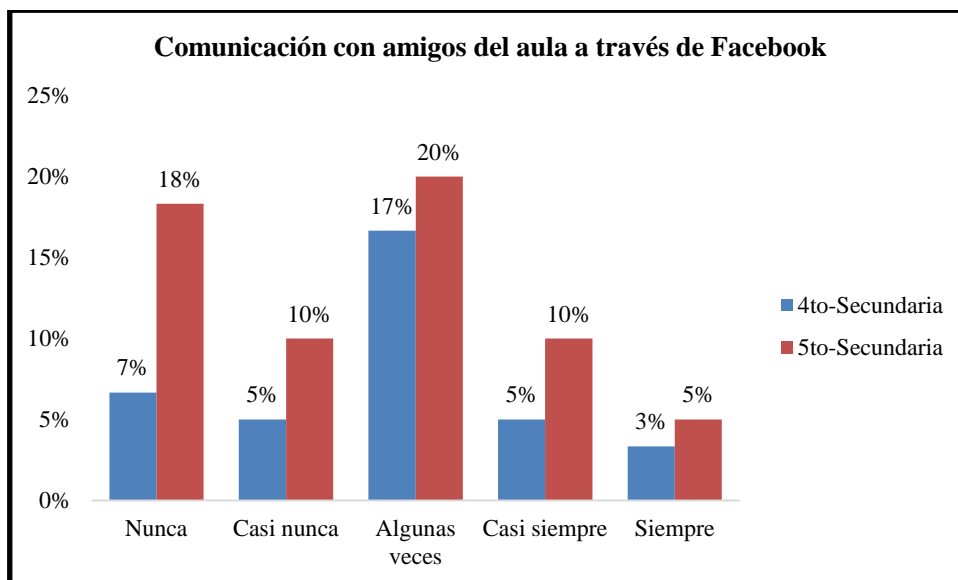
Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Figura 11. Lo que se muestra es si los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA consideran que el tiempo dedicado a la red social Facebook afecta sus resultados en el colegio, indicando que nunca para el 38% de estudiantes, de los cuales 25% son de 5to y 13% de 4to año, y el 9% que indica casi siempre, siendo el 7% de 5to y el 2% de 4to año. En este caso, se tiene que el tiempo dedicado a la red social Facebook no representa un retraso en los resultados de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA, sin embargo, se tiene que, para una menor cantidad, pero no menos importantes, sí suele afectar sus resultados.



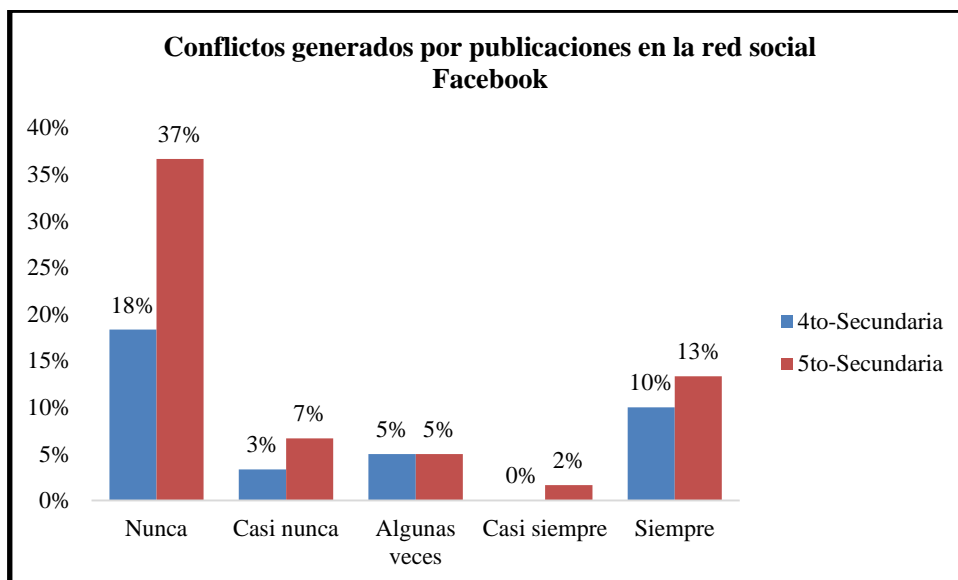
Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Figura 12. El resultado muestra si los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA pertenecen a algún grupo cerrado o abierto en la red social Facebook, indicando el 85% que sí, de los cual se ha tenido que el 53% de 5to año indica que si, el 32% de 4to año, por el contrario, el 15% indica que no, siendo el 10% de 5to año y el 5% de 4to año. En conclusión, lo que se tiene es que la mayor parte de los estudiantes sí pertenece a un grupo en la red social Facebook, ya sea que este sea un grupo abierto o cerrado.



Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Figura 13. Se tiene el resultado acerca de si el estudiante mantiene una comunicación constante con amigos de su aula a través de la red social Facebook, de lo cual se ha tenido que el 37% manifiesta que algunas veces, siendo el 20% de 5to año y el 17% de 4to año; y en menor cantidad, el 8% que indica que siempre, de los cuales 5% son de 5to año y el 3% de 4to año. En conclusión, lo que se tiene es que la comunicación con amigos de la misma aula es poco frecuente, por lo que se determina que la comunicación es con mayor frecuencia con amigos fuera del Colegio Particular UNIVERSIA.



Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Figura 14. En el resultado se tiene si los estudiantes del 4to y 5to año han tenido algún conflicto generado por publicaciones realizadas en la red social Facebook, de lo cual se ha tenido que el 55% de estudiantes indica que nunca, siendo el 37% de 5to y el 18% de 4to; asimismo, se tiene que el 2% indica que casi siempre. En conclusión, se puede decir que generalmente los estudiantes no tienen conflictos por publicaciones realizadas en la red social Facebook, sin embargo, se tiene en menor cantidad que algunos estudiantes si han tenido conflictos por publicaciones hechas en dicha Red social.

3.2. Discusión de resultados

En la identificación del impacto del uso de la red social Facebook en la comunicación de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”, en la figura 2 se muestra que el 65% de estudiantes utiliza la red social para compartir fotos y el 32% memes, lo cual es similar a los resultados presentados por Mejía (2015) en su investigación sobre la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del Cantón Yaguachi, donde él se tuvo que el 79% de jóvenes encuestados tiene preferencia por compartir fotos de sus vivencias y la de sus familiares más cercanos, siendo esta una de las principales características de la red social Facebook. Al respecto Fernández (2015) indica que en la red social Facebook se puede publicar lo que uno está haciendo u otras cosas; se puede seguir a personas para ver lo que sus familiares o amigos comentan; se puede comunicar con personas que no se ha visto desde hace mucho tiempo, dado que ésta red social sobrepasa las fronteras geográficas sin importar que tan lejos estés de tu familia o amigos.

Asimismo, en la figura 3 se determinó que el 74% generalmente lo utiliza para comunicarse con sus amigos de manera diaria, similar a lo obtenido por Gómez y Marín (2017) en su estudio sobre el impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica, en la cual determina que la comunicación de los adolescentes ha cambiado, donde incluso se ha generado una nueva forma de escritura, que en muchos casos, sólo ellos entienden; además, se manifiesta que la participación de los adolescentes en grupos de amigos es muy común, puesto que existen una infinidad de grupos que pueden resultar de su interés para interactuar con otros usuarios en redes sociales. Estos resultados se corroboran con lo manifestado por Sánchez (2012) quien afirma que el ser humano está en constante interacción virtual con el entorno que le rodea, “el comportamiento humano no puede ser analizado de una forma individual sino en interacción con el entorno virtual” (p.56).

Del mismo modo, en la figura 5 se estableció que el tipo de información interesante de Facebook por los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA en un 52% son los memes, de los cuales 40% son de 5to y 12% son de 4to; y en menos cantidad, es decir, el 13% que prefiere las frases publicadas, de los cuales 10% son de 4to y 3% son de 5to.

En lo que concierne la figura 6 se muestra que son los motivos que consideran los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA para compartir información en la red social Facebook, se ha tenido que el 51% comparte información si es gracioso, de los cuales el 33% son de 5to y el 18% son de 4to; y en menor porcentaje, es decir, el 2% que prefiere otro tipo de motivaciones.

Por otra parte, en la figura 7 se muestra que identifican como principales beneficios de la red social Facebook, según manifiesta el 64% es para poder conversar con amigos, para el 28% descubrir personas, para el 5% distraerse en juegos y el 3% pertenecer a grupos; esta situación es similar a los resultados de Roldan (2015) estudió sobre los antecedentes del uso de Facebook en adolescentes en etapa escolar, donde se tuvo que el 100% utiliza la red social porque quiere interactuar con su entorno de una manera virtual, donde puede conversar con amigos, pertenecer a grupos, y compartir sus experiencias. Este resultado es fundamentado por Aced (2012) quien manifiesta que “en Facebook se puede publicar y hacer visibles los datos que uno quiera, como un vídeo o una noticia” (p.12), puesto que en el momento de aceptar el contrato de términos de uso de la comunidad, el usuario cede la propiedad exclusiva y perpetua de toda la información e imágenes que agregue a la red social, así como interactuar con la información y otros usuarios.

Lo que se tiene sobre la identificación de los usos de la red social Facebook por los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”, es que se trata de usuarios que utilizan la red social para generar una interacción al compartir fotos, memes, noticias, entre otros; actividad que realiza de manera diaria e incluso pertenecen a grupos, ya sea de característica privada o pública donde la interacción se amplifica por el número de integrantes que el grupo pueda tener.

Respecto a la identificación de las características de la interacción virtual en los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”, los resultados de la figura 4 muestra en tiempo de conexión en la red social Facebook, el cual para el 45% es menos de 1 hora, para el 37% es de 2 a 3 horas, y para el 18% es más de 7 horas, mostrando así que el tiempo de conexión para la mayor parte de estudiantes es de 1 a 3 horas. En este caso, Campoverde y Toledo (2014) realizaron una investigación de la influencia de las redes sociales, caso Facebook en la forma de comportarse y comunicarse de los adolescentes en etapa escolar, donde se presentó resultados similares a los obtenidos en la presente investigación donde el 57% manifestó que se conectaba a la red social más

de 3 horas al día, un 27% más de 5 horas al día, y un 18% más de 7 horas al día para interactuar con sus amigos, puesto que se trata de una forma de comunicación que ya forma parte de sus vidas diarias. En este caso, Suárez (2013) explica que no sólo es posible interactuar con los demás de una forma presencial en una conversación cara a cara, sino que también es posible interactuar de forma online a través del correo electrónico o las redes sociales que muestran una nueva realidad de la comunicación humana.

En relación a la figura 8 se tiene las razones por las que generalmente se comunican los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA, la mayor parte es por diversión según manifiesta el 31%, de los cuales el 23% son de 5to y el 8% son de 4to; asimismo, en menor cantidad manifiesta que se comunica por eventos, siendo estos el 10%.

Por otra parte, se tiene en la figura 9 que el 80% de estudiantes encuestados tiene menos de 1000 amigos en la red social Facebook, el 6% tiene de 1000 a 2000 amigos y el 13% tiene de 2000 a 3000 amigos en su perfil de Facebook. Esta situación, se asemeja a lo obtenido por Gómez y Abal (2014) en su investigación sobre la comunicación social y los efectos del uso del Facebook en el nivel de sociabilidad de estudiantes de un colegio secundario, donde los encuestados indican tener más de 500 a 1000 amigos en la red social Facebook en un 67% y el 33% que tiene más de 1000 amigos en su perfil de Facebook, situación que se ha dado por el gran alcance y capacidad de la red social respecto a la comunicación de los estudiantes encuestados, indicando que la forma de comunicación ha cambiado del cara a cara a una forma virtual. Esta situación es corroborada por Sánchez (2012) quien afirma que actualmente la interacción entre personas, no solo se realiza de manera presencial, sino también, a través de medios tecnológicos, que permiten un mayor alcance de la información que se quiere compartir, por ello es necesario evaluar la forma más eficiente de medir el grado de interacción de las personas a través de medios digitales.

En este sentido, se ha identificado que las características de la interacción virtual en los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”, son: el tiempo de conexión a la red social, el cual es de 1 a 3 horas al día, en muchos casos es más de dicho tiempo; asimismo, se ha identificado que los estudiantes tienen menos de 1000 amigos en su perfil de Facebook de los cuales no todos son personas que los estudiantes conozcan.

Según los resultados de la figura 10 se muestra que los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA conocen a las personas que tienen como amigo en su perfil de Facebook, de los cuales el 48% indica conocer a la mayoría, siendo el 28% de 5to y el 20% de 4to; por otra parte, el 2% indica que les es indiferente.

Se ha determinado los factores del uso de la red social Facebook que influyen en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”, los cuales se reflejan en la figura 7 como sigue: el 64% valora el poder conversar con amigos a través de la red social, el 28% valora el poder descubrir personas, el 5% considera que puede distraerse en juegos y el 3% el poder pertenecer a grupos en la red social. Estos resultados son similares a los obtenidos por González (2015) en su investigación sobre la incidencia de las redes sociales, caso Facebook y la forma en que los jóvenes se comunican y utilizan la Lengua, donde tuvo que el usuario valora los siguientes aspectos: comunicarse con amigos y familiares (75%), compartir información y experiencias (86%), y conocer las vivencias de amigos y familiares (52%); en este caso, el autor explica que todo es resultado de los cambios al cambio de reglas respecto a la forma de interacción de las personas el cual se ha trasladado a un entorno virtual. Esta situación es explicada por Pedroza (2014) quien asevera que, en la etapa de la adolescencia, el proceso de socialización propicia que las personas adolescentes comprendan y acepten algunas normas sociales a la vez que cuestionan las reglas existentes y tiendan a generar nuevas reglas de interacción en su entorno virtual; es decir, viven bajo roles sociales y han conformado una personalidad social e incluso una nueva forma de escritura que todos entienden, aunque nunca lo hayan visto.

En tal sentido la figura 11 indica que los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA consideran que el tiempo dedicado a la red social Facebook afecta sus resultados en el colegio, indicando que nunca para el 38% de estudiantes, de los cuales 25% son de 5to y 13% de 4to año, y el 9% que indica casi siempre, siendo el 7% de 5to y el 2% de 4to año. En este caso Mejía (2015) en su investigación sobre la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del Cantón Yaguachi concluyó en que los estudiantes desconocen de lo influyente que pueden llegar a ser las redes sociales, motivo por el cual se vuelven adictivos a las mismas y olvidan su compromiso como estudiantes situación que se vuelve incómoda tanto para padres como para profesores.

Asimismo, en la figura 12 los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA pertenecen a algún grupo cerrado o abierto en la red social Facebook, indicando el 85% que sí, de los cual se ha tenido que el 53% de 5to año indica que si, el 32% de 4to año, por el contrario, el 15% indica que no, siendo el 10% de 5to año y el 5% de 4to año.

En relación a la figura 13 manifiesta sobre si el estudiante mantiene una comunicación constante con amigos de su aula a través dela red social Facebook, de lo cual se ha tenido que el 37% manifiesta que algunas veces, siendo el 20% de 5to año y el 17% de 4to año; y en menor cantidad, el 8% que indica que siempre, de los cuales 5% son de 5to año y el 3% de 4to año. En tal sentido Roldan (2015) a través de su estudio acerca del uso de Facebook en adolescentes en etapa escolar, planteó como objetivo central analizar el impacto que genera la red social Facebook en la interacción de los adolescentes de la etapa Escolar, concluyendo en que Facebook permite a los adolescentes compartir con su entorno lo que les permite construir una imagen ante los demás que les permite integrarse al grupo de pares y conocerse a sí mismo, la importancia de los vínculos es la característica que diferencia a las redes sociales de otras, Facebook se focaliza en la relación entre las personas.

De acuerdo a la figura 14 acerca de los estudiantes del 4to y 5to año han tenido algún conflicto generado por publicaciones realizadas en la red social Facebook, de lo cual se ha tenido que el 55% de estudiantes indica que nunca, siendo el 37% de 5to y el 18% de 4to; asimismo, se tiene que el 2% indica que casi siempre.

En este sentido, los factores del uso de la red social Facebook que influyen en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia” son los siguientes: el tipo de información con el que pueden interactuar, del cual se prefiere las fotos, es decir, existe una mayor preferencia por conocer las vivencias de sus amigos en Facebook, y en segundo lugar se encuentran los memes; del cual se considera como principal motivo para compartir información que sea gracioso, motivador o de algún interés para el estudiante; también, se ha determinado que los principales beneficios identificados por los estudiantes de la red social Facebook es el poder descubrir nuevas personas, y sobre todo, el poder conversar con amigos.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Al identificar el impacto del uso de la red social Facebook en la comunicación de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”, se determinó que existe un alto nivel de uso de la red social para generar una interacción al compartir fotos, memes, noticias, entre otros; actividad que realiza de manera diaria e incluso pertenecen a grupos, ya sea de característica privada o pública donde la interacción se amplifica por el número de integrantes que el grupo pueda tener.

Se ha identificado que las características de la interacción virtual en los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”, son: el tiempo de conexión a la red social, el cual es de 1 a 3 horas al día, en muchos casos es más de dicho tiempo; asimismo, se ha identificado que los estudiantes tienen menos de 1000 amigos en su perfil de Facebook de los cuales no todos son personas que los estudiantes conozcan.

Se ha determinado los factores del uso de la red social Facebook que influyen en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”, siendo estos los siguientes: el tipo de información con el que pueden interactuar, del cual se prefiere las fotos, es decir, existe una mayor preferencia por conocer las vivencias de sus amigos en Facebook, y en segundo lugar se encuentran los memes; del cual se considera como principal motivo para compartir información que sea gracioso, motivador o de algún interés para el estudiante; también, se ha determinado que los principales beneficios identificados por los estudiantes de la red social Facebook es el poder descubrir nuevas personas, y sobre todo, el poder conversar con amigos.

4.2. Recomendaciones

Se recomienda a los padres de familia que verifiquen los grupos a los que pertenecen sus hijos, debido a que algunos son privados y otros públicos y es necesario identificar los factores de riesgos y privacidad a lo que están expuestos, la seguridad, el cyberbullying.

Se recomienda a los padres de familia fomentar en sus hijos el buen uso de las redes virtuales, es decir un tiempo promedio adecuada y la importancia de tener cuidado con las personas a las que se conoce por esa red, debido a que muchos usuarios tienen la capacidad de controlar y gestionarse una identidad falsa.

Se recomienda a la institución educativa fomentar la comunicación entre los estudiantes en la red social Facebook con respecto a los temas educativos que se tratan en la institución, así como también crear grupos por parte de los docentes de cada curso, donde se pueda compartir información o datos sobre los temas que se tocan en cada clase.

REFERENCIAS

- Aced, C. (2012). *Facebook para Dummies*. España: CEAC.
- Apereci, R. (2014). *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*. Madrid: Editores UNED.
- Arab, E., & Díaz, A. (2016). *Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos*. Obtenido de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864015000048>
- Arias, J. (2017). *¿Por qué eligen Facebook los adolescentes?* Obtenido de <http://www.elmundo.es/salud/2014/05/09/536bd389268e3eeb428b457e.html>
- Barra, P. (2016). *Correlación entre el uso de redes sociales virtuales y el desarrollo de las habilidades sociales en los estudiantes del V ciclo del nivel primario del colegio Neptalí Valderrama Ampuero de Arequipa*. Obtenido de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/5184>
- Bernal, C. (2016). *Metología de la Investigación. Sexta edición*. Colombia: Pearson Educación .
- Cabrera, M. (2012). *Evolución tecnológica y cibermedios de comunicación*. Sevilla: Ediciones y Publicaciones Comunicación Social.
- Campoverde, M., & Toledo, R. (2014). *Las redes sociales, caso Facebook y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio a realizarse en cuatro colegios de la Ciudad de Cuenca con los alumnos de primer año*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>
- Castañeda , E., & Pizarro, V. (2013). *Nivel de información adquirido por estudiantes de la escuela de ciencias de la comunicación de la Universidad Señor de Sipán, a través de la difusión de actividades académicas en Facebook*. Obtenido de repositorio.uss.edu.pe/xmlui/handle/uss/1313
- Castro, E., & Chávez, M. (2012). *Adicción a Facebook como herramienta de comunicación en universitarios varones y mujeres de Chiclayo*. Obtenido de revistas.uss.edu.pe/index.php/PAIAN/article/view/240
- Castro, O., & Córdor, J. (2014). *Influencia de la red social Facebook como herramienta comunicacional de construcción colaborativa de aprendizaje en el colegio Peruano Chino Diez de Octubre del distrito de Pimentel*. Obtenido de repositorio.uss.edu.pe/xmlui/handle/uss/1298
- Crivi, D., & López, R. (2015). *Interacción en redes sociales digitales*. Obtenido de <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT4-Delia-Crovi-y-Roc%20Do-L%20B3pez-GT4.pdf>

- De Haro, V. (2014). *La comunicación a través de la historia, aplicado a campos de comunicación, sociología, tecnologías, audiovisuales y de la comunicación*. Madrid: Ediciones ACCI.
- Deza, M. (2014). *Uso y soporte social percibido en Facebook en una muestra de estudiantes universitarios*. Obtenido de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5878>
- Fernández, A. (2015). *Interactividad y redes sociales*. Madrid: ACCI.
- Fernández, A. (2015). *Interactividad y redes sociales*. Madrid: Ediciones ACCI.
- Gómez, G., & Abal, S. (2014). *Comunicación social: efectos del uso del Facebook en el nivel de sociabilidad de los estudiantes de secundaria del Colegio San Vicente de la Barquera - Huánuco 2013*. Obtenido de http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNHE_95ee7740f297a4228c4a46d3e9fc9d15
- Gómez, K., & Marin, J. (2017). *Impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica los últimos 10 años*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>
- Gonzales, B. (2014). *¿Por qué eligen Facebook los adolescentes*. Obtenido de <http://www.elmundo.es/salud/2014/05/09/>
- González, M. (2015). *Las Redes Sociales, Caso Facebook y su Incidencia en la Forma en que los Jóvenes se Comunican y Utilizan la Lengua en dos colegios de la comuna de Maipú en el área de lenguaje y comunicación*. Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/136443/Tesis_Melisa_Gonz%C3%A1lez_Hern%C3%A1ndez.pdf?sequence=1
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F: Mc Graw Hill.
- Humphrey, H. (2012). *Teorías de la interacción social*. Obtenido de https://muyfitness.com/teorias-de-la-interaccion-social_13174271/
- Jandrey, T. (2014). *Relaciónate, comunicación avanzada*. Boston: Ediciones international Cengage.
- Kadushin, C. (2013). *Comprender las redes sociales, teorías, conceptos y hallazgos*. Editores CIS: Editores CIS.
- Katz, J., & Rice, R. (2012). *Consecuencias sociales del uso de internet, redes sociales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Liberato, I., & Polin, J. (2016). *Riesgo en adicciones a redes sociales, caso Facebook y adaptación de conducta en estudiantes de 1er ciclo de una universidad privada de Lima este, 2016*. Obtenido de

http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/479/Irma_Tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=4

- Llaguno, M., & López, E. (2011). *Facebook y la Teoría de usos y gratificaciones*. Obtenido de <http://blogs.ua.es/fundamentoscomunicacion/2011/05/21/facebook-y-la-teoria-de-usos-y-gratificaciones/>
- López, M., & Yturria, J. (2014). *Impacto del Facebook en la comunicación y rendimientos de estudiantes de secundaria de Cayaltí*. Obtenido de revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/download/2125/2057
- Mejía, V. (2015). *Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los Colegios del Cantón Yaguachi*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7468/1/TESIS%20%20COMPLETA.pdf>
- Merodio, J. (2016). *Estrategia y táctica empresarial en redes sociales*. España: LID Editorial.
- Noreña, Alcaraz, & Rojas. (2012). *Aplicabilidad de los criterios de rigor éticos y científicos de la investigación*. Obtenido de <http://arquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/view/2323/pdf>
- Ojeda, M., & Grandío, M. (2013). *Estrategias de comunicación en redes sociales*. Madrid: GEDISA.
- Ortiz, R. (2016). *Las cifras de Facebook en Perú: ¿cómo y cuántos somos en la famosa red social?* Obtenido de <http://gestion.pe/tecnologia/cifras-facebook-peru-como-y-cuantos-somos-famosa-red-social-2175035>
- Pascual, S. (2017). *¿Por qué eligen Facebook los adolescentes?* Obtenido de <http://www.elmundo.es/salud/2014/05/09/536bd389268e3eeb428b457e.html>
- Pedroza, F. (2014). *Las relaciones sociales en la adolescencia*. Obtenido de http://www.miscelaneaeducativa.com/Archivos/relaciones_sociales_adolescencia.pdf
- Requena, F. (2013). *La Era de la Información: Economía, sociedad y cultura*. Madrid: UOC.
- Revilla, D. (2017). *Como se desarrollan las relaciones interpersonales en el aula y como se generan las conductas agresivas en las redes sociales de los estudiantes de sexto grado de primaria de una Institución de Lima Metropolitana*. Obtenido de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/8414>
- Roldan, M. (2015). *Antecedentes sobre el uso de Facebook en adolescentes etapa escolar*. Obtenido de http://sifp1.psico.edu.uy/sites/default/files/Trabajos%20finales/%20Archivos/trabajofgrolan_1_0.pdf

- Sánchez, J., & Pintado, T. (2014). *Estrategias de marketing para grupos sociales*. Madrid: ESIC.
- Sanchez, M. (2012). *Usos de internet y factores asociados en adolescentes de la comidad de Madrid*. España: ASEC.
- Suárez, C. (2013). *Aprende en red De la interacción a la colaboración*. Barcelona : Editorial UOC.
- Suárez, C., & Gros, B. (2013). *Aprender en red, de la interacción a la colaboración*. Barcelona: Editorial UOC.
- Torres, K. (2016). *Estrategia de marketing de contenidos basada en la dinámica del proceso que resuelva el inadecuado uso de facebook del Centro de Estudios Sociales y Mediáticos de la Universidad Señor de Sipán (CESMUSS)*. Obtenido de repositorio.uss.edu.pe/xmlui/handle/uss/2412
- Watts, D. (2013). *La red social Facebook confirma la teoría de los "seis grados de separación"*. Obtenido de <https://informe21.com/amistad/red-social-facebook-confirma-teoria-los-seis-grads-separacion>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Tabla 7

Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica e instrumento
¿Cómo es el uso de la red social Facebook en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”?	Objetivo general Determinar el uso de la red social Facebook en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”.	El uso de la red social Facebook permite la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”.	V. Independiente: Red social Facebook	Información	Tipo de información Frecuencia de comunicación Información generada	Técnica: encuesta. Instrumento: cuestionario.
	Objetivos específicos a. Identificar los usos de la red social Facebook por los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”.			Motivación	Factores motivacionales	
	b. Identificar las características de la interacción virtual en los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”.			Beneficios	Tipo de beneficios	
	c. Determinar los factores del uso de la red social Facebook que influyen en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular “Universia”.		V. Dependiente: Interacción virtual	Intercambio	Nivel de información Interacción con amigos	Técnica: encuesta. Instrumento: cuestionario.
				Competencia	Cumplimiento de metas Interacción con amigos	
				Cooperación	Nivel de cooperación	
				Conflicto	Solución de conflictos	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Cuestionario



LA RED SOCIAL FACEBOOK EN LA INTERACCIÓN VIRTUAL DE LOS ESTUDIANTES DEL 4to AÑO DE SECUNDARIA DEL COLEGIO PARTICULAR “UNIVERSIA”

Objetivo: El objetivo de la encuesta es analizar los factores que determinan la interacción virtual de los estudiantes del 4to año de secundaria del Colegio Particular Universia a través de la red social Facebook con fines de investigación.

Instrucciones: Lee cada una de las preguntas establecidas y responde marcando con una X la alternativa que creas conveniente. Recuerda que no hay pregunta mal contestada.

Datos generales:

Edad:

Género: () Hombre Mujer ()

Distrito donde vives:

Ítems del cuestionario:

1. ¿Qué tipo de información compartes con tus amigos en Facebook?

- a) Fotos
- b) Memes
- c) Frases
- d) Videos
- e) Publicaciones e otras páginas
- f) Otros:

2. ¿Cada qué tiempo te comunicas con tus amigos en Facebook?

- a) Diario
- b) Semanal
- c) Quincenal
- d) Mensual

3. ¿En promedio cuánto tiempo permaneces conectado(a) a la red social Facebook por día?

- a) Menos de 1 horas
- b) 2 a 3 horas
- c) 4 a 5 horas
- d) 6 a 7 horas
- e) Más de 7 horas

- 4. ¿Qué tipo de información te parece interesante en la red social Facebook?**
- a) Fotos
 - b) Memes
 - c) Frases
 - d) Videos
 - e) Publicaciones e otras páginas
 - f) Otros:
- 5. ¿Qué te motiva compartir información con tus amigos en Facebook?**
- a) Que sea gracioso
 - b) Que sea motivador
 - c) Que sea interesante
 - d) Que sea vivencial
 - e) Otro (especifica):.....
- 6. ¿Qué beneficios te ofrece la red social Facebook?**
- a) Descubrir personas
 - b) Pertenecer a grupos
 - c) Distraerte en juegos
 - d) Conversar con amigos
 - e) Otro:.....
- 7. ¿Cuál es la principal razón por la que te comunicas con tus amigos a través de Facebook?**
- a) Por trabajos
 - b) Por diversión
 - c) Por eventos
 - d) Por pasar el tiempo
 - e) Otro:.....
- 8. ¿En promedio cuántos amigos tienes en Facebook?**
- a) Menos de 1000
 - b) De 1000 – 2000
 - c) De 2001 – 3000
 - d) De 3001 – 4000
 - e) De 4001 – 5000
- 9. ¿Conoces a todas las personas que tiene como amigo en tu perfil de Facebook?**
- a) Si
 - b) No
 - c) La mayoría
 - d) La minoría
 - e) Me es indiferente
- 10. ¿Consideras que el tiempo que le dedicas a la red social Facebook no afecta tus resultados en el colegio?**
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Algunas veces
 - d) Casi nunca

- e) Nunca
- 11. ¿Pertenece algún grupo cerrado o abierto de amigos en la red social Facebook de tu aula?**
- a) Sí
 - b) No
 - c) No me interesa
 - d) Me gustaría
- 12. ¿Generalmente la comunicación con tus amigos de aula es a través de Facebook?**
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Algunas veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
- 13. ¿Has tenido algún conflicto personal generado por publicaciones hechas en la red social Facebook?**
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Algunas veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

Anexo 3: Validaciones

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Mediante la presente, el Lic. Benjamin Falla Arnao, deja constancia de haber revisado la encuesta y el cuadro de operacionalización que la investigadora Analí Vallejos Armijos, usó para su tesis Titulada "La red social Facebook en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del colegio particular Universia". En tal sentido, garantiza la validez de dicho instrumento presentado por el referido investigador.

Chiclayo, 12 de Julio del 2018




Benjamín Falla Arnao
Lic. Marketing y Publicidad

16707359

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Mediante la presente, el Mg. Edder Huamán Yovera, deja constancia de haber revisado la encuesta y el cuadro de operacionalización que la investigadora Analí Vallejos Armijos, usó para su tesis Titulada "La red social Facebook en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del colegio particular Universia". En tal sentido, garantiza la validez de dicho instrumento presentado por el referido investigador.

Chiclayo, 13 de Julio del 2018



.....
Lic. Edder Huamán Yovera
Mg. en Educación

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, el Mg. WILLIAM AGUILAR CUBAS, deja constancia de haber revisado los ítems de la encuesta que la investigadora Yesenia Anali vallejos Armijos usó para su trabajo de tesis "LA RED SOCIAL FACEBOOK EN LA INTERACCIÓN VIRTUAL DE LOS ESTUDIANTES DEL 4TO AÑO DE SECUNDARIA DEL COLEGIO PARTICULAR UNIVERSIA"

El instrumento mide, en efecto, el uso de la red social Facebook en la interacción virtual con varias preguntas definidas al respecto. El instrumento muestra un dominio específico de contenidos de lo que se mide y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes.

En tal sentido, el Magister William Aguilar Cubas garantiza la validez de dicho instrumento presentado por la referida investigadora.

12 de diciembre de 2017



William Aguilar Cubas
Lic. Ciencias de la comunicación

Anexo 4: Resultados de encuesta en tablas

Tabla 8

Género

	4to-Secundaria		5to-Secundaria		TOTAL	
	n	%	n	%	n	%
Varones	17	38%	16	36%	33	73%
Mujeres	5	11%	7	16%	12	27%
Sub total	22	49%	23	51%	45	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Tabla 9

Tipo de información compartida

	Grado				Total	
	4to-Secundaria		5to-Secundaria		n	%
	n	%	n	%		
Fotos	14	23%	25	42%	39	65%
Memes	6	10%	13	22%	19	32%
Publicaciones en otras páginas	2	3%	0	0%	2	3%
Total					60	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Tabla 10

Frecuencia de comunicación con amigos

	Grado				Total	
	4to-Secundaria		5to-Secundaria		n	%
	n	%	n	%		
Diario	16	27%	28	47%	44	73%
Semanal	6	10%	10	17%	16	27%
Total					60	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Tabla 11*Tiempo de conexión a la red social Facebook*

	Grado				Total	
	4to-Secundaria		5to-Secundaria		n	%
	n	%	n	%		
Menos de 1 hora	8	13%	19	32%	27	45%
2 a 3 horas	9	15%	13	22%	22	37%
Más de 7 horas	5	8%	6	10%	11	18%
Total					60	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Tabla 12*Tipo de información interesante en Facebook*

	Grado				Total	
	4to-Secundaria		5to-Secundaria		n	%
	n	%	n	%		
Fotos	9	15%	12	20%	21	35%
Memes	7	12%	24	40%	31	52%
Frases	6	10%	2	3%	8	13%
Total					60	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Tabla 13*Motivos para compartir información en Facebook*

	Grado				Total	
	4to-Secundaria		5to-Secundaria		n	%
	n	%	n	%		
Que sea gracioso	11	18%	20	33%	31	52%
Que sea motivador	6	10%	6	10%	12	20%
Que sea interesante	3	5%	8	13%	11	18%
Que sea vivencial	1	2%	4	7%	5	8%
Otros	1	2%	0	0%	1	2%
Total					60	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Tabla 14*Beneficios de la red social Facebook*

	Grado				Total	
	4to-Secundaria		5to-Secundaria		n	%
	n	%	n	%		
Descubrir personas	5	8%	12	20%	17	28%
Pertenecer a grupos	0	0%	2	3%	2	3%
Distraerse en juegos	1	2%	2	3%	3	5%
Conversar con amigos	16	27%	22	37%	38	63%
Total					60	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Tabla 15*Razones para la comunicación con amigos a través de Facebook*

	Grado				Total	
	4to-Secundaria		5to-Secundaria		n	%
	n	%	n	%		
Por trabajos	6	10%	12	20%	18	30%
Por diversión	5	8%	14	23%	19	32%
Por eventos	3	5%	3	5%	6	10%
Por pasar el tiempo	8	13%	9	15%	17	28%
Total					60	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Tabla 16*Promedio de amigos en la red social Facebook*

	Grado				Total	
	4to-Secundaria		5to-Secundaria		n	%
	n	%	n	%		
Menos de 1000	18	30%	30	50%	48	80%
De 1000 a 2000	2	3%	2	3%	4	7%
De 2001 a 3000	2	3%	6	10%	8	13%
Total					60	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Tabla 17

Porcentaje de alumnos que conoce a las personas que tiene como amigos en su perfil de Facebook

	Grado				Total	
	4to-Secundaria		5to-Secundaria		n	%
	n	%	n	%		
Sí	8	13%	20	33%	28	47%
No	1	2%	1	2%	2	3%
La mayoría	12	20%	17	28%	29	48%
Me es indiferente	1	2%	0	0%	1	2%
Total					60	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Tabla 18

Estudiantes que consideran que el tiempo dedicado a la red social Facebook no afecta sus resultados en el colegio

	Grado				Total	
	4to-Secundaria		5to-Secundaria		n	%
	n	%	n	%		
Nunca	8	13%	15	25%	23	38%
Casi nunca	4	7%	9	15%	13	22%
Algunas veces	3	5%	4	7%	7	12%
Casi siempre	1	2%	4	7%	5	8%
Siempre	6	10%	6	10%	12	20%
Total					60	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Tabla 19

Porcentaje de alumnos que integran grupos cerrados o abiertos en Facebook

	Grado				Total	
	4to-Secundaria		5to-Secundaria		n	%
	n	%	n	%		
Sí	19	32%	32	53%	51	85%
No	3	5%	6	10%	9	15%
Total					60	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Tabla 20*Comunicación con amigos del aula a través de Facebook*

	Grado				Total	
	4to-Secundaria		5to-Secundaria		n	%
	n	%	n	%		
Nunca	4	7%	11	18%	15	25%
Casi nunca	3	5%	6	10%	9	15%
Algunas veces	10	17%	12	20%	22	37%
Casi siempre	3	5%	6	10%	9	15%
Siempre	2	3%	3	5%	5	8%
Total					60	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA

Tabla 21*Conflictos generados por publicaciones en la red social Facebook*

	Grado				Total	
	4to-Secundaria		5to-Secundaria		n	%
	n	%	n	%		
Nunca	11	18%	22	37%	33	55%
Casi nunca	2	3%	4	7%	6	10%
Algunas veces	3	5%	3	5%	6	10%
Casi siempre	0	0%	1	2%	1	2%
Siempre	6	10%	8	13%	14	23%
Total					60	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del Colegio Particular UNIVERSIA