



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

LA COMUNICACIÓN Y LAS REDES SOCIALES EN LOS ALUMNOS
DE 5° DE SECUNDARIA DEL COLEGIO JOSÉ ABELARDO
QUIÑONES ATE 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:

SARA CRISTINA GOICOCHEA DE LA CRUZ

ASESOR METODOLÓGICO:

MBA HEDER QUISPE QUIÑONES

ASESOR TEMÁTICO:

MGTR. RUBÉN GOMEZ DÍAZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA – PERÚ

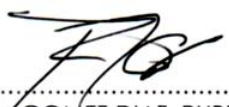
2018

 UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 08 Fecha : 12-09-2017 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

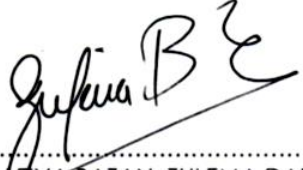
El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) GOICOCHEA DE LA CRUZ, SARA CRISTINA cuyo título es: "LA COMUNICACIÓN Y LAS REDES SOCIALES EN LOS ALUMNOS DEL 5º SECUNDARIA DEL COLEGIO JOSÉ ABELARDO QUIÑONES ATE 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16 Dieciséis.

Lima, Ate 20 de julio del 2018



 Mgr. GOMEZ DIAZ, RUBEN LUIS
 PRESIDENTE



 Mgr. BAZAN, ZULEMA DARIA
 SECRETARIA



 Dra. KRISS MELODY CALLA VASQUEZ
 VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Dedicado a mis padres y hermanos; por ser mi mayor motivo de lucha y constante anhelo de superación; por inculcarme los valores y enseñanzas para la vida.

A ti compañero de vida, por creer en mí, por superar cada reto y adversidad como el equipo que somos; por tu infinito Amor, Dios todopoderoso.

AGRADECIMIENTO:

A mis padres por su apoyo incondicional; por su perseverancia y enseñarme que con esfuerzo todo es posible; manteniendo la confianza siempre en nuestro padre Israel.

A las personas contribuyentes con palabras de motivación y fuerza para continuar en esta etapa de preparación profesional.

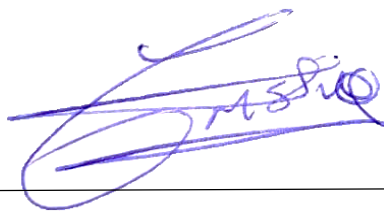
A mis asesores; por su continua observación para la mejora del trabajo de investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo: Goicochea de la Cruz Sara Cristina con DNI N° 74717920, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.



Goicochea de la Cruz Sara Cristina

Lima, -Ate Julio 2018

INDICE

Páginas preliminares	
Carátula	
Página de jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
I. INTRODUCCIÓN	8
1.1 Realidad Problemática	9
1.2 Trabajos previos	11
1.3 Teorías relacionadas al tema	16
1.4 Formulación del problema	27
1.5 Justificación del estudio	27
1.6 Hipótesis	28
1.7 Objetivos	29
II. MÉTODO	30
2.1 Diseño de investigación	31
2.2 Variables, operacionalización	32
2.3 Población y muestra	33
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
2.5 Métodos de análisis de datos	36
2.6 Aspectos éticos	37
III. RESULTADOS	38
3.1 Estadística descriptiva	39
3.2 Prueba de hipótesis general	40
3.3 Tablas cruzadas	46

IV. DISCUSIÓN	49
V. CONCLUSIONES	52
VI. RECOMENDACIONES	54
VII. REFERENCIAS	55
VIII. ANEXOS	58

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	39
Tabla 2	40
Tabla 3	40
Tabla 4	41
Tabla 5	41
Tabla 6	42
Tabla 7	43
Tabla 8	44
Tabla 9	45
Tabla 10	46
Tabla 11	47
Tabla 12	48
Tabla 13	48
Tabla 14	59
Tabla 15	61
Tabla 16	63
Tabla 17	64
Tabla 18	65
Tabla 19	66

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1,2	67
Gráfico 3,4	68

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

Los Medios de Comunicación a través del tiempo han evolucionado y estos a su vez han adaptó los cambios tanto en la tecnología como en su estructura y formas de comunicar e informar pues se sabe que estos desde su existencia han sido de gran influencia en las personas, llegando a cambiar incluso las costumbres y creencias, la manera de comportamiento de estos y sobre todo la manera de pensar u opinar de algo o alguien.

Dentro de todo y diversos cambios tecnológicos que han surgido en los medios de comunicación se haya importante el uso de internet y redes sociales, Según informe de la Empresa Opsitel el servicio de internet en nuestro país llega a partir del año 1991 la primera empresa en ofrecer servicio de internet fue la Asociación Red Científica Peruana (RCP).

A partir de la fecha el incremento de las empresas proveedoras que brindaban dicho servicio se hizo más notorio pues este facilitaba el acceso a información y comunicación, recordando este hecho que originó un proceso de cambio en cuanto a la estructura del mercado tenía Internet. En primer lugar, permitió el desarrollo de tecnologías inalámbricas para una transmisión de datos así mismo la asignación de bandas de frecuencia que lo cual permitió el acceso a Internet, pero en este proceso era a menores costos de expansión de red. Por otro lado, las empresas portadoras de larga distancia entrantes tenían la capacidad de conectarse con el backbone (principales conexiones conformadas por un gran número de routers) por ello no era necesario contratar los servicios de conexión internacional de Telefónica del Perú.

Gracias a SIXDEGREES una plataforma Web que ofrecía servicios de Redes Sociales desde los 1997 hasta el 2001 es que también muchas empresas lograron brindar con mayor facilidad el servicio de internet a pequeñas y medianas empresas.

Para el año 2000 la empresa, Telefónica del Perú lanzó el servicio “Speedy”, el cual ofrece acceso mediante ADSL y el servicio de Internet para consumo alto, el número de suscriptores llegó a 185,516 en el 2004 del mes de diciembre; además con la aparición de redes sociales en el 2003 es que se incrementa aún más el uso de internet, con las redes sociales que seguían el mismo formato o plataforma que SixDegrees.com para ese año llamados “Linkedin”, “MySpace” un año más tarde en el 2004 llega Facebook y hasta el día de hoy miles de usuarios de diferentes continentes, razas y edades la han hecho parte de su vida.

Como se puede apreciar desde su aparición; los chats de las redes en cierta forma han hecho que las personas interactúen y de por sí ha ayudado que estos; desde distintos lugares se conozcan, re encuentren y pues que la comunicación sea más sencilla y dinámica.

Sin embargo, en un artículo escrito por Eduardo Villanueva (2002) donde hace una reseña sobre aparición de internet en el Perú menciona lo siguiente:

No servirá de mucho contar con Internet II si su impacto se limita a facilitar el trabajo de los académicos que ya forman parte de la comunidad global de investigadores; más bien, sería ideal si los agentes de innovación logran definir proyectos que hagan viable desarrollar cadenas de producción científico/ tecnológica, que ofrezcan ventajas e impactos en la economía local (pág. 17)

Es importante analizar el tipo de comunicación que manejan y el grado de influencia que pueden llegar a tener para mejora o no de la misma.

Recordemos que hoy en día en nuestro país gracias al acceso de la internet un aproximado del 52% de la población goza de ello, es decir que cada vez son más los consumidores de internet y por ende el libre acceso a la información, acceder a productos y/o servicios que ofrece internet, así como el uso de redes sociales por parte de los adolescentes que cada año asciende a un aproximado de 6 horas navegando en sitios web, redes sociales entre otros.

No podemos tener una concepción totalmente negativa en cuanto al contenido y el uso de una red social, pero sí fijar términos en cuanto a la relación de estas en la comunicación adecuada de los alumnos de cualquier institución educativa nivel secundario en la actualidad.

Por ello es importante enfocarse en un público susceptible como son los Alumnos, en la presente investigación se intenta identificar la relación la relación que tiene la comunicación y las redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones distrito de Ate 2018.

1.2 Trabajos previos

En la era tecnológica en la que vivimos los estudios acerca de las redes sociales no se han hecho ajenos pues esta importante herramienta de internet y dentro de ella las famosas redes por lo que existen diversas investigaciones entre ellas las que a continuación nombraremos.

A Nivel Internacional

Marcos (2012) en su tesis *“La influencia de las TIC en el desarrollo del preadolescente y adolescente: Hacia una ciudadanía digital responsable”* Teniendo como objetivo general el análisis al contexto tecnológico que rodea a los menores en relación a sus hábitos de uso de internet, con el fin de contribuir al desarrollo de una ciudadanía digital responsable. Para obtener su título de Maestría en Comunicación con fines Sociales de la Universidad Valladolid – España. En su metodología aplicó técnicas cuantitativas y su población fue de 370 personas, adolescentes entre 14 a 18 años. Obteniendo como resultados estadísticos que el 54% se conecta después de las 22.00h. además se destacó el riesgo de privacidad que es un 75,4 % dice mostrar una foto en la que aparece su cara de forma clara, seguido por un 70,8% que muestra sus apellidos y un 51,4% que pone su edad real. Debido a ello tuvo en consecuencia lo siguiente pues los adolescentes viven en un periodo de conectividad permanente, el cual provoca que estén continuamente activos en sus redes sociales. Para ello es también importante destacar el elevado número de menores que se conecta a partir de las 22:00h, que supone más de la mitad de los encuestados. Podemos tener esta situación como algo muy arriesgado, tanto para la salud del menor como para su rendimiento académico. Sin embargo, hemos observado que el acceso a redes sociales en centros de educación está bastante controlado.

Aportación: Esta investigación ha sido una fuente importante ya que tiene un amplio estudio respecto a la relación e influencia que las redes sociales pueden llegar a tener en el desarrollo del preadolescente y adolescente dando a conocer que existen varios

factores que determinan si el uso de este se da con responsabilidad, además que ayuda al desarrollo de investigación ya que se toma como referencia general del uso de las TIC por parte de adolescente, además de tener el mismo enfoque cuantitativo y buscar la correlación entre ambas variables.

Pavón (2015) en su tesis *“El uso de las redes sociales y sus efectos en el rendimiento académico de los alumnos del instituto San José, el Progreso Yoro-Honduras”* Para obtener grado de Magíster en Educación y Aprendizaje en su trabajo de investigación tuvo como objetivo conocer cuánto era el tiempo que los estudiantes le dedicaban a las redes sociales para ello uso la técnica cuantitativa pues en ella se realizó un cuestionario de 30 preguntas lo que arrojó como resultado que no existió relación que de manera estadística sea significativa entre el tiempo que los estudiantes dedican a las redes sociales y su rendimiento académico por lo que se concluyó que las redes sociales no inciden en el rendimiento académico de los alumnos. En sus conclusiones se pudo conocer que los estudiantes que constituyeron la muestra para dicha investigación, afirmaron que las redes sociales interfieren muy poco con su rendimiento académico, mientras que un número menor dijeron, que las redes sociales sí interferían directamente con su rendimiento académico.

Aportación: El trabajo de tesis que se tomó como referencia ya que en el título nombra a la variable “Redes Sociales” por lo que da un aporte de manera significativa ya que tuvo como resultado que la correlación mostro un valor de $P=0.157$ muy por arriba del valor $P=0.05$ mínimo estimado para afirmar una posible relación, entonces dicha investigación ayuda al investigador contrastar los resultados actuales.

La revista Fuentes (2015) indicó que “El estudio de las redes sociales utilizadas por jóvenes es especialmente relevante en tanto que ellos priorizan estas formas de comunicación respecto a las tradicionales, basadas en el contacto personal directo” (p.112)

Aportación: En este trabajo que realizó la revista Fuentes donde su público de objeto fueron estudiantes de secundaria de la región Murcia ubicada en el país de España, publicación que es importante ya que trabaja directamente estudiantes menores, es decir ayudará en el desarrollo de esta investigación y a futuros trabajos.

Antecedentes Nacionales

Por otro lado en el trabajo de investigación realizado por Jhankelevich B, & Karen R,(2015) con el título de proyecto “*Redes sociales virtuales en los estudiantes de la institución educativa emblemática Santa Isabel – 2014*” .Teniendo como objetivo general describir el tipo de uso que le dan los alumnos de dicha institución a las redes sociales virtuales, la metodología que aplicó fue cuantitativa y fue de enfoque descriptivo-explicativo porque en un primer momento se presenta la problemática de estudio seguida de la realidad concreta siendo su población objetivo de estudio 270 estudiantes del tercer grado de secundaria de la Institución; se estimó el resultado que las redes sociales en el mundo digital adolescente tiene un profundo significado simbólico y de prácticas y experiencias reales ya que el púber adolescente tiene una participación activa y dinámica, usan la red social para la vida escolar (uso académico), comparten. Se comunican (uso comunicacional) y en el tiempo ocio conducen la cotidianidad es decir recurren a los juegos, videos y la música juvenil digital. Y en sus conclusiones que el uso que los alumnos le dan a las redes sociales es el académico ya que lo toman como herramienta para el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Aportación: El trabajo realizado a estudiantes de la Institución Educativa Emblemática “Santa Isabel” tiene un aporte que enriquece como fuente a las variables a desarrollar porque no solo refiere a las redes sociales sino a la relación que tienen los estudiantes adolescentes de secundaria de dicha institución, además de ayudar al investigador a tener una idea mejor de la relación de las variables en mención.

Florian (2017) en su tesis “*Relación entre una historieta sobre las redes sociales y el aprendizaje en los alumnos del 1°,2°,3° y 4° grado de secundaria del colegio Inmaculada Concepción 2025 del distrito de Los Olivos, Lima 2017*” Con fin de obtener el título profesional de Licenciado en arte y diseño gráfico empresarial, con el trabajo de investigación que tiene en objetivo medir la relación entre una historieta sobre redes sociales

y el aprendizaje alumnos del primer al cuarto nivel de secundaria usando el tipo cuantitativo con el método de encuesta lo que dio como conclusión que si existe relación positiva entre el lenguaje visual de una historieta sobre el uso de las redes sociales y el proceso visual en los alumnos de 1°, 2°, 3° y 4°. Debido al lenguaje visual que permite que el alumno identifique mensajes y que con la ayuda de los gráficos y formas logren desarrollar el proceso visual, permitiendo que tengan una visión clara del tema.

Aportación: Dicho trabajo de investigación hace referencia al método que también se usará en proyecto a presentar y que el objetivo es conocer la correlación de variables, lo cual sirve de ayuda y orientación para el desarrollo la variable primera.

A Nivel Local

Verona (2017) en el trabajo de investigación sobre *“La relación entre el uso de la red social Facebook y el ciberlenguaje, en los padres de los alumnos del quinto grado de secundaria de la institución educativa estrellas de belén de San Martín de Porres, 2017”*. Para tener el título de Licenciado de Ciencias de la Comunicación. Usando el tipo de investigación cuantitativa ya que aplicó cuestionario de 24 preguntas para poder dar con sus resultados lo tuvo en conclusión que a mayor es el uso que le dan a esta plataforma por parte de estos padres de esta institución, se incrementa el uso de este nuevo lenguaje y la utilización de nuevos códigos para la construcción del mensaje.

Aportación: El trabajo que se tomó como antecedente es porque lleva en el título la variable con la que se está trabajando esta investigación; por otro lado también mencionan una de los indicadores con la que se está trabajando dentro de la variable de redes sociales es importante ya que resalta como se relaciona las redes sociales de Facebook con el “ciberlenguaje” u comunicación de padres de alumnos del colegio mencionado.

Muñoz (2017) en su tesis titulado *“Diseño de una pieza gráfica sobre el uso de redes sociales y la comprensión del mensaje en estudiantes de un colegio de Puente Piedra, Lima, 2017”* teniendo como objetivo general el de determinar la relación entre una pieza gráfica en las redes sociales y comprensión del mensaje en estudiantes de un colegio de Puente Piedra, Lima 2017. Dicho trabajo tuvo un enfoque cuantitativo para lo cual se hizo una

selección de 286 estudiantes de 1120, en sus conclusiones manifestó que debido a sus resultados estadísticos la relación que tiene una pieza gráfica en una red social con la comprensión del mensaje es positiva media ya que comprenden mejor con diseños y este hace de un mensaje más didáctico.

Aportación: El presente trabajo refiere a como se relaciona una gráfica que es usada dentro de una red social pues este como conclusión nos refiere que hay una comprensión asertiva de lo que ven los estudiantes de secundaria.

Chilcón (2017) en su trabajo de investigación *“Uso de redes sociales y la fidelización de los clientes de la empresa saga Falabella, mega plaza- Independencia 2017”* tuvo como objetivo principal determinar la relación de ambas variables en estudio; teniendo como enfoque de estudio cuantitativo y aplica la fórmula de alfa de cronbach por lo que obtuvo como resultado a sus variables “Uso red social” y “Fidelización” tienen un nivel de significancia encontrado menor que el nivel de significancia estimó su investigador es decir ($0.000 < 0.05$), por tanto la regla de decisión se rechaza la H_0 aceptando H_1 , en conclusión no tiene distribución normal.

Aportación: La tesis presentada por Gómez, brinda aporte relevante para la página web de rockzilla.pe ya que permite especificar el uso que le dan los seguidores de dicha página. Así mismo permite algunas consideraciones para los administradores de dicha página.

1.3 Teorías relacionadas al tema

Las teorías que se muestran a continuación nos permitirán dominar y conocer mejor las variables; asimismo nos ayudará a determinar las dimensiones e indicadores de acuerdo al objetivo principal de este trabajo de investigación.

Ciencia de la Comunicación o Información

Para Costa (2010) “El concepto de comunicación {...} nace a partir del término más preciso y a la vez más técnico, de información, índice numérico que caracteriza la intensidad de intercambios entre los seres humanos, es decir la complejidad repartida en el espacio y en el tiempo” (p. 31)

Conforme a lo citado, los humanos nos relacionamos cada día e intercambiamos información incluso comunicamos a través de cosas u objetivos que usamos cotidianamente, a lo que también podemos denominar actos de comunicación ya que realizamos una serie de acciones algunos con mayor o menor importancia, pero, al fin y al cabo, nos comunicamos.

Desde su existencia el hombre, ha vivido con la necesidad de comunicar y ser escuchado, la comunicación es fundamental en nuestra sociedad, si bien los tiempos actuales en que vivimos han cambiado no solo basta ponerse al día con la tecnología o adaptar una forma original de lenguaje, sino interesarnos en la construcción de un mensaje que se va a comunicar por ende y con mucha más énfasis una acción comunicativa, que permita identificar una relación significativa de la importancia brindada a la búsqueda de nuevos formatos sociales y culturales.

Además, según Costa existen tres doctrinas fundamentales en la ciencia de la Comunicación o Información las cuales son:

1. El movimiento Sistemático o Teoría general de Sistemas, originalmente llamado Cibernética, creada por el matemático Norbert Wiener, que pretende hacer lo inteligible y representa que los “sistemas” o conjunto de grafos expresan interacciones entre los órganos de los mismos.
2. Información, originario por Leibniz y Platón y tiempo después por Chaitin, Kolmogorov y otros, que definen como intensidad de intercambio en la complejidad de sistemas, las organizaciones, las relaciones y los mensajes.

3. Retroacción o Feed Back, por Poincaré y Vanderpol y como resultado junto al equipo de cibernéticos alemanes de las ecuaciones diferenciales con coeficiente no constantes.

Por tanto, la comunicación es el resultado de un proceso en un determinado tiempo y espacio de lo que hoy es la interacción, retroacción, proacción, reacción, transacción y teleacción.

Rudolph & Kathleen (2015) “La comunicación es el proceso mediante el cual se crea y se comparte significado en una conversación informal, en la interacción grupal o en los discursos en público” (p.4)

Para los autores la comunicación se da de manera informal ya que es prácticamente solo interaccionalidad, para los autores entonces sería ese el proceso importante de la comunicación basado en la interacción.

1.3.1 Comunicación

Desde su existencia el hombre, ha vivido con la necesidad de comunicar y ser escuchado, la comunicación es fundamental en nuestra sociedad, si bien los tiempos actuales en que vivimos han cambiado no solo basta ponerse al día con la tecnología o adaptar una forma original de lenguaje, sino interesarnos en la construcción de un mensaje que se va a comunicar por ende y con mucha más énfasis una acción comunicativa, que permita identificar una relación significativa de la importancia brindada a la búsqueda de nuevos formatos sociales y culturales en viven los jóvenes.

“Las capacidades de procesar e inferir información, las relaciones sociales, las intenciones comunicativas, el conocimiento previo a las pautas culturales que rigen las situaciones de interacción {...} comunicarse es transmitir información por medio del lenguaje y comunicarse es interactuar con los demás” (Escandell M, 2014, p. 9-11)

Cabe señalar que la comunicación como proceso de intercambio de información este también tiene un rol importante en la sociedad, entre intercambio de acciones comunicativas de los seres humanos para ello es necesario resaltar que este proceso tiene mayor efectividad cuando existe un código.

Como menciona Escandell M. (2014) el código es un sistema convencional que establece emparejamientos constantes entre señales y mensajes.

Rudolph F & Kathleen S. (2015) indican que la comunicación es relacional lo que significa que, en cualquier ambiente comunicativo, además de compartir contenidos con significado, los mensajes también reflejan dos aspectos importantes: la inmediatez y el control (dominio/sumisión)

Siguiendo con los autores que manifiestan que “Los mensajes son los sonidos verbales y comportamientos no verbales a los que se les atribuye un significado durante la comunicación. Para entender cómo se crean y reciben los mensajes, es necesario comprender los significados, los símbolos, su codificación y decodificación, así como su forma u organización. (p. 5)”

Rudolph & Kathlen (2015) Símbolos, para expresarte formas mensajes que contiene símbolos verbales y comportamientos no verbales. Los símbolos son palabras, sonidos y acciones que buscan representar ideas y sentimientos específicos. Cuando hablas, escoges símbolos de palabras para expresar tu significado. Al mismo tiempo, las expresiones faciales, e contacto visual, los gestos y el tono de voz, todos ellos claves simbólicas no verbales.

A lo que llamamos inmediatez es pues al grado de gusto o atracción lo que se ve reflejado en el comportamiento humano, pero refiriéndonos a comunicar entonces pues se producen lo que serían los mensajes expresiones espontáneas lo que se ve reflejado exteriorizado en sin mucho pensamiento consciente se produce ello.

Por otro lado, como cita García M. & García A. “en los diccionarios de uso de la lengua española El verbo comunicar procede del latín *communicare* (compartir información) y este a su vez de *communis* (común mutuo).” (citado por Moliner M.; 2015, p.1)

Costa (2015) La comunicación es el productor genérico y característico de nuestra época: el que los economistas llaman economía de información, los tecnócratas nos la definen como la revolución de la información y los mercadólogos como la revolución de los servicios. Estas tres “revoluciones” y sus múltiples y continuas interacciones, son la causa y el efecto al mismo tiempo, de la comunicación y la información aplicadas a las empresas o comunicología, es decir, el conjunto de las herramientas de estrategia y gestión que corresponden al nuevo paradigma. (p.38).

Actualmente como lo mencionó el autor tiene mucha relevancia el uso de herramientas comunicativas en el mundo empresarial, sin embargo, no olvidemos que también puede aplicarse al ámbito académico como también profesional a través del uso responsable de las tecnologías.

Dimensiones

1.3.1.1 El Medio

Para ello citamos al autor base de una de las variables que el investigador precisó ya que añade que:

Escandell (2014) Las diferencias entre lengua hablada y lengua escrita se asocian con frecuencia a diferencias en el canal. Desde esta perspectiva en la lengua hablada se transmiten señales acústicas, mientras que la lengua escrita se vale de señales visuales. {...} el medio empleado lleva asociadas representaciones sociales precisas sobre las propiedades y las condiciones de utilización del medio oral y escrito. (p.64-65)

Para dicho autor es así que describe entonces El medio, como un eje perteneciente a la comunicación.

1.3.1.1.1 Oral y Escrito

Escandell 2014) La lengua **oral** es la forma natural de la comunicación, implica la co-presencia de los interlocutores, es improvisada e informal; la lengua **escrita**, por su parte, es una modalidad aprendida culturalmente se da sin co-presencia, y es planificada y formal {...} las manifestaciones escritas más informales buscan muchas veces reflejar cierta improvisación y cierto descuido como ocurre en algunas formas de comunicación electrónica (p.65)

De esta manera el autor describe y explica cómo se da el lenguaje oral y escrito, para una mejor conceptualización del mismo; y facilitar el concepto de comunicación en este caso la cual sería la co-presencial.

Escandell (2014) La escritura, por su parte, también ofrece diversos tipos de información. Por ejemplo, en un texto manuscrito se pueden obtener datos (no comunicados intencionalmente) acerca de varios rasgos de la persona que los escribió {...} pero lo que interesa, de nuevo, es que las cualidades formales del texto escrito pueden explotarse intencionalmente, es decir con fines comunicativos. (p. 67)

De esta manera se puede añadir que hoy en día escribir a dejado de tener como finalidad la práctica comunicativa en si ya que es tomada como signo de identidad de los grupos juveniles, lo lamentable es que ahora la mayoría de usuarios (jóvenes) prefieren usar las grafías abreviadas.

1.3.1.1.2 Propósito comunicativo

Para Escandell (2014) quien define lo siguiente,

Escandell (2014) El propósito puede concebirse como la relación dinámica entre el emisor y el aspecto de su entorno sobre el que este quiere actuar, bien para introducir cambios, bien para evitar que estos se produzcan: los cambios pueden afectar a la situación externa, o al destinatario o a ambos. (p. 24)

Por lo tanto, se puede inferir que la comunicación es una **actividad intencional** por lo que tiene una forma de comportamiento, si no hay intención comunicativa entonces no hay comunicación de sentido estricto; la intención del que emite un mensaje o información es indispensable para la interpretación del mismo.

Como se menciona, “La **intencionalidad** confiere, pues una dimensión añadida de credibilidad a la información recibida. Efectivamente, cuando un emisor comunica intencionalmente unos datos, se parte del supuesto del que respalda y se hace responsable de la información que proporciona” según Escandell 2014 p.23

Escandell M. (2015) “La **interpretación** es un proceso orientado no tanto a la simple descodificación de la señal recibida sino sobre todo a la identificación del propósito comunicativos con que aquella fue emitida” (p. 22).

1.3.1.1.3 Tipología Textual

Escandell M. (2015)” Los textos no son unidades gramaticales, aunque están hechos con unidades gramaticales; {...} un texto es una unidad porque, como cualquier enunciado, tiene un propósito comunicativo general, que se traduce en la realización de un determinado acto

de habla. Como ocurre en los textos más breves, un texto puede tratar de informar, o de expresar un sentimiento, o de formalizar un compromiso, o de inducir a la acción. (p. 115).

Efectivamente podemos entonces diferenciar de aquellos textos con finalidad de representaciones internas en la mente del destinatario y aquellos que demandan una acción.

Escandell plantea los siguientes Tipos de textos:

- **Textos informativos:** Tiene por objetivo nuevas representaciones internas. Por ejemplo, textos o noticias de prensa escrita o audiovisual. Dentro se hayan los narrativos, descriptivos y explicativos.
- **Textos persuasivos:** Estos tiene como fin modificar las representaciones internas, los discursos o artículos de opinión, sin embargo, dentro de ellas se considera la persuasión tipo emocional, que conduce pues al rechazo o aceptación de determinadas representaciones.

En este punto el uso de la publicidad es la herramienta fundamental para la persuasión emocional, ya que se cuenta con estereotipos direccionados ya a los consumidores, clientes o seguidores.

- **Textos Directivos:** Aquellas que inducen a determinadas acciones, obtención de respuestas no verbales; la capacidad de prescribir conductas ajenas empleado a textos del tipo de autoridad del emisor que lo produce por ejemplo las leyes o grupos con roles institucionales.

Como conclusión el objetivo comunicativo establece un vínculo entre la visión general de la comunicación y la tipología textual.

1.3.2 Redes Sociales

Durante la evolución de Internet el hombre ha llegado a ser no solo un observador de, sino de ser un participante activo, pues se sabe que el mundo de la tecnología y básicamente en los jóvenes que nacieron a partir del año 2001 comenzaba la era en que las plataformas virtuales empezaron a surgir, ahora bien lo que se intenta con este trabajo de investigación es definir la relación que tienen las redes sociales con la comunicación sin embargo la

percepción que se tiene es si realmente ha contribuido la a que exista una buena comunicación”

La red social forma parte de los denominados medios sociales, Libro Blanco de la comunicación en Medios Sociales del International Advertising Bureau (citado por Sixto, 2013) define **como plataformas digitales de comunicación** que dan el poder al usuario para subir contenidos y compartir información a través de perfiles privados o públicos. (p. 16)

Según la definición de Marqués y Muñoz (2014) indicaron que “una red social es un conjunto de individuos dentro de una estructura de relaciones [...] casi virtual” (s.f.)

Es Decir que la red social es el conjunto de personas que se relacionan mediante alguna plataforma virtual donde cada uno tiene intereses distintos o en común para ello es necesario el registro y creación de perfiles.

Por otro lado como menciona Rodríguez es gracias a esta red social, Facebook que también las empresas pequeñas o grande tienen oportunidad de empezar una conversación con sus clientes y/o usuarios lo cual facilita la información sobre el público al que se quiere llegar, ya sea una institución educativa ya sea el caso del presente trabajo, ya que se trabaja con estudiantes y docentes que hacen uso de Facebook sin embargo no se ha llegado a saber si es o no la mejor manera de comunicarse entre los que conforman la comunidad estudiantil.

Según informes de la Fundación Pfizer, Generación 2.0 y el INJUVE, nos muestran que entre el 40% y el 60 % de los menores entre 11 y 20 años utilizan las redes sociales diariamente, pues estos se conectan un a varias veces (Fundación Pfizer, 2009; Sánchez y Fernández, 2010; INJUVE, 2011).

Asimismo, tanto el INJUVE como Sánchez y Fernández (2011) en su Informe Generación 2.0 establecen que “las mujeres tienen un uso de redes sociales un poco más elevado que los varones”

Gracias al estudio realizado por Fundación Pfizer se puede decir que de por si los adolescentes que nacen con el mundo de la tecnología desde muy pequeños empiezan a manipular aparatos tecnológicos como celulares, tablets, computadoras, somos una generación que vive pegada a la tecnología porque de cierto modo ha llegado a facilitar el intercambio de informaciones y hace de la comunicación entre personas sea mucho más amena.

El Comercio (2013) Futuro Digital Perú 2014, citado por el diario:

En nuestro país internet tiene una gran presencia, las redes sociales como Facebook y LinkedIn son los más usados porque tenían conectados alrededor de 5,8 millones de usuarios registrados entre abril de 2013 a abril del 2014, ellos redactan, comparten y opinan sobre información del momento y temas pasados (s.f.)

Por lo que se deduce que el tráfico de datos en Internet es constante, podemos llegar a enterarnos de los acontecimientos más importantes en cuestión de segundos, si vivimos conectados, pues ya información viaja rápidamente hacia todo el mundo, ya no tenemos que esperar el diario impreso del día siguiente.

Morduchowicz, Marcon, Sylvestre y Ballestrini (2010) indicaron que:

Las redes sociales son comunidades virtuales, es decir, plataformas de Internet que agrupan a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses comunes. Este es justamente su principal objetivo: entablar contactos con gente, ya sea para re encontrarse con antiguos vínculos o para generar nuevas amistades. (p.3)

Para los autores que tienen cierta definición sobre redes sociales en su libro Los adolescentes y las redes sociales este tipo de plataforma web les permite relacionarse y compartir información de interés.

Por tanto, como cita Wasserman y Faust(2009) “Los lazos relacionales que existen entre actores y recursoso de toda índole que pueden fluir entre ellos, como pueden ser ideas, consejo, ayuda, bienes etc” (citado por Molina J.,2014, p.26)

De esta manera es que un actor es considerado una entidad dependiente de sus relaciones con los demás, ya que manifiesta sus ideas, pensamiento y sentimientos sobre algo o alguien.

Dimensiones

1.3.2.1 Twitter

Sixto (2013) Twitter después de una investigación en San Francisco, dentro de Obviaous, LLC en marzo de 2006. El nombre original era Twittr inspirado en Flickr, en el 2007 gana a la categoría de blog por Southwest Web Award.

Según Sixto (2013) “en la actualidad Twitter es una red social de ocio ya que los usuarios disponen de un tiempo especial de blog que les permite 140 caracteres por mensaje por eso se le conoce como micro blog”

En el 2009 se hizo un análisis por Pear Analyctcs de San Antonio en Texas de los Estados Unidos acerca de los Tweets por lo que lo clasificaron en seis categorías:

Noticias

Spam

Autopromoción

Palabras con sentido

Conversaciones entre usuarios

Mensajes repetidos, en cadena o reteewts

Estructura social

Esta red social es una plataforma que a comparación de Facebook y Twitter va dirigida a personas que buscan un estatus o siguen a usuarios dentro de una estructura social como, por ejemplo, artistas, cantantes reconocidos etc., por lo que los mensajes que un usuario de Twitter está suscrito le llegan notificaciones cronológicamente de los usuarios a quienes siguen.

Por otro lado, Merodio (2016) comenta “Twitter es un servicio gratuito de las llamadas herramientas de micro blogging que permite a sus usuarios enviar mensajes de texto los cuales se denominan tweets y cuya longitud máxima es de 140 caracteres o lo que es lo mismo un SMS de móvil”

Para el autor en mención Twitter es un espacio y/o servicio gratuito, pero más que todo sirve para el ámbito no muy personal sino empresarial ya que permite encontrar clientes potenciales, una mejor búsqueda de información con palabras claves y que de por sí da la posibilidad de identificar mejor a un sector manteniendo informado a aquel que busca contenido relevante.

1.3.2.2 Youtube

Sixto (2013) YouTube fue fundada por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim en febrero de 2005 en San Bruno, California. tan eficaz para darse a conocer en el mercado y ganar clientes, como también perder clientes y quedar en el olvido. (p. 58)

Fue activado el 15 de febrero y el 23 de abril se subió el primer video y hubo un tráfico ya que los usuarios empezaron a compartir enlaces de YouTube en sus redes sociales, a diciembre del mismo año tuvo los 50 millones de visitas video que protagonizaron personajes como Ronaldinho entre otros, como se ve estos datos proyectan la efectividad que tuvo esta red social que también permite la participación de sus usuarios a través de videos.

Actualmente desde los más pequeños en casa hasta los adultos de 60 años aproximadamente no se hacen ajenos al uso interminable de estas redes sociales, por otro lado, resaltando también que YouTube como plataforma audiovisual ha permitido a nivel académico el aprendizaje por medio virtual, por ejemplo, los famosos tutoriales que sirven de ayuda o guía a grandes y chicos en esta oportunidad se hace referencia a los estudiantes de nivel secundaria y los de estudios superiores.

Material audiovisual

Gracias a YouTube miles de usuarios pueden compartir material audiovisual, es decir tanto videos como información textual mediante fragmentos editados que forman parte de un producto audiovisual además de ofrecer las mismas posibilidades comunicativas, por otro lado, al igual que Facebook este establece una interacción de usuarios suscritos ya que facilita al usuario elegir entre los videos más destacados y/o recomendados de YouTube, como lo menciona Sixto (2013)

1.3.2.3 Facebook

De acuerdo a Sixto J. (2013) “Facebook fue creado en el 2004 por Mark Zuckerberg, un estudiante de 20 años que pretendía mantener conector a sus contactos de su universidad de Harvard {...} denominado un libro de caras más fotografías, memes y el perfil de todo el alumnado”. (p. 52)

En el 2008 se incrementó el número de suscriptores que creaban perfiles y relacionaban entre sí a través de esta maravillosa red social.

Al año 2010 los principales dueños son Christopher Cox y Microsoft con más de 500 millones de usuarios en todo el mundo.

Facebook es una red de ocio que ofrece posibilidades propias para compartir con el resto de usuarios, creación de grupos, sugerencia de páginas o posibles conocidos {...} interacción con usuarios para retomar o contactarse con otros miembros. (Sixto, 2013, p. 56)

Además, gracias a la tendencia que causó la aparición de esta plataforma virtual uno de los cambios que ofrece hasta la actualidad es la página de inicio que muestra lo que las personas comparten en tiempo real.

Interacción

Gracias a Facebook las personas pueden compartir información en tiempo lo que hace que este sea entre los usuarios una forma de interacción continua ya que los usuarios contactan a otros miembros a través de vínculos o grupos de usuarios.

Por otro lado, hay que resaltar que gracias a los idiomas que Facebook ha ofrecido se ha podido llegar a muchos más usuarios en esta plataforma.

Medición

Al no tener un modelo de medición por parte del autor, se determinará un instrumento en base a las dimensiones que expone el autor, cuestionario establecido a la escala de Likert de nivel ordinal; asimismo se exponerán los indicadores que se exponen en el desarrollo del trabajo.

1.4 Formulación del problema

Formulación general

¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación y redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate 2018?

Formulación específica

¿Cuál es la relación entre la comunicación y el Twitter en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate 2018?

¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación y YouTube de los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate 2018?

¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación y Facebook en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate 2018?

1.5 Justificación del estudio

Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que, “una investigación llega a ser provechoso por múltiples motivos, a lo mejor ayude a solucionar un problema social, a formular una teoría nueva o a generar inquietudes nuevas de investigación”, por ello es necesario justificar el estudio mediante la exposición de sus razones, ya sea por qué y para que del estudio (p. 40).

Por tanto, es importante que el investigador haya trabajado temas acordes a la actualidad y a lo que en un futuro por su puesto tendrá y servirá para un estudio amplio de expertos; por tanto, se justifica de la siguiente manera:

TEÓRICA

La presente investigación servirá para contribuir al conocimiento que tiene la relación entre la comunicación y redes sociales generando teorías de importancia que ayudarán a entender el grado del mismo.

PRACTICA

Este trabajo contribuirá a ser una fuente o material de consulta para los educadores de la institución y de otras, para una mejor versión de lo que sería la comunicación y uso de redes sociales en los alumnos de secundaria permitiendo la participación de estudiantes y profesores.

SOCIAL

Este trabajo contribuirá a la sociedad como antecedente y apoyo para promover a la exploración con respecto al vínculo de la comunicación y redes sociales, los beneficiados con esta investigación serán los docentes y estudiantes de colegio.

METODOLÓGICA

Este proyecto aportará un instrumento fiable que prestará información verídica sobre el nexo, que tiene la comunicación y las redes sociales además de ser guía para estudios futuros de cuantitativo – descriptivo.

1.6 Hipótesis

Hipótesis general

Hi: Existe relación entre la comunicación y las redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

H0: No existe relación entre la comunicación y las redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

Hipótesis específico

Existe relación entre la comunicación y Twitter en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

Existe relación entre la comunicación y YouTube en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

Existe relación entre la comunicación y Facebook en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

1.7Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación de comunicación y redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

Objetivo específico

Determinar la relación entre la comunicación y el Twitter en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate 2018

Determinar la relación entre la comunicación y YouTube en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate 2018

Determinar la relación entre la comunicación y Facebook en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate 2018

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

2.1.1 Diseño

El diseño empleado para la investigación fue no experimental transversal ya que no se manipula a ninguna de las variables.

Hernández, et al., (2014) acotan, que es una, investigación que se ejecuta sin operar las variables, y lo que se hace en este tipo de investigación es solo observar los fenómenos tal y como se da en su contexto nativo, para analizarlos” (p. 152).

Liu, y Tucker (como se citó en Hernández, et al, 2014) “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, con el propósito de describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.154).

2.1.2 Tipo de investigación

La presente investigación presenta teorías ya existentes, por lo que será útil a investigadores que abocan a solución de problemas organizacionales.

Según Fidias (2012). Asimismo, Hernández, et al., (2014) añade que es producir conocimiento y teorías básicas, que comprende conocimientos netamente teóricos.

2.1.3 Método de investigación

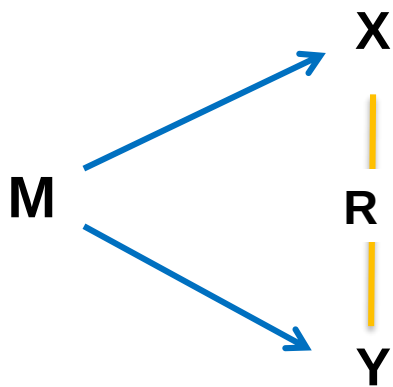
El trabajo de investigación consta de la deducción partiendo de particularidades, además se basa en un análisis estadístico con el fin de comprobar las teorías plasmadas.

“es secuencial y probatorio y refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes de los problemas de investigación, debiendo ser objetiva ya que sigue un patrón predecible y estructurado. por tanto, es de **Enfoque cuantitativo**, cual se basa en investigaciones previas” (Hernández, et al., 2014)

2.1.4 Nivel de Investigación

La investigación es de carácter descriptiva - correlacional, “Describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado” (Hernández, et al., 2014, p.157).

Para Hernández la finalidad de este estudio es conocer el grado de relación entre dos o más variables.



Dónde:

X = Comunicación.

Y = Redes sociales

R = Relación

M= Muestra

2.2 Variables, operacionalización

2.2.1 Variables

Variable 1: Comunicación

Escandell M. (2014) “Las capacidades de procesar e inferir información, las relaciones sociales, las intenciones comunicativas, el conocimiento previo a las pautas culturales que rigen las situaciones de interacción {...} comunicarse es transmitir información por medio del lenguaje y comunicarse es interactuar con los demás” (p. 9-11)

Dimensión 1: Medio

Dimensión 2: Propósito comunicativo

Dimensión 3: Tipología Textual

Variable 2: Redes Sociales

La red social forma parte de los denominados medios sociales, Libro Blanco de la comunicación en Medios Sociales del International Advertising Bureau) define **como plataformas digitales de comunicación** que dan el poder al usuario para subir contenidos y compartir información a través de perfiles privados o públicos. (citado por Sixto J. 2013. p. 16)

Dimensión 4: Twitter

Dimensión 5: YouTube

Dimensión 6: Facebook

Para la presente investigación los aspectos a evaluar son los que a continuación aparecen en el cuadro de operacionalización:

2.2.2 Operacionalización

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Comunicación	“Las capacidades de procesar e inferir información, las relaciones sociales, las intenciones comunicativas, el conocimiento previo a las pautas culturales que rigen las situaciones de interacción {...} comunicarse es transmitir información por medio del lenguaje y comunicarse es interactuar con los demás” (Escandell M ,2014, p. 9-11)	Al no tener una medición estandarizada por el autor, se utilizará un instrumento con base a las dimensiones que expone el autor, cuestionario establecido a la escala de Likert de nivel ordinal; asimismo se expone los indicadores que yace en las teorías desarrolladas.	▪ El medio ▪ Propósito comunicativo ▪ Tipología Textual	▪ Oral ▪ Escrito ▪ Intencionalidad ▪ Interpretación	Ordinal.
Redes Sociales	La red social forma parte de los denominados medios sociales, Libro Blanco de la comunicación en Medios Sociales del International Advers-tising Bureau define como plataformas digitales de comunicación que dan el poder al usuario para subir contenidos y compartir información a través de perfiles privados o públicos” (por Sixto J., 2013, p. 16)	Al no tener un modelo de medición por parte del autor, se determinará un instrumento en base a las dimensiones que expone el autor, cuestionario establecido a la escala de Likert de nivel ordinal; asimismo se expone los indicadores que se expone en el desarrollo del trabajo.	▪ Twitter ▪ YouTube ▪ Facebook	▪ Estructura social ▪ Material audiovisual ▪ Interacción	Ordinal.

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población:

Lepkowski lo define como “un grupo de todos los casos que mantiene similitud con una serie de características (citado por Hernández, et al p. 174).

De ser así, la población de la presente investigación serán todos los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones-Ate que son representados en 66 alumnos, de un periodo determinado.

2.3.2 Muestra:

Hernández, et al., (2014) lo define como, “un subconjunto de la población (p.157).

En este caso la muestra está conformada por 66 alumnos de 5° grado de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones-Ate.

2.3.3 Unidad de análisis:

Alumnos entre 16 a 18 años de 5° grado de secundaria.

2.3.4 Unidad de estudio:

Los 66 alumnos de 5° de secundaria.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.4.1 Técnica:

Fidias (2012) define como, “procedimiento o forma particular de obtener datos o información” (p. 67).

Se utilizará la técnica de encuesta, que nos permitirá recolectar información de manera directa.

2.4.2 Instrumento:

Fidias (2012) menciona que un instrumento de recolección de datos es “cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información” (p. 68).

Se aplicó el instrumento del cuestionario el cual permita conocer la relación que tiene la comunicación y las redes sociales, Además las respuestas a las preguntas se basaran en la escala de Likert, teniendo cinco alternativas en frecuencia- ordinal, y serán completadas por el participante en un tiempo promedio de 5 minutos. Los cuestionarios serán completados en una semana.

2.4.3 Encuesta

Fidias (2012) define la encuesta como “una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular” (p. 72)

2.4.4 Cuestionario

Fidias (2012) menciona que es “la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas (p. 74).

- El cuestionario fue evaluado y sometido a juicio de expertos. (ver en anexos)
- El cuestionario consta de 21 preguntas referentes a la “Comunicación y Redes sociales”
- Las alternativas están compuestas en la escala de Likert. (ordinal)

2.5 Métodos de análisis de datos

Los datos que se compilaron por medio del instrumento de investigación, serán procesados por el programa SPSS, para obtener tablas y figuras estadísticas, señalados porcentualmente.

2.6 Aspectos éticos

Para la realización de este trabajo de investigación se considera los siguientes puntos:

- Se evita toda muestra de imitación y/o falsificación de información, donde además se mencionan a los autores, para la fácil ubicación de la información que se indica en el actual proyecto de acuerdo a las definiciones teóricas que se precisan, así como las referencias respectivas.
- Se prescindió la auténtica esencia de la investigación, de proporcionar información y resultado objetivo y veraz, siendo ajena a cualquier tipo de manipulación de datos a beneficio propio o de terceros.

III. RESULTADOS

3.1 Estadística descriptiva

Tabla 1: Elaboración propia 2018

		Comunicación (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	11	16,7	16,7	16,7
	Regular	21	31,8	31,8	48,5
	Bueno	25	37,9	37,9	86,4
	Excelente	9	13,6	13,6	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Estadísticos		
V1 (Agrupada)		
N	Válido	66
	Perdidos	0

Interpretación: Según los resultados en la tabla 1 se observa que de los 66 encuestados manifiesta emplear la comunicación (junto con las dimensiones aplicadas) emplean 37,9% de manera buena, asimismo un 31,8% de manera regular, por otro lado, un 16,7% respondió que este es empleado de manera no tan considerada(baja) y por último solo un 13,6% manifestó que se da de forma excelente.

Tabla 2: Elaboración propia 2018

Redes sociales (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	bajo	6	9,1	9,1	9,1
	regular	25	37,9	37,9	47,0
	bueno	25	37,9	37,9	84,8
	excelente	10	15,2	15,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Estadísticos

V2 (Agrupada)

N	Válido	66
	Perdidos	0

Interpretación: Según los resultados mostrados en la tabla 2 se observa que los 66 encuestados respondieron las preguntas por lo que se manifiesta que emplean 37,9% de manera buena, , por otro lado, un 9,1% respondió que este es empleado baja y por último solo un 15,2% manifestó que se da de forma excelente.

Tabla 3: Elaboración propia 2018

TWITTER (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	2	3,0	3,0	3,0
	REGULAR	41	62,1	62,1	65,2
	BUENO	12	18,2	18,2	83,3
	EXCELENTE	11	16,7	16,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Interpretación: Según los resultados mostrados en la tabla 3 se observa que los 66 encuestados respondieron las preguntas por lo que se manifiesta que 18,2% marcaron que dan buen uso o se comunican por twitter, por otro lado, solo un 3% respondió que este es empleado baja.

Tabla 4: Elaboración propia 2018

YOUTUBE (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	16	24,2	24,2	24,2
	REGULAR	11	16,7	16,7	40,9
	BUENO	28	42,4	42,4	83,3
	EXCELENTE	11	16,7	16,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Interpretación: Según los resultados mostrados en la tabla 4 se observa que los 66 encuestados respondieron las preguntas por lo que se manifiesta que 42,4% le dan buen uso a YouTube, un 16,7%% lo usa regularmente, por otro lado, un 24% respondió que este es empleado baja y por último un 16,7% manifestó que se da de forma excelente.

Tabla 5: Elaboración propia 2018.

FACEBOOK (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	13	19,7	19,7	19,7
	REGULAR	13	19,7	19,7	39,4
	BUENO	33	50,0	50,0	89,4
	EXCELENTE	7	10,6	10,6	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Interpretación: Según los resultados mostrados en la tabla 5 se observa que los 66 encuestados respondieron las preguntas por lo que se manifiesta que 50% usan Facebook para comunicarse, un 19,7 % lo usa regularmente de la misma forma un 19,9% respondió que lo usa muy bajo y por último solo un 10,6% manifestó que se da de forma excelente.

3.2 Prueba de hipótesis general

Prueba de hipótesis realizada entre variable 1 y variable 2: comunicación y redes sociales.

Hi: Existe relación entre la comunicación y las redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

H0: No existe relación entre la comunicación y las redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

Estrategia de la prueba:

Si el valor siguiente es ≥ 0.05 no es posible rechazar la hipótesis nula.

Si el valor siguiente es < 0.05 se rechaza la hipótesis nula.

Correlaciones			COMUNICACIÓN	REDES SOCIALES
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,287*
		Sig. (bilateral)	.	,020
		N	66	66
	REDES SOCIALES	Coeficiente de correlación	,287*	1,000
		Sig. (bilateral)	,020	.
		N	66	66

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 6. Hipótesis general

Interpretación:

Dado que el p-valor es equivalente a 0.05 se rechaza la hipótesis nula y en consecuencia se acepta la alterna ya que se pudo confirmar que existe evidencia estadística para afirmar que la comunicación está relacionada a las redes sociales.

Por otro lado, el grado de correlación según Spearman es equivalente a 0.287 es positiva media y aceptando que el grado de significancia es 0,020 se puede afirmar existe una relación positiva entre comunicación y redes sociales.

Prueba de hipótesis específica

Hi: Existe relación entre la comunicación y Twitter en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

H0: No existe relación entre la comunicación y Twitter en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

Si el valor siguiente es ≥ 0.05 no es posible rechazar la hipótesis nula.

Si el valor siguiente es < 0.05 se rechaza la hipótesis nula.

Correlaciones			COMUNICACIÓN	TWITTER
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,002
		Sig. (bilateral)	.	,988
		N	66	66
	TWITTER	Coeficiente de correlación	,002	1,000
		Sig. (bilateral)	,988	.
		N	66	66

Tabla 7. Hipótesis específica V1-D4

Interpretación: Dado que el Rho de Spearman es 0,002 y de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman se acepta la hipótesis nula ya que no existe una correlación por tanto entre la comunicación y el twitter en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

Prueba de hipótesis específica

Hi: Existe relación entre la comunicación y YouTube en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

H0: No existe relación entre la comunicación y YouTube en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

Si el valor siguiente es ≥ 0.05 no es posible rechazar la hipótesis nula.

Si el valor siguiente es < 0.05 se rechaza la hipótesis nula.

Correlaciones			COMUNICACIÓN	YOUTUBE
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,380**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	66	66
	YOUTUBE	Coeficiente de correlación	,380**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	66	66

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 8: hipótesis específica V1-D5

Interpretación: Dado que el Rho de Spearman es 0,380 y de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman, existe una correlación moderada. Además, el nivel de significancia es menor que 0,05 lo que indica que si existe relación significativa entre la comunicación y YouTube en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

Prueba de hipótesis

Hi: Existe relación entre la comunicación y Facebook en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

H0: No existe relación entre la comunicación y Facebook en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

Si el valor siguiente es ≥ 0.05 no es posible rechazar la hipótesis nula.

Si el valor siguiente es < 0.05 se rechaza la hipótesis nula.

Correlaciones			COMUNICACIÓN	FACEBOOK
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,349**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	66	66
	FACEBOOK	Coeficiente de correlación	,349**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	66	66

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 9: hipótesis específica V1-D6

Interpretación: Dado que el Rho de Spearman es 0,349 y de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman, existe una correlación positiva moderada; además según el nivel de significancia es menor que 0,05 lo que indica que si existe relación entre la comunicación y Facebook en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.

3.2 Tablas cruzadas

Tabla 10: tabla cruzada de V1 y V2

Tabla cruzada V1 (Agrupada)*V2 (Agrupada)							
			V2 (Agrupada)				
			bajo	regular	bueno	excelente	Total
V1 (Agrupada)	Bajo	Recuento	3	5	3	0	11
		% del total	4,5%	7,6%	4,5%	0,0%	16,7%
	Regular	Recuento	2	7	10	2	21
		% del total	3,0%	10,6%	15,2%	3,0%	31,8%
	Bueno	Recuento	1	11	8	5	25
		% del total	1,5%	16,7%	12,1%	7,6%	37,9%
	Excelente	Recuento	0	2	4	3	9
		% del total	0,0%	3,0%	6,1%	4,5%	13,6%
Total		Recuento	6	25	25	10	66
		% del total	9,1%	37,9%	37,9%	15,2%	100,0%

Interpretación: Se observa en la tabla cruzada que 37,9% de los alumnos encuestados manifestó a través de la encuesta que la comunicación y redes sociales se relaciona, por tanto, se rechaza la hipótesis nula; se puede concluir que existe una relación entre comunicación y redes sociales en los alumnos de 5° grado de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate, 2018.

Gráfico 11: tabla cruzada V1, D4

Tabla cruzada Comunicación (Agrupada)*Twitter (Agrupada)							
			D4 (Agrupada)				
			BAJO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	Total
V1 (Agrupada)	Bajo	Recuento	0	7	2	2	11
		% del total	0,0%	10,6%	3,0%	3,0%	16,7%
	Regular	Recuento	0	13	4	4	21
		% del total	0,0%	19,7%	6,1%	6,1%	31,8%
	Bueno	Recuento	0	18	4	3	25
		% del total	0,0%	27,3%	6,1%	4,5%	37,9%
	Excelente	Recuento	2	3	2	2	9
		% del total	3,0%	4,5%	3,0%	3,0%	13,6%
Total	Recuento	2	41	12	11	66	
	% del total	3,0%	62,1%	18,2%	16,7%	100,0%	

Interpretación: Se observa en el gráfico que los encuestados manifiestan en un 31.8% de manera muy regular se comunican por la red social twitter, por lo que se deduce que los alumnos del colegio en mención no usan frecuentemente la red social Twitter para comunicarse ni entre sus compañeros ni con sus docentes.

Gráfico 12: tabla cruzada V1, D5

Tabla cruzada Comunicación (Agrupada)*YouTube (Agrupada)

			D5 (Agrupada)				
			BAJO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	Total
V1 (Agrupada)	Bajo	Recuento	5	0	6	0	11
		% del total	7,6%	0,0%	9,1%	0,0%	16,7%
	Regular	Recuento	7	4	10	0	21
		% del total	10,6%	6,1%	15,2%	0,0%	31,8%
	Bueno	Recuento	4	6	8	7	25
		% del total	6,1%	9,1%	12,1%	10,6%	37,9%
	Excelente	Recuento	0	1	4	4	9
		% del total	0,0%	1,5%	6,1%	6,1%	13,6%
Total		Recuento	16	11	28	11	66
		% del total	24,2%	16,7%	42,4%	16,7%	100,0%

Interpretación: Se observa en el gráfico que los encuestados manifiestan en un 37,9% que se comunican e interactúan regularmente bien en la red social de YouTube, por tanto, si hay una aceptación a la hipótesis específica reforzando a nuestro cuadro de correlación.

Gráfico 13: tabla cruzada V1, D6

Tabla cruzada Comunicación (Agrupada)*Facebook (Agrupada)

			D6 (Agrupada)				
			BAJO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	Total
V1 (Agrupada)	Bajo	Recuento	7	2	2	0	11
		% del total	10,6%	3,0%	3,0%	0,0%	16,7%
	Regular	Recuento	3	4	13	1	21
		% del total	4,5%	6,1%	19,7%	1,5%	31,8%
	Bueno	Recuento	2	6	14	3	25
		% del total	3,0%	9,1%	21,2%	4,5%	37,9%
	Excelente	Recuento	1	1	4	3	9
		% del total	1,5%	1,5%	6,1%	4,5%	13,6%
Total	Recuento	13	13	33	7	66	
	% del total	19.7%	19.7%	50.0%	10.6%	100.0%	

Interpretación: Se observa en el gráfico que los encuestados manifiestan en un 37,9% de manera muy buena se comunican por la red social Facebook, por lo que se acepta y esto refuerza a la hipótesis específica, que si existe relación entre comunicación y Facebook en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones 1138 Ate,2018.

IV DISCUSIÓN

La presente investigación se planteó como objetivo general determinar la relación que existe entre la comunicación y las redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones, Ate 2018. Con los resultados que se pudieron obtener a nivel general de este; usando el programa SPSS y la fórmula del RHO de Spearman; la correlación es equivalente a 0.287 es positiva media y aceptando que el grado de significancia es 0,020 se puede afirmar existe una relación positiva entre comunicación y redes sociales.

Chilcón en su trabajo de investigación “Uso de redes sociales y la fidelización de los clientes de la empresa saga Falabella, mega plaza- Independencia 2017. Trabajo de investigación que realizó en su investigación halló que existe correlación entre su variables, en contraste con el investigador de la presente investigación se podría inferir que no siempre hay relación como término grupal “Redes sociales” si no un estudio que puede ser mejorado con la aportación de la investigación que ofrece este trabajo, ya que se determinó a detalle que las redes sociales en si no se relacionan por un único objetivo, como otros investigadores piensan, que únicamente por publicidad y tratar de vender un producto o servicio pero es necesario ir más allá.

En un mundo globalizado como el actual, es necesario no descuidar lo que verdaderamente se intenta comunicar, la intención y propósito comunicativo que se debe tener a un grupo como son los estudiantes de secundaria, adolescentes en constante vulnerabilidad, y que no solo es importante para una empresa ver por el lucro monetaria, sino el de la comunicación efectiva y a través de ello se puede aplicar estrategias para mejorar la educación actual en el país.

Además; contrastando con el trabajo de investigación realizado por Muñoz donde habla sobre el Diseño de una pieza gráfica sobre el uso de redes sociales y la comprensión del mensaje en estudiantes de un colegio de Puente Piedra; pudo confirmar que existe relación media entre sus variables, ya que de cierta manera los estudiantes pueden como no captar un mensaje de cualquier índole; no siempre a la primera impresión de una pieza gráfica que esté difundida en alguna red social sin embargo; este se inclina más por la rama de publicidad; en esta oportunidad el investigador; pudo encontrar una relación media considerando la variable en mención, Redes sociales, ya que los estudiantes si usan constantemente las redes pero no a fines académicos ni emplean bien la comunicación esto se ve reflejado ya sea en su lenguaje oral como escrito; por ello si es importante la mejora que parte del ámbito comunicativo.

Por otro lado; también es importante reconocer que el uso de las redes sociales no debe ser empleado únicamente para vender un producto, a manera de lucro por una empresa; viendo del ámbito de la comunicología; que pertenece a las Ciencias de la comunicación; por lo que está íntimamente ligado la presente investigación; por ende, contrastando con los resultados del trabajo de investigación de Florian; Relación entre una historieta sobre las redes sociales y el aprendizaje en los alumnos del 1°,2°,3° y 4° grado de secundaria del colegio Inmaculada Concepción 2025 del distrito de Los Olivos, en sus resultados arrojó los que existe una relación positiva entre lenguaje visual y una historieta; ya que el lenguaje visual permite que se pueda interpretar mejor los mensajes.

Es por ello que; de acuerdo a los resultados del investigador, la Comunicación y Redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio en el que se aplicó el instrumento, se pudo observar de los datos arrojados por la fórmula RHO de Spearman; que en efecto un 37,9% usan tanto YouTube como Facebook que es principalmente redes donde más interactúan, ya que se comunican por ellos y comparten información, aunque no necesariamente académica.

Por tanto; los resultados de la presente investigación contrastado con los antecedentes; se puede observar que en efecto si existe relación significativa positiva del uso de redes sociales y alumnos de entidades educativas; sin embargo se debe tratar de llegar no solo al uso de una red como interacción sino debe estar más enfocado a conseguir una comunicación relativamente; significativa, coherente y cohesionada a los tiempos actuales; por ello las investigaciones futuras deben interesarse en estudiar que exactamente se puede emplear para mejorar la comunicación con herramientas de la misma usando la tecnología; ya que este se ve afectado por el uso irresponsable y no supervisado por un adulto mayor; o la asesoría del mismo para fines no solo de tiempo ocio; sino debería ser enfocado y visualizado mucho más para nivel de significancia como entidad educadora en la sociedad.

Por otro lado, La relación entre el uso de la red social Facebook y el ciberlenguaje, en los padres de los alumnos del quinto grado de secundaria de la institución educativa estrellas de belén de San Martín de Porres, 2017; trabajo de investigación realizado por Verona en el año 2017; donde también comprueba a través de sus resultados, que en efecto la red social Facebook, en este caso tiene relación con el ciberlenguaje; ya que de esa manera su unidad de análisis manifestó el grado de uso que le dan a la red social, por tanto para el investigador del trabajo presente; es un aporte ya que una vez más se puede corroborar que el uso de Facebook netamente; si tiene hoy en día que ver no sólo con jóvenes adolescentes sino con adultos que hoy se incursionan en el uso de las TIC y que forman parte del mundo milleniam.

V CONCLUSIÓN

La presente investigación tras haber corroborado con resultados, los objetivos que fueron establecidas y después de la comprobación de la hipótesis se lograron obtener las siguientes conclusiones:

5.1. Tras haber determinado y conocido la relación entre La comunicación y redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones 1138 Ate, 2018. Por tanto, el investigador concluye que existe en efecto un uso moderado entre ambas variables en mención.

5.2 Se pudo determinar la hipótesis específica, por lo tanto, no existe correlación de la variable 1; la comunicación y la red social twitter los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones 1138 Ate, 2018, es decir para los alumnos el uso de twitter es muy bajo y para ellos como herramienta de comunicación entre docente y alumnos.

5.3 Se determinó la relación de la hipótesis específica, por tanto, existe relación moderada entre la comunicación y la red social twitter los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones 1138 Ate, 2018, es decir para los alumnos interactuar por YouTube información se les hace mucho más fácil por esa red social.

5.4 Se determinó la relación de la hipótesis específica, por tanto, existe relación moderada entre la comunicación y Facebook en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones 1138 Ate, 2018, por lo que se puede concluir que los alumnos optan por el uso frecuente de la red social Facebook tanto para comunicarse como para cualquier otro interés.

Además, como se pudo observar dado por los resultados de datos estadístico; que la relación que existe entre la comunicación y redes sociales fue de un 37,9%; dato considerable; pero que muestra en la mayoría de alumnos de la institución en mención; o no interpretan bien los mensajes comunicados de sus docentes y entre ellos o la falta de interacción en compartir información que esté ligada al ámbito académico o de su misma institución; lo cual genera desinterés por temas académicos y de la misma.

Por lo que en las siguientes páginas se brindan recomendaciones que pueden como no; ser ejecutadas o mejoradas para el buen desarrollo de la comunicación a través de redes que puedan estar ligadas a temas académicos o simplemente; que pueda existir la mejora continua de comunicar.

VI RECOMENDACIONES

Es importante que en la actualidad se realicen talleres para que puedan asesorar a los educadores, alumnos y personal administrativo, no solo la mejora continua de la tecnología facilita por si sola la comunicación efectiva o significativa en una organización, en este caso la institución podría agilizar la página de Facebook que manejan los administradores de dicha página de la institución, ya que pueden mejorar significativamente la comunicación en relación e interacción de información académica y de intereses en común de docente a alumno y de la misma manera, entre los estudiantes.

Es además necesario que la plana docente de la institución refuerce el tema comunicacional, gramatical y de oratoria para sus alumnos; ya que la mayoría solo emplean un léxico coloquial pero este debe ser mejorado; ya que la expresión oral y corporal de un joven futuro profesional hoy en día es la primera imagen que demuestra acerca de su persona y dónde fue educada.

Por otro lado; los alumnos deben aprender temas de tecnología en la actualidad, la información académica que ronda en los sitios web de manera accesible a todos, pero este por la falta de asesoría no es usado de manera adecuada, pueden entonces los estudiantes ser partícipes de talleres en los que ellos mismos creen sitios web con sus propias ideas, poner a explorar su creatividad, su conocimiento y desarrollo de la misma hará que refuerce la capacidad de emplear estrategias comunicativas con herramientas de comunicación ligadas a temas de interés de sus estudiantes.

VII REFERENCIAS

- Buenaño, D. A., Murillo, H. & García, G. (2014). *Comunicación 360: herramientas para la gestión de comunicación interna e identidad*. Ecuador: Quito. Editorial Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación. Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Boletín Informativo Universidad San Martín de Porres (s.f.) recuperado de <http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf>
- Ballesta F.; Lozano J. & Cerezo M. (2015, 16 de junio) *Revista Fuentes* Internet redes sociales y adolescencia: un estudio en centros de educación secundaria de la región de Murcia. Recuperado el 30 de noviembre 2017 <http://dx.doi.org/10.12795/revistafuentes.2015.i16.05>
- Costa J. (2010) *El DirCom hoy reacción y Gestión de la Comunicación en la nueva economía*. (ed. 3º) Trillas: México, CPC Editor.
- Capcha, N.; Espinoza, K. & Oscanoa, M. (2014) *Nivel de impacto de la red social Facebook en el rendimiento académico del área de matemática de los estudiantes del quinto año de secundaria de la institución "Mariano Melgar" del distrito de Breña*. (tesis de grado) en Educación de Matemática e Informática. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima.
- Chilcón T. (2017) *Uso de redes sociales y la fidelización del cliente de la empresa saga Falabella, Mega plaza-Independencia* (Tesis Pregrado) Universidad César Vallejo.
- Escandell M. (2014) *La comunicación. Lengua, cognición y sociedad*. Madrid.: España. Ediciones Akal.
- Fidias, G. (2012) *El Proyecto de Investigación* (ed. 6 º). Caracas, Venezuela: Editorial Episteme.
- Forian R. (2017) *Relación entre una historieta sobre las redes sociales y el aprendizaje en los alumnos del 1º, 2º, 3º y 4º grado de secundaria del colegio Inmaculada Concepción 2025 del distrito de Los Olivos*. (tesis pregrado). Universidad César Vallejo. Lima. Perú.
- Gómez, B (2016) *El contenido especializado y la participación en Facebook de rockzilla.pe Lima, marzo 2016* (Tesis de Grado) Universidad César Vallejo.
- García, B., y López, M. (2013) *Los padres ante el uso de internet y redes sociales. Trabajo presentado en el V congreso Internacional de Comunicación Social, España*, Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013_actas/077_Catalina.Pdf

- Honores, J. (2016) Tesis Pregrado *Libertad de expresión en internet: Informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales*. Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (ed. 6 °). Distrito Federal, México: McGraw-Hill
- Jhankelovich B, & Karen R, (2015) *Redes sociales virtuales en los estudiantes de la institución educativa emblemática Santa Isabel – 2014*(Tesis Pregrado) Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo.
- Muñoz Asto, A. B. (2017). *Diseño de una pieza gráfica sobre el uso de redes sociales y la comprensión del mensaje en estudiantes de un colegio de Puente Piedra, Lima, 2017*. (Tesis de Grado) Universidad César Vallejo.
- Marcos M. (2012) *La Influencia de las tic en el desarrollo del preadolescente y adolescente hacia una ciudadanía digital y responsable*. Tesis de pregrado. Universidad de Valladolid.
- Molina J.L. (2014) *Conectados por redes sociales introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos*. Barcelona: España. Editorial UOC.
- Morduchowicz, R; Marcon, A.; Sylvestre, V.; Ballestrini, F. (2010) *Los adolescentes y las redes sociales*. Argentina: Ministerio de Educación.
- Opsitel Internet en el Perú Recuperado de https://www.osiptel.gob.pe/Archivos/Sector_telecomunicaciones/Desarrollo_Sector/Hito_InternetPer%C3%BA.pdf
- Rudolph F. & Kathlen S. (2015) *Comúnicate* (ed. 12°) México DF: CENGAGE Learning.
- Sixto J. (2013) *Las redes sociales como estrategia de marketing online*. Editora media XXI.
- Simón, J. (2016) *Gabinetes de Comunicación Universitarios y Redes Sociales. Estudio del uso de las Redes Sociales por las Universidades Públicas Andaluzas*. España: Madrid, Editorial UAL. Universidad de Almería.
- SixDegrees.com Plataforma Web Redes sociales Recuperado de <https://en.wikipedia.org/wiki/SixDegrees.com>
- Silvestrin, C. B., Godoi, E., & Ribeiro, A. (2007). *Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional*. *Signo y Pensamiento*, 26(51), 26-37. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/213759077?accountid=3>
- Villanueva E. (2002, julio) Pontifica Universidad Católica del Perú. Lima, Perú. Recuperado de http://www.eduardovillanueva.pe/Publicaciones_files/exper.pdf

- Verona G. (2017) *La relación entre el uso de la red social Facebook y el ciberlenguaje, en los padres de los alumnos del quinto grado de secundaria de la institución educativa estrella de belén de San Martín de Porres.* (tesis pregrado) Universidad César Vallejo; Lima, Perú.
- Warley J. (2010) *¿Qué es la comunicación? ¿Qué son los medios de comunicación?* Argentina: Buenos Aires. Editorial Biblos.

VIII ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

TÍTULO: “La comunicación y las redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate-2018

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	Variable 1	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE VALORACIÓN
¿Cuál es la relación que existe entre comunicación y las redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate 2018?	Determinar la relación de comunicación y redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.	Existe relación entre la comunicación y las redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.	Comunicación	El medio	Lenguaje oral	1,2,3	Siempre (5) Casi Siempre (4) A Veces (3) Casi Nunca (2) Nunca (1)
					Lenguaje Escrito	4,5,6	
				Propósito comunicativo	intencionalidad	7,8,9	
				Tipología Textual	interpretación	10,11,12	
PROBLEMAS ESPECÍFICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	HIPÓTESIS ESPECÍFICO	Variable 2	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE VALORACIÓN
¿Cuál es la relación entre la comunicación y el Twitter en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate 2018?	Determinar la relación entre la comunicación y el Twitter en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate 2018	Existe relación entre la comunicación y Twitter en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.	Redes Sociales	Twitter	Estructura social	13,14,15	Siempre (5) Casi Siempre (4) A Veces (3) Casi Nunca (3) Nunca (1)
¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación y YouTube de los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate 2018?	Determinar la relación entre la comunicación y YouTube de los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate 2018	Existe relación entre la comunicación y YouTube en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018.		YouTube			

José Abelardo Quiñones Ate 2018?	Determinar la relación entre la comunicación y Facebook en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate 2018	colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018. Existe relación entre la comunicación y Facebook en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones- Ate 2018		YouTube	Material audiovisual	16,17,18	
¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación y Facebook en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones Ate 2018?				Facebook	Interacción	19,20,21	
METODOLOGÍA							
TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN			POBLACIÓN Y MUESTRA		TÉCNICAS E INSTRUMENTOS		
ENFOQUE: Cuantitativo TIPO: Básico DISEÑO: No experimental- Transversal MÉTODO: Descriptiva- correlacional			Población: Alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones-Ate, de un periodo determinado. Muestra: En este caso la muestra fue de 66 alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones-Ate.		Variable 1: Comunicación Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario		
					Variable 2: Redes sociales Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario		

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mq. Mg. Zulema D. Leiva B.
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente UCV
 I.3. Especialidad del experto: Ciencias de la Comunicación
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado			X		
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica			X		
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación			X		
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.			X		
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.			X		
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento			X		
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

ITEMS DE LAS		VARIABLE		OBSERVACIONES
ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	
01		X		
02		X		
03	X			
04		X		
05	X			Repace 7
06				
07				
08				
09				
10				
11				

12				
13				
14		X		replantear
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

- Reducir las preguntas de acuerdo a la escala

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Ate, de junio del 2018

15

Firma de experto informante
DNI 10424528

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr/Mq. Gomez Pico Ruben
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Coordinador Investigación
 I.3. Especialidad del experto: Producción Audiovisual
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado			✓		
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica		✓			
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación			✓		
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora			✓		
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.		✓			
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.		✓			
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación			✓		
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.			✓		
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

ÍTEM DE LAS VARIABLE

ÍTEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11		✓		

12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21		✓		

IV. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Modificar los preguntas 11 y 21

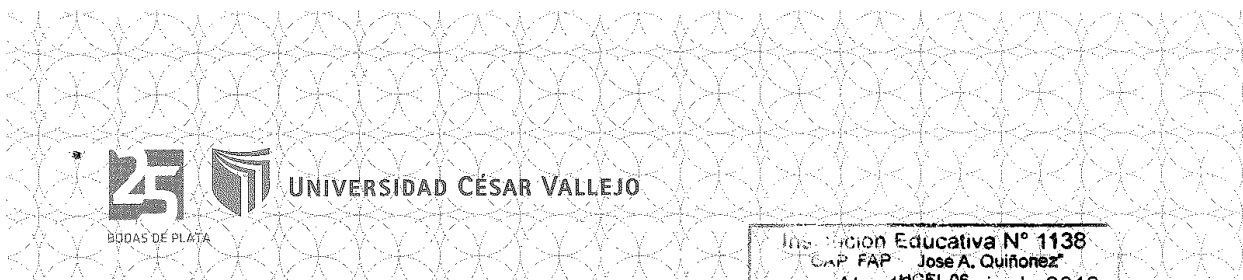
IV PROMEDIO DEVALORACION:

Ate, de junio del 2018

17

Firma de experto informante

DNI 19939334



OFICIO N° 013- 2018/DI-UCV-ATE

Sr.:

Gustavo Suárez Saavedra

Director de la IE. José Abelardo Quiñones N° 1138

Institución Educativa N° 1138	
CAP FAP José A. Quiñones	
Ate. 18 JUN 2018	
RECIBIDO	
18 JUN. 2018	
Exp. N°	
HORA	FIRMA

Presente

Asunto : Aplicación de Instrumento de Investigación.

De mi especial consideración:

A través de la presente solicito la autorización para la aplicación del instrumento de investigación de la tesis titulada **“La comunicación y las redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones, Ate 2018”**, el cual le permitirá al estudiante desarrollar su trabajo y culminar con sus estudios. Por tal motivo, espero se le brinde las facilidades del caso. De antemano le agradezco por las facilidades brindadas a los estudiantes.

Sin otro en particular, quedo de usted, no sin antes darle muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente;


Dra. Kriss Melody Galla Vásquez
Directora de Investigación
Lima UCV - ATE


Rafael Quiñones Ramírez
Sub Director
I.E. 1138 - J.A.Q.

AUTORIZADO
18-06-18

UCV.EDU.PE

Cuestionario

La presente encuesta es anónima; le agradeceremos responder lo más objetivamente posible marcando con un aspa (x) en el recuadro de las preguntas.

Según la tabla se indica:

- Siempre (5)
- Casi Siempre (4)
- A Veces (3)
- Casi Nunca (2)
- Nunca (1)



N.		Items	Escala de valoración				
Comunicación			1	2	3	4	5
1	¿Las noticias sobre las actividades que realiza el colegio son comunicadas por medio del lenguaje oral cada inicio de semana?						
2	¿El lenguaje oral de los docentes para resolver tus inquietudes es claro?						
3	¿El lenguaje oral entre sus compañeros es el adecuado?						
4	¿Es interesante el contenido escrito de periódicos murales?						
5	¿El lenguaje escrito que emplean sus docentes es el adecuado?						
6	¿Con qué frecuencia las autoridades de su institución emiten comunicados escritos?						
7	¿Las autoridades tiene una intencionalidad de persuadir?						
8	¿tiene intención de comunicarse de manera fluida con sus docentes?						
9	¿Consideras que sus docentes tienen intención de comunicar las actividades a tiempo?						
10	¿Sus docentes interpretan bien lo que ud quiere comunicar?						
11	¿El tipo de texto que usan para emitir información académica es fácil de interpretar?						
12	¿La intencionalidad de los comunicados es fácil de interpretar?						
Redes sociales			1	2	3	4	5
13	¿Con qué frecuencia las autoridades utilizan el Twitter para emitir comunicados?						
14	¿Es usted usuario de la red social Twitter?						
15	¿Con qué frecuencia visita Twitter?						
16	¿Los docentes comparten material audiovisual a través de YouTube?						
17	¿Buscas en YouTube videos que te ayuden académicamente?						
18	¿Elegirías a YouTube como red social para compartir información con tus compañeros?						
19	¿Interactúa con sus compañeros de clase sobre temas relacionados a su institución a través del Facebook?						
20	¿Con qué frecuencia usa Facebook para comunicarse?						
21	¿existe interacción entre docente y alumno a través de Facebook de su institución?						

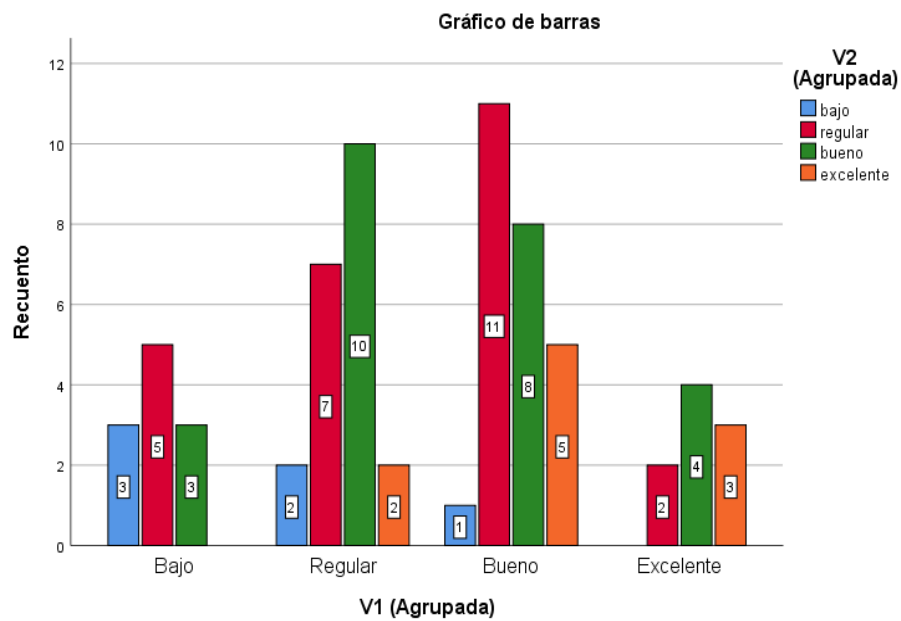


Gráfico1

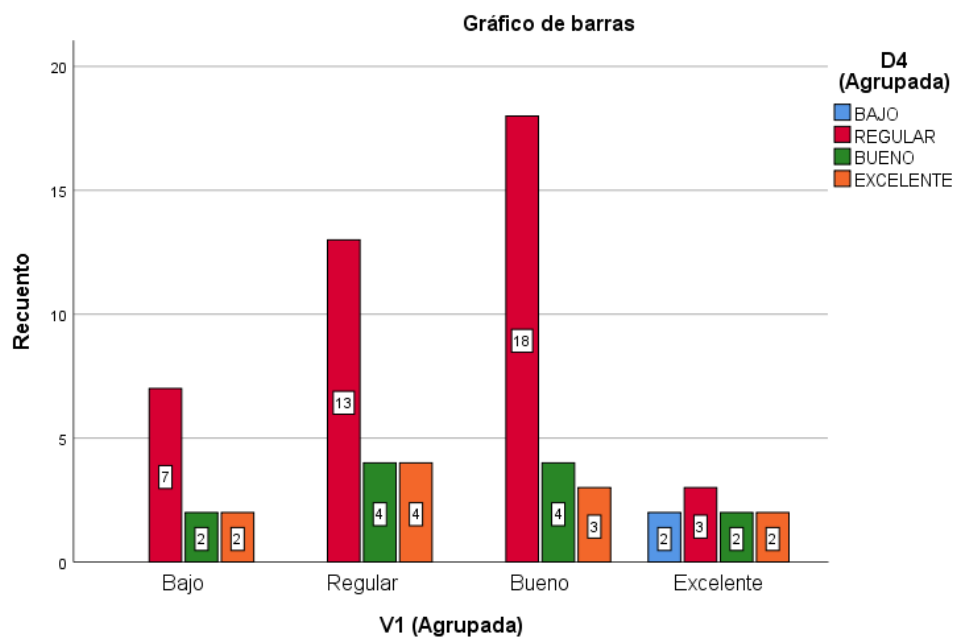


Gráfico 2

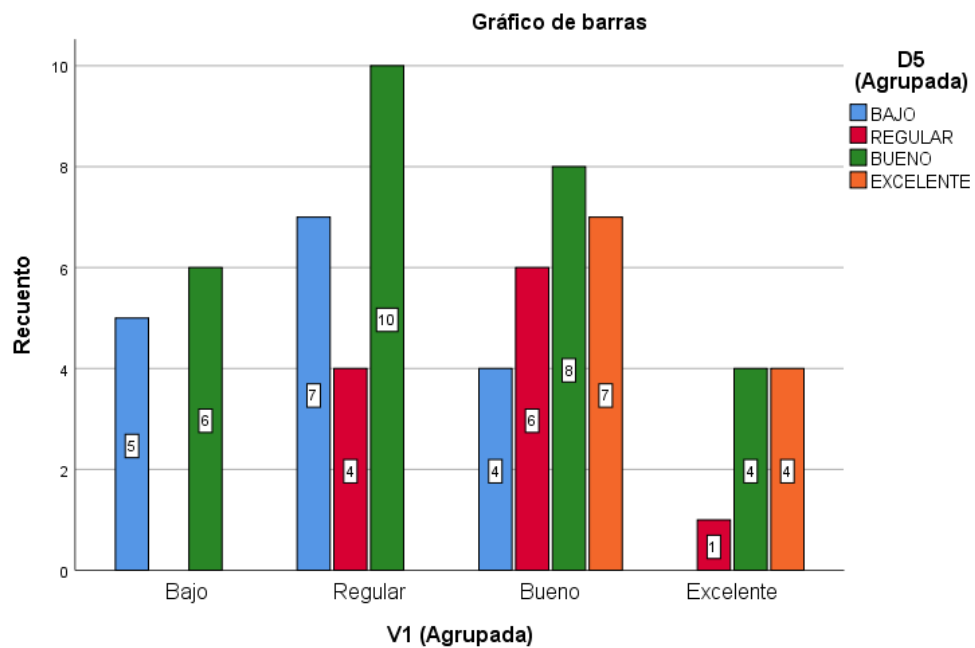


Gráfico 3

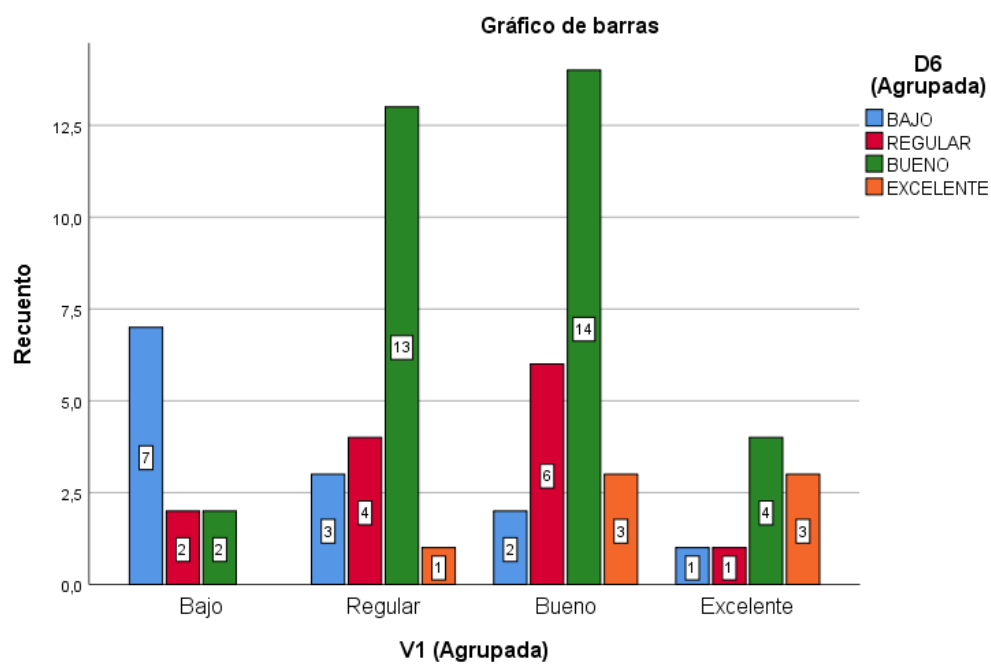


Gráfico 4

DATOS EN EXCEL

Inicio

Insertar

Diseño de página

Fórmulas

Datos

Revisar

Vista

¿Qué desea hacer?

Cortar

Copiar

Copiar formato

Portapapeles

Calibrar

11

A

A

Ajustar texto

Combinar y centrar

Número

Formato condicional

Dar formato como tabla

Estilos de celdas

Insertar

Eliminar

Formato

Celdas

Autosuma

Rellenar

Borrar

Modificar

Ordenar y filtrar

Buscar y seleccionar

Inicio sesión

Compartir

Archivos

Inicio

Insertar

Diseño de página

Fórmulas

Datos

Revisar

Vista

¿Qué desea hacer?

Cortar

Copiar

Copiar formato

Portapapeles

Calibrar

11

A

A

Ajustar texto

Combinar y centrar

Número

Formato condicional

Dar formato como tabla

Estilos de celdas

Insertar

Eliminar

Formato

Celdas

Autosuma

Rellenar

Borrar

Modificar

Ordenar y filtrar

Buscar y seleccionar

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

Inicio sesión

Compartir

</

PROGRAMA SPSS

The screenshot shows the IBM SPSS Statistics Editor interface. The data table has 16 variables: V1, V2, D1, D2, D3, SUMA 1, suma2, suma3, suma4, suma5, D4, D5, D6, SUMA 6, SUMA 7, SUMA 8, and var. The data is organized into rows, with the first row being the header and the subsequent rows containing numerical values.

	V1	V2	D1	D2	D3	SUMA 1	suma2	suma3	suma4	suma5	D4	D5	D6	SUMA 6	SUMA 7	SUMA 8	var
1	36	22	17	10	9	2	2	2	2	2	6	6	10	2	1	3	
2	38	32	19	7	12	2	4	2	1	3	9	12	11	3	3	3	
3	36	28	20	9	7	2	3	2	2	1	14	6	8	4	1	2	
4	50	33	25	13	12	4	4	4	4	3	7	13	13	3	4	4	
5	39	19	19	10	10	2	1	2	2	2	3	6	10	2	1	3	
6	41	24	21	11	9	3	2	3	3	2	5	7	12	2	1	3	
7	35	26	10	13	12	2	3	1	4	3	11	12	2	3	3		
8	26	22	15	5	6	1	2	1	1	1	12	4	6	4	1	1	
9	40	23	21	10	9	2	2	3	2	2	3	9	11	2	2	3	
10	39	24	18	8	13	2	2	2	2	4	3	12	9	2	3	2	
11	35	24	17	7	11	2	2	2	1	3	6	7	11	2	1	3	
12	41	23	21	11	9	3	2	3	3	2	3	8	12	2	2	3	
13	32	26	16	7	9	1	3	2	1	2	15	6	5	4	1	1	
14	37	15	17	9	11	2	1	2	2	3	3	7	5	2	1	1	
15	33	28	18	6	9	1	3	2	1	2	6	12	10	2	3	3	
16	31	12	15	7	9	1	1	1	1	2	3	5	4	2	1	1	
17	43	26	23	10	10	3	3	3	2	2	4	13	9	2	4	2	
18	29	25	15	6	8	1	2	1	1	1	8	10	7	3	3	1	
19	41	21	20	9	12	3	2	2	2	3	7	11	2	3	3	1	
20	41	26	24	12	5	3	3	3	3	1	5	11	10	2	3	3	
21	45	21	20	13	12	3	2	2	4	3	3	12	6	2	3	1	
22	48	30	24	13	11	3	3	3	4	3	5	14	11	2	4	3	
23	42	27	22	11	9	3	3	3	3	2	4	12	11	2	3	3	
24	37	28	20	10	7	2	3	2	2	1	3	10	15	2	3	4	
25	45	44	21	12	12	3	4	3	3	3	15	14	15	4	4	4	
26	31	19	12	9	10	1	1	1	2	2	4	6	9	2	1	2	
27	29	24	17	7	5	1	2	2	1	1	6	12	6	2	3	1	
28	17	11	9	3	5	1	1	1	1	1	4	3	4	2	1	1	

IBM SPSS Statistics Editor de datos

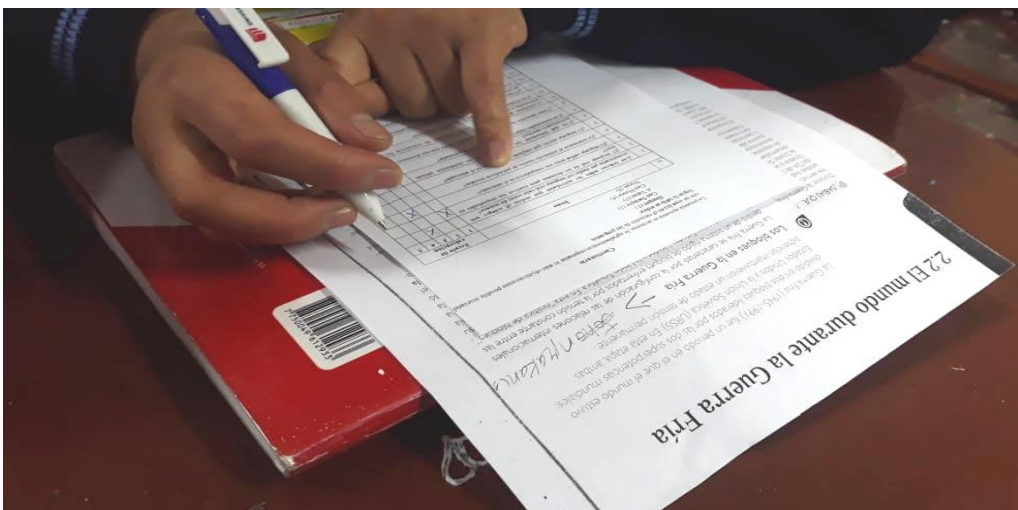
Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	V1	Númerico	8	0	COMUNICACIÓN	Ninguno	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
2	V2	Númerico	8	0	REDES SOCIALES	Ninguno	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
3	D1	Númerico	8	0	MEDIO	Ninguno	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
4	D2	Númerico	8	0	PROPÓSITO C.	Ninguno	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
5	D3	Númerico	8	0	TIPOLOGÍA TE.	Ninguno	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
6	SUMA1	Númerico	5	0	V1 (Agrupada)	{1, BAJQ}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
7	suma2	Númerico	5	0	V2 (Agrupada)	{1, BAJQ}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
8	suma3	Númerico	5	0	D1 (Agrupada)	{1, BAJQ}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
9	suma4	Númerico	5	0	D2 (Agrupada)	{1, BAJQ}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
10	suma5	Númerico	5	0	D3 (Agrupada)	{1, BAJQ}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
11	D4	Númerico	8	0	TWITTER	Ninguno	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
12	D5	Númerico	8	0	YOUTUBE	Ninguno	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
13	D6	Númerico	8	0	FACEBOOK	Ninguno	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
14	SUMA6	Númerico	5	0	D4 (Agrupada)	{1, BAJQ}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
15	SUMA7	Númerico	5	0	D5 (Agrupada)	{1, BAJQ}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
16	SUMA8	Númerico	5	0	D6 (Agrupada)	{1, BAJQ}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON 21:05 6/07/2018

APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO



TURNITIN

Sara Cristina Goicochea de la Cruz

La comunicación y redes sociales en los alumnos de 5° de secundaria del colegio José Abelardo Quiñones 1138, Ate 2018

-- /0

1.1 Realidad Problemática

Los Medios de Comunicación a través del tiempo han evolucionado y estos a su vez han adaptado los cambios tanto en la tecnología como en su estructura y formas de comunicar e informar pues se sabe que estos desde su existencia han sido de gran influencia en las personas, llegando a cambiar incluso las costumbres y creencias, la manera de comportamiento de estos y sobre todo la manera de pensar u opinar de algo o alguien.

Dentro de todo y diversos cambios tecnológicos que han surgido en los medios de comunicación se haya importante el uso de internet y redes sociales. Según informe de la Empresa Opsitel el servicio de internet en nuestro país llega a partir del año 1991 la primera empresa en ofrecer servicio de internet fue la Asociación Red Científica Peruana (RCP).

A partir de la fecha el incremento de las empresas proveedoras que brindaban dicho servicio se hizo más notorio pues este facilitaba el acceso a información y comunicación, recordando este hecho que originó un proceso de cambio en cuanto a la estructura del mercado tenía Internet. En primer lugar, permitió el desarrollo de tecnologías inalámbricas para una transmisión de datos así mismo la asignación de bandas de frecuencia que lo cual permitió el acceso a Internet, pero en este proceso era a menores costos de expansión de red. Por otro lado, las empresas portadoras de larga distancia entrantes tenían la capacidad de conectarse con el backbone (principales conexiones conformadas por un gran número de routers) por ello no era necesario contratar los servicios de conexión internacional de Telefónica del Perú.

Gracias a SIXDEGREES una plataforma Web que ofrecía servicios de Redes Sociales desde los 1997 hasta el 2001 es que también muchas empresas lograron brindar con mayor facilidad el servicio de internet a pequeñas y medianas empresas.

Para el año 2000 la empresa, Telefónica del Perú lanzó el servicio "Speedy", el cual ofrece acceso mediante ADSL y el servicio de Internet para consumo alto, el número de suscriptores llegó a 185,516 en el 2004 del mes de diciembre; además con la aparición de redes sociales en el 2003 es que se incrementa aún más el uso de internet, con las redes

Resumen de coincidencias

16 %

Se están viendo fuentes estándar

[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

Coincidencias

1	repositorio.ucv.edu.pe	7 %
2	eva.universidad.edu.uy	2 %
3	Entregado a Universida...	1 %
4	recursosbiblio.url.edu.gt	1 %
5	www.opsitel.gob.pe	1 %
6	Entregado a Universida...	1 %
7	alicia.concytec.gob.pe	1 %
8	macareo.pucp.edu.pe	1 %
9	www.usacj.mx	1 %
10	dspacex.sheol.univov.es	1 %

Texto de palabras: 9429

Text only Report | High Resolution | Activado

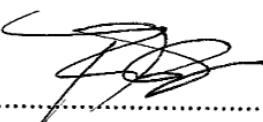
		Publicar	15-may-2018 9:00PM			
INFORME FINAL DE TESIS	0	Comienzo	25-jun-2018 2:29PM	30%	Enviar	Ver
		Fecha de entrega	02-jul-2018 11:59PM			
		Publicar	25-jun-2018 2:40PM			
FINAL DESARROLLO DE TESIS	0	Comienzo	06-jul-2018 5:01AM	15%	Enviar	Ver
		Fecha de entrega	13-jul-2018 5:00AM			
		Publicar	13-jul-2018 1:40AM			

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 08 Fecha : 12-09-2017 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Mg. Ruben Luis Gómez Díaz, docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo sede Campus Ate, revisor (a) de la tesis titulada **"LA COMUNICACIÓN Y LAS REDES SOCIALES EN LOS ALUMNOS DEL 5° SECUNDARIA DEL COLEGIO JOSÉ ABELARDO QUIÑONES ATE 2018"**, del (de la) estudiante **GOICOCHEA DE LA CRUZ, SARA CRISTINA**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Ate, 20 de Julio de 2018



 Mg. Rubén Luis Gómez Díaz
 DNI: 19939774

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

TURNITIN

Sara Cristina Gelcoches de la Cruz | La incorporación y roles sociales en el desarrollo de V° de licenciatura del extranjero, José María Espinosa Martínez, 2019

INFORME PAUL DE TESS		PAUL DE TESS		PAUL DE TESS	
INFORME PAUL DE TESS		Comprova Fecho de entrega Publica	25-jun-2018 13:06 10-06-2018 11:04 25-jun-2018 13:06	10% 	  
PAUL DESARROLLO DE TESS		Comprova Fecho de entrega Publica	05-jun-2018 13:06 15-06-2018 13:06 15-06-2018 13:06	15% 	  



 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 12-09-2017 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo Sara Cristina Goicochea De la Cruz, identificado con DNI N° 74717920, egresado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, autorizo (x), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado:

"LA COMUNICACIÓN Y LAS REDES SOCIALES EN LOS ALUMNOS DEL 5° SECUNDARIA DEL COLEGIO JOSÉ ABELARDO QUIÑONES ATE 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....


 FIRMA

DNI: 74717920

FECHA: 23 de julio del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DEL
Programa de estudios de Ciencias de la Comunicación

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Sara Cristina Goicochea De la Cruz

INFORME TITULADO:

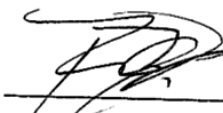
"LA COMUNICACIÓN Y LAS REDES SOCIALES EN LOS ALUMNOS DEL 5°
SECUNDARIA DEL COLEGIO JOSÉ ABELARDO QUIÑONES ATE 2018"

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

SUSTENTADO EN FECHA: 13 de julio de 2018

NOTA O MENCIÓN: 16



Mgtr. RUBEN LUIS GOMEZ DIAZ