



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

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

**Interacción mediada por Instagram y formación de la identidad digital  
en estudiantes del primer año en la carrera profesional de Nutrición y  
Dietética del Instituto Superior Daniel A. Carrión, Sede Cercado de Lima  
– 2016.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

**AUTOR:**

**JOSÉ DIEGO ARENAS RUÍZ**

**ASESOR:**

**Mg. ALFREDO CAUTÍN MARTÍNEZ**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**PROCESOS COMUNICACIONALES PARA LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA**

**LIMA – PERÚ**

**Año 2016**

PÁGINA DE JURADO

.....  
Secretario

.....  
Presidente

.....  
Vocal

## DEDICATORIA

La investigación va dedicada a mis padres, los que me motivan a ser mejor cada día de mi vida, ellos son una de las principales razones por las que hice realidad este sueño. También dedico este estudio a mis hermanas Sarita y Aracelli Arenas por darme su ejemplo en varios momentos que compartimos.

Al distinguido equipo de profesores que componen la rama académica de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación por ampliar mis conocimientos. A mi casa académica, la Universidad César Vallejo, la cual sigue abriendo mentes de personas que poseen el sueño de ser agentes de cambio y mejora para el país. Y a todo aquel que me brindó su ayuda en la exitosa culminación de mi investigación.

José Diego Arenas Ruíz

## AGRADECIMIENTOS

Los resultados de esta investigación, va dirigida a todas las personas que, de un modo u otro, han sido participe de su proceso y culminación. A mi familia, que siempre será mi apoyo incondicional. A mi asesor, por ayudarme en el camino de la investigación, quien me dijo que el tema de estudio me tenía que gustar tanto para estar dispuesto a continuar y no dejarlo. Todavía tengo el brillo en los ojos cuando hablo sobre mi tema de tesis. De todo corazón, que Dios les recompense el doble. Ellos saben a quienes me refiero.

**José Diego Arenas Ruíz**

"El que da, no debe volver a acordarse;  
pero el que recibe nunca debe olvidar."

**(Proverbio hebreo)**

## DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo **José Diego Arenas Ruíz** con **DNI Nº 47723206**, 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.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

**Lima, 28 de noviembre del 2016.**

---

José Diego Arenas Ruíz

El Autor

Presentación:

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada **“Interacción mediada por Instagram y formación de la identidad digital en estudiantes del primer año en la carrera profesional de Nutrición y Dietética del Instituto Superior Daniel A. Carrión, Sede Cercado de Lima – 2016.”**, la misma que someto a consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Ciencias de la Comunicación.

José Diego Arenas Ruíz

El Autor

## ÍNDICE

### CARATULA

Título

Autor

Asesor

Línea De Investigación

### PAGINAS PRELIMINARES

Página de jurado ..... I

Dedicatoria..... II

Agradecimientos ..... III

Declaracion de autenticidad..... IV

Presentación..... V

Índice..... VI

RESUMEN ..... VIII

ABSTRACT..... IX

I. INTRODUCCIÓN..... 1

1.1 Realidad Problemática..... 3

1.2 Trabajos previos..... 4

1.3 Teorías relacionadas al tema ..... 10

1.4 Justificación de la investigación ..... 12

1.5 Formulación del problema..... 14

1.6 Objetivo ..... 15

1.7 Hipótesis ..... 15

II. MÉTODO..... 16

2.1 Diseño de investigación ..... 16

2.2 Variables, operacionalización ..... 17

<b>2.3 Población y muestra .....</b>	<b>27</b>
<b>2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....</b>	<b>27</b>
<b>2.5 Métodos de análisis de datos .....</b>	<b>29</b>
<b>2.6 Aspectos éticos .....</b>	<b>30</b>
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>30</b>
<b>IV. DISCUSIÓN .....</b>	<b>66</b>
<b>V. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>69</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>72</b>
<b>VII.REFERENCIAS .....</b>	<b>73</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>77</b>
<b>• Instrumento .....</b>	<b>77</b>
<b>• Validación del instrumento .....</b>	<b>79</b>
<b>• Matriz de consistencia.....</b>	<b>82</b>
<b>• Carta de presentación .....</b>	<b>83</b>
<b>• Certificado Turnitin.....</b>	<b>84</b>



## RESUMEN

La investigación abordó el tema de la identidad digital y su relación con las interacciones en un grupo de estudiantes que usan Instagram. Es entonces que el objetivo de la investigación fue: Identificar la relación entre la interacción mediada por Instagram y la formación de la identidad digital en estudiantes del primer año en la carrera profesional de Nutrición y Dietética del Instituto Superior Daniel A. Carrión, Sede Cercado de Lima – 2016. La población de esta investigación fue de 101 estudiantes de 18 a 23 años de edad, que usan Instagram. Dentro de la parte de recojo de datos, se usó la técnica por encuestas, y el cuestionario como instrumento; los mismos que permitieron registrar la relación entre la interacción de los jóvenes en Instagram y la formación de la identidad digital de los mismos. En casi todos los individuos participantes del estudio, se descubrió que ellos formaron su identidad 2.0 conscientemente, motivados a poseer más popularidad, mayor visibilidad en la internet y aceptación; exponen su vida diaria, con quién se relacionan. Sin tener cuidado de la consecuencia de sus actos y como se ve afectada el desarrollo personal. A su vez, se identificó que los jóvenes requieren de una serie pautas de control-regulación y competencias digitales-informacionales con el fin de que ellos mismos puedan gestionar de manera adecuada su identidad digital en Instagram.

Palabras clave: Identidad Digital, Interacción, Instagram

## ABSTRACT

The research addressed the issue of digital identity and its relation to interactions in a group of students using Instagram. The objective of the research was: To identify the relationship between the interaction mediated by Instagram and the formation of digital identity in first year students in the professional career of Nutrition and Dietetics of the Daniel A. Carrión Higher Institute, Cercado de Lima - 2016. The population of this research was 101 students 18 to 23 years of age, who use Instagram. Within the data collection part, the technique was used for surveys, and the questionnaire as an instrument; The same ones that allowed to register the relation between the interaction of the youth in Instagram and the formation of the digital identity of the same ones. In almost all individuals participating in the study, they were found to have consciously formed their identity 2.0, motivated to have more popularity, greater visibility on the Internet and acceptance; They expose their daily lives, with whom they relate. Without taking care of the consequence of the acts and how the personal development was affected. At the same time, it was identified that young people require a series of control-regulation guidelines and digital-informational competencies in order to properly manage their digital identity on Instagram.

**Keywords:** Digital Identity, Interaction, Instagram.