



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

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

*Bookstagram* y los hábitos de lectura los y las estudiantes de secundaria de un colegio de Ate,  
2019

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE  
Bachiller en Ciencias de la Comunicación**

**AUTOR:**

Pedro Mario Emanuel Cano Rodriguez (ORCID: 0000-0002-0192-8316)

**ASESOR:**

Dr. Juan Carlos Antón Llanos (ORCID: 0000-0002-7973-9216)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria:

A mi mamá, por todo; a mis hermanas por el apoyo constante; a mis amigos y amigas, por las lecciones, y a mí mismo, por haber llegado hasta acá.

Agradecimientos:

A Dios, por bendecirme constantemente y poner en mi camino personas y situaciones que me demuestran que puedo ser mejor ser humano; a mis abuelos por haber formado una familia culta y de buenos ciudadanos; y a los libros... tampoco estaría donde estoy de no ser por ellos.



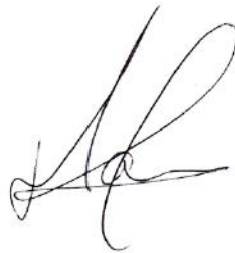
## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Pedro Mario Emanuel Cano Rodriguez, con DNI N° 72041644, 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, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Lima, 19 diciembre del 2019



---

Cano Rodriguez, Pedro Mario Emanuel  
72041644

## ÍNDICE

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
I. INTRODUCCIÓN	3
II. MÉTODO	9
2.1. Tipo y diseño de investigación	9
2.2. Población, muestra y muestreo (incluir criterios de selección)	12
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	12
2.4. Procedimiento	14
2.5. Método de análisis de datos	14
2.6. Aspectos éticos	15
III. RESULTADOS	16
IV. DISCUSIÓN	21
V. CONCLUSIONES	24
VI. RECOMENDACIONES	25
REFERENCIAS	26
ANEXOS	29

## RESUMEN

El objetivo de este estudio fue determinar la relación entre *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución educativa 1227 “Indira Gandhi”. La investigación se realizó empleando un enfoque cuantitativo, de nivel correlacional, diseño no experimental de corte transversal, de tipo básica. La muestra estuvo conformada por los alumnos del 4to y 5to grado de secundaria de las secciones C y D del colegio mencionado.

La investigación arrojó como resultado la existencia de una relación entre *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución educativa 1227 “Indira Gandhi”, concluyendo además que, el contenido de *bookstagram* puede ser usado como herramienta comunicativa para fomentar el hábito de la lectura en estudiantes de secundaria.

**Palabras clave:** *bookstagram*, hábitos de lectura, educomunicación

## ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between *bookstagram* and the reading habits of high school students of the 1227 Indira Gandhi's High School. The research was carried out using a quantitative approach, a correlational level, a non-experimental cross-sectional design and a basic type. The sample consisted of the students of the 4<sup>th</sup> and 5<sup>th</sup> grade of secondary school in sections C and D of the mentioned school.

The investigation showed the existence of a relationship between *bookstagram* and the reading habits of high school students of the 1227 Indira Gandhi's High School, and also concludes that *bookstagram* content can be use as a communicative tool to promote the reading habit in high school students.

**Keywords:** *bookstagram*, reading habits, educommunication.



## I. INTRODUCCIÓN

### **Realidad problemática**

Con la web 2.0. se dio la aparición de los blogs y posteriormente la de las redes sociales virtuales, espacios donde las personas pasaron de ser un usuario más de estas plataformas a convertirse en creadores de contenido, término designado para aquellos y aquellas internautas cuyo contenido produce un impacto social y cultural en su comunidad virtual.

Una de estas comunidades es *bookstagram* en Instagram, conformada, en su mayoría, por jóvenes usuarios que poseen el hábito de la lectura y jóvenes lectores y lectoras que se convierten en creadores de contenido al usar esta plataforma para hablar sobre libros.

En Lima, son más de 25 *bookstagramers* los y las que comparten contenido sobre libros constantemente a través de los distintos canales de difusión que ofrece Instagram. Estos creadores de contenido han encontrado un espacio de expresión y discusión sobre los libros que leen y proporcionan uno a otros lectores; uno donde tanto emisores como receptores, a través de comentarios y mensajes, desarrollan su comprensión lectora en nivel literal, inferencial y crítico, y la lectura activa como se debería realizar en las escuelas.

Por ello, resulta de suma importancia reconocer el espacio de participación, aprendizaje, socialización y entretenimiento que han creado compartiendo contenido sobre libros en Instagram, para considerar hacer uso de este material con el fin de fomentar el hábito de la lectura en escuelas.

### **Trabajos previos**

#### **Internacionales**

Hammoudi (2018). *The Bookstagram Effect: Adolescents' Voluntary Literacy Engagement on Instagram*. Tesis de Maestría. Universidad Concordia, Canadá. Describe a la comunidad *bookstagramer* y explora las experiencias de adolescentes *bookstagramers* para entender qué los motiva a tener un compromiso voluntario con la literatura y compartirlo en Instagram. Este estudio contó con un enfoque cualitativo, fue de nivel básico y trabajó con 10 adolescentes *bookstagramers* de Canadá, Estados Unidos, Italia, Francia, Venezuela y Australia, que tenían entre 14 y 17 años, a través de entrevistas semi-estructuradas. La autora llegó a concluir cuáles son las motivaciones de los *bookstagramers* respecto a la lectura y la

creación de contenido sobre libros, sus percepciones sobre la comunidad a la que pertenecen y la autoidentificación sobre el rol que cumplen dentro de ella [Traducción propia].

Rossini (2016). *Administrators' Perceptions of Using Social Media as a Tool for Learning*. Tesis de Doctorado. Instituto Politécnico y Universidad Estatal de Virginia, Estados Unidos. Examinó si los directores de colegios consideraban que las redes sociales virtuales podrían ser usadas como herramientas de aprendizaje en las escuelas. Este estudio de tipo mixto usó encuestas y entrevistas como técnicas de recolección de datos; la población estuvo conformada por 10 mil directores y asistentes de dirección de escuelas públicas a lo largo de Estados Unidos y el instrumento fue aplicado a 12 personas, entre directores y asistentes de dirección. La investigación concluyó que los directores y asistentes de dirección consideran a las redes sociales virtuales como herramientas de aprendizaje; sin embargo, indicaron que son necesarias políticas y/o parámetros en el uso de redes sociales virtuales y capacitación profesional para unir estas plataformas con el aprendizaje [Traducción propia].

### **Nacionales**

Tejada (2017). *Las redes sociales como canales útiles en el acercamiento de jóvenes universitarios de pregrado de Lima al mundo científico: la experiencia en Facebook de "MASATO: más saber para todos*. Tesis de Maestría. Pontificia Universidad Católica del Perú. El objetivo de este estudio fue demostrar el aporte de las redes sociales virtuales digitales como vehículo para difundir cultura científica a través de estas a los jóvenes. Esta investigación cualitativa, tipo aplicada, usó como instrumentos entrevistas y focus group, aplicados en jóvenes universitarios, docentes universitarios, investigadores en ciencias, comunicadores y diseñadores. Se llegó a concluir que las redes sociales virtuales digitales eliminan la segregación entre espacios sociales, de ocio y aprendizaje, juntando estas actividades y permitiendo la realización de comunicación científica acorde a los intereses de jóvenes universitarios de la capital.

### **Bases teóricas**

Desde su aparición, el concepto *bookstagram* ha ido cambiando en relación al contenido que cada *booktagramer* ha ido publicando y las herramientas que el propio Instagram ha provisto para sus usuarios.

Es así como tomamos el concepto de Naseem, citado en Jaakkola (2019) quien explica que *bookstagram* “un espacio online en Instagram donde las personas publican fotos y videos de libros y hablan de cosas de lectores” (p. 93) [Traducción propia].

Cabe mencionar que antes de la aparición de los *bookstagramers* en Instagram, existieron los *bloggers* literarios y los *booktubers*, creadores de contenido cuya propuesta fue similar a la de *bookstagram* en blogs y Youtube, respectivamente.

Uno de los tipos de comunicación que los *bookstagramers* emplean, se identifica la comunicación verbal, la cual según Bulut (2016) es “una forma de comunicación en la cual se da la comunicación cara a cara y el uso efectivo del lenguaje” (p. 2864) [Traducción propia].

Este tipo de comunicación la encontramos en los videoblogs que *bookstagramers* suben a sus perfiles a través de Instagram Television (IGTV), en los textos que van en las descripciones de sus fotografías y en la interacción que se da a través de sus publicaciones en sus perfiles e instagram stories.

Las fotografías de libros compartidas en sus perfiles de Instagram y su *feed* (página principal del perfil donde aparecen todas sus publicaciones) dentro de la red social virtual, forman parte de la comunicación visual que realizan los *bookstagramers*.

Sobre este tipo de comunicación, Ferrer y Gómez. (2013) explican que así como se estudia la disposición de las palabras, la forma del texto, sus significados y contenido, de igual manera se estudian los elementos (qué representan, cómo nos comunican los mensajes y cómo se relacionan), la forma y la estructura de la imagen (p. 8).

Se entiende que, la comunicación visual resulta importante en redes sociales virtuales por la capacidad de difusión de información, influencia sobre el público y la percepción de este frente a imágenes. El sumar la fotografía y los videos a la acción de hablar sobre libro a través de redes sociales virtuales optimiza el contenido de los creadores de contenido de literatura en internet.

Una de las actividades elementales en el desarrollo cognitivo del ser humano, que con el pasar del tiempo ha ido perdiendo relevancia por parte de la sociedad y los esfuerzos desde

las escuelas por promover su realización no han siempre han sido exitosos, ha sido el de la lectura.

Ulu (2019) explica que el hábito de la lectura es una capacidad importante que las personas deben adquirir a fin de realizar esta actividad por placer después de haber aprendido cómo leer. Definido como un desempeño individual, el hábito de la lectura ocurre como resultado al percibirlo como una necesidad constante y regular a lo largo de nuestras vidas (p. 170) [Traducción propia].

Si bien el ser humano está obligado a leer a diario (letreros, textos difundido a través de la televisión, el internet, etc), en la presente investigación se liga el hábito de la lectura a la acción de leer obras literarias, considerándose el bajo nivel de lectoría de literatura, por parte de los adolescentes y jóvenes, que se evidencia en la vida misma y en encuestas relacionadas al libro que se han realizado en el país.

Una de las causas que se identifican cuando se plantea la interrogante “¿Por qué los adolescentes y jóvenes no leen?” ligada a la lectura de obras literarias, es la falta de motivación.

Núñez (2009) sostuvo que, la motivación puede ser considerada como un proceso relacionado a la conducta, donde interviene la activación, dirección y persistencia de esta. Asimismo, posee indicadores como el grado de activación, la elección entre varias posibilidades de acción y la concentración en la atención y perseverancia frente a una actividad o tarea (p. 43).

A partir de ello entendemos que, la motivación relacionada a la lectura debe de ser activada, direccionarse y ser persistente para poder desarrollar un hábito. Aunque esta sea una acción interna, el entorno de un individuo puede lograr que otro pueda realizarla haciendo uso de diferentes acciones o poniendo en marcha estrategias orientadas a hacer que la otra persona realice algo.

### **Teorías relacionadas**

Teoría de la variable X: Scolari, citado en Tejada (2017), explica que la ecología de los medios, como teoría de la comunicación, se refiere al ambiente creado por las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) que afectan a los sujetos que las emplean,

configurando sus mecanismos tanto de percepción como de respuesta y cognición. Scolari, además, propone que a través de la ecología de los medios se pueden entender los procesos actuales que generan una relación entre el ecosistema de medios y los nativos digitales (p. 15).

Teoría de la variable Y: Chiappe y Arias (2016) explican que la educomunicación puede ser entendida como la educación en medios de comunicación, los procesos de educación que ejecutan los comunicadores y el reconocimiento de la educación como fenómeno comunicativo, de acuerdo a las implicaciones prácticas y teóricas sometidas por diversos estudiosos al abordar el tema (p. 469).

## **Formulación del problema**

### **Problema general**

¿Existe relación entre *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”?

### **Problemas específicos**

¿Existe relación entre la comunicación verbal de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”?

¿Existe relación entre la comunicación visual de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”?

## **Justificaciones**

### **Justificación práctica**

Se pretende contribuir al estudio de estrategias y herramientas que fomenten el hábito de la lectura en estudiantes de Educación Básica Regular de nivel secundaria del Perú.

### **Justificación teórica**

Se busca establecer la relación entre *bookstagram* y los hábitos de la lectura de estudiantes de Educación Básica Regular de nivel secundaria del Perú.

### **Justificación metodológica**

Se pretende contribuir a la teoría de la educomunicación sobre el uso de las TICS, teniendo en cuenta el contexto social, cultural, educativo y tecnológico que se vive y desarrolla en nuestros días.

### **Planteamiento de objetivos**

#### **Objetivo general**

Determinar la relación entre *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución educativa 1227 “Indira Gandhi”.

#### **Objetivos específicos**

Determinar la relación entre la comunicación verbal de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución educativa 1227 “Indira Gandhi”.

Determinar la relación entre la comunicación visual de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución educativa 1227 “Indira Gandhi”.

### **Planteamiento de hipótesis**

#### **Hipótesis general**

Existe relación entre *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”.

#### **Hipótesis específicas**

Existe relación entre la comunicación verbal de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”.

Existe relación entre la comunicación visual de *bookstagram* y los hábitos de lectura en los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Tipo y diseño de investigación**

#### **2.1.1. Enfoque: Cuantitativo**

Este enfoque ha sido escogido de acuerdo a lo dispuesto por la Dirección de Investigación del Centro de Estudios desde donde procede esta investigación. Mohamed (2011), explica que “se concentra en medir circunstancias e implica recopilar y analizar datos numéricos, así como aplicar pruebas estadísticas. Si un estudio de investigación arroja datos cuantificables, se le denomina un estudio cuantitativo” (p.17) [Traducción propia]. Es decir, a través de números conoceremos si la hipótesis planteada es válida o nula.

#### **2.1.2. Tipo de investigación: Básica**

El presente estudio es uno tipo básico, debido que a posteriori los resultados no serán aplicados en algún programa o proyecto por el investigador. Barboza (2008) explica que este tipo de investigación pretende someter a prueba una teoría con ninguna o escasa intención de aplicar sus resultados en problemas prácticos (p. 38). Por lo tanto, el presente trabajo de investigación formará parte de los textos científicos relacionados al tema.

#### **2.1.3. Nivel: correlacional**

El presente estudio está siendo desarrollado con un nivel correlacional. Por su parte, Hernández, Fernández, y Baptista (2010) precisan que el nivel correlacional busca conocer el grado de asociación o relación entre dos o más variables en un contexto (p. 81). Es por ello que se pretende conocer el grado de relación entre las variables planteadas.

#### **2.1.4. Diseño: no experimental de corte transversal**

De acuerdo a los objetivos establecidos, se ha visto conveniente realizar un estudio de diseño no experimental de corte transversal. Los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010) explican que consiste en observar fenómenos tal cual se dan en su contexto natural para luego analizarlos (p. 149), y asimismo, que en la investigación transversal la recolección de datos se realiza una sola vez. Tiene como objetivo describir variables y analizar su interrelación e incidencia (p. 151).

Entonces, la investigación se realizará una sola vez y no se llevará a cabo ningún experimento.

#### 2.1.5. **Método: hipotético**

Para el desarrollo del estudio se han planteado supuestos Hernández, Fernández, y Baptista (2010) explican que las hipótesis son [...] premisas en un estudio o investigación. Las hipótesis señalan lo que tratamos de probar y se entienden como explicaciones tentativas del fenómeno investigado [...]. Son respuestas provisionales a las preguntas de investigación (p. 92).



## Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rango
<b>BOOKSTAGRAM</b>	<p><i>Bookstagram</i> es un espacio online en Instagram donde las personas publican fotos y videos de libros y hablan de cosas de lectores (Jakkola, 2019, p. 93).</p>	<p><i>Bookstagram</i> es una comunidad en Instagram, en su mayoría conformada por jóvenes creadores de contenido, que usan esta red social virtual para hablar sobre libros a través de fotografías, textos y videos.</p>	<b>COMUNICACIÓN VERBAL</b>	Vlogs	1-6	<p><b>Escala Likert</b>                      1: Nunca                      2: Casi Nunca                      3: Ocasionalmente                      4: Casi Siempre                      5: Siempre</p>	
				Texto			
				Interacción			
			<b>COMUNICACIÓN VISUAL</b>	Fotos	7 - 10		
Feed							
<b>HÁBITOS DE LECTURA</b>	<p>El hábito de la lectura es una habilidad importante que las personas deben adquirir a fin de realizar esta actividad por placer después de haber aprendido cómo leer. Definido como un desempeño individual, el hábito de la lectura ocurre como resultado al percibirlo como una necesidad constante y regular a lo largo de nuestras vidas (Ulu, 2019, p. 170).</p>	<p>El hábito de la lectura es una actividad que implica la comprensión de textos, así como la constancia y el gusto en relación a esta costumbre.</p>	<b>MOTIVACIÓN</b>	Activación	11 - 16	<p><b>Escala Likert</b>                      1: Nunca                      2: Casi Nunca                      3: Ocasionalmente                      4: Casi Siempre                      5: Siempre</p>	<p><b>Bajo Intermedio Alto</b></p>
				Dirección			
				Persistencia			

## **2.2. Población, muestra y muestro**

### **2.2.1. Población:**

Lopez (2004) explica que es el conjunto de objetos o personas de los que se quiere conocer algo (p. 69). En este caso, la población está conformada por los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 "Indira Gandhi".

### **2.2.2. Muestra:**

Esta es una parte del objeto de estudio. En términos teóricos, Hernández, Fernández y Baptista (2010) la definen como aquella donde no es la probabilidad, sino las causas relacionadas con las características del estudio o de quien hace la muestra el factor del cual depende la elección de los elementos a investigar (p. 176).

### **2.2.3. Muestreo:**

Solo una parte de la población seleccionada está familiarizada con *bookstagram*, y esta está conformada por los y las estudiantes del 4to y 5to grado de secundaria de las secciones "C" y "D", siendo un total de 106 alumnos. A fin de obtener datos exactos y considerando la cantidad de individuos que conforma la muestra, se ha decidido trabajar con un muestreo censal, que explica Hayes (1999), puede ser aplicada cuando la cantidad de personas de la muestra es la misma a la de una población relativamente pequeña (p. 56).

## **2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.3.1. Técnica: Encuesta**

Se decidió usar la encuesta como técnica de medición de datos. Hackett (1981) explica que varios autores la definen como un método de recolección de datos, una herramienta que sirva en el proceso de recopilación de información (p. 599) [Traducción propia].

### 2.3.2. Instrumento de recolección de datos: Cuestionario

El cuestionario nos ayudará a poder medir las respuestas de los encuestados y encuestadas. Hernández, Fernández, y Baptista (2010). sostienen que es un conjunto de preguntas que surgen del desglose de una o más variables (p. 217).

**2.3.3. Validez del instrumento:** Este proceso es fundamental para proceder a la aplicación del instrumento, y debe ser sometido al análisis de expertos. Kural (2018) define la validez como “un término general relacionado a preguntas sobre lo que la investigación está evaluando. Sirve para conocer si nuestra encuesta nos proporcionará la información de acuerdo a nuestras preguntas, si mide o no lo que intentamos medir” (p. 343) [Traducción propia].

Tabla N° 01: *Juicio de Expertos*

La validación del instrumento fue realizada por los siguientes docentes:

N°	Apellidos y Nombres	Grado	Resultado
1	Pariona Benavides, Mariela Teresa	Magister	Aplicable
2	Antón Llanos, Juan Carlos	Doctor	Aplicable
3	García Jimenez, Moisés Gustavo	Magister	Aplicable

**Fuente:** Autoría del investigador

### 2.3.4. Confiabilidad:

También fundamental en la investigación científica es definida por la Asociación Americana de Psicología, la de Investigación Educativa y el Consejo Nacional de Medición de los Estándares de Educación para Pruebas Educativas y Psicológicas, citados en Kim y Livingston (2017) como “la consistencia de las puntuaciones a través de las respuestas del proceso de evaluación” [Traducción propia] (p. 2).

Tabla N° 02: *Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	10	100.0
	Excluido	0	,0
	Total	10	100,0

**Fuente:** Autoría del investigador

El nivel de confiabilidad fue medido a través del Alfa de Cronbach, el cual debería ser mayor o igual a 0.8.

Cronbach citado en Vaske, Beaman, y Sponarski (2017) explica que el Alfa de Cronbach es comúnmente empleado para examinar la confiabilidad de los ítems (p. 163).

Tabla N° 03: *Alfa de Cronbach*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de elementos</b>
,810	16

*Fuente:* Autoría del investigador

Figura N° 01: Coeficiente de fiabilidad

<b>Rangos</b>	<b>Magnitud</b>
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

*Fuente:* Ruiz, C. (2002) y Palella, S. y Martins, F. (2003) en Corral, Y (2009).

La encuesta piloto arrojó un resultado de 0.810 de Alfa de Cronbach, la cual indica una magnitud “Muy Alta” debido a que se encuentra dentro del rango de 0.8 y 1.00, evidenciado en la figura N° 01.

**2.4. Procedimiento:** Valiéndose de la encuesta como instrumento de estudio, las etapas del mismo son:

1ra etapa: Preparación de material para la encuesta

2da etapa: Autorización de Institución Educativa para realizar la encuesta

3ra etapa: Aplicación de las encuestas, registro de datos y procesamiento a través del SPSS

## **2.5. Método de análisis de datos**

**2.5.1. Método Descriptivo:** Este método ha sido seleccionado debido a que se describirán las variables seleccionadas para su investigación. Según Calduch (2014) es aquel en el cual se realiza una exposición detallada y exhaustiva, a través de números, gráficos y/o texto de lo que se investiga (p. 29).

**2.6. Aspectos éticos:** Para la presente investigación se solicitaron los permisos correspondientes a las autoridades de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi” para la aplicación del instrumento.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Análisis Descriptivo

Figura N°2: Comunicación Verbal

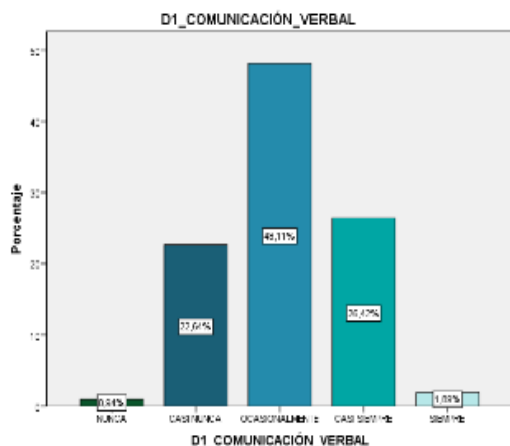


Tabla N°4: Comunicación Verbal

COMUNICACIÓN VERBAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	0,9	0,9	0,9
	Casi Nunca	24	22,6	22,6	23,6
	Ocasionalmente	51	48,1	48,1	71,7
	Casi Siempre	28	26,4	26,4	98,1
	Siempre	2	1,9	1,9	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Autoría del investigador

**Interpretación:** El 0.9% de los y las estudiantes encuestados indica que nunca se ha relacionado con la comunicación verbal de los *bookstagramers*, el 22,6% indica que casi nunca lo ha hecho, el 48,1% indica que ocasionalmente lo hace, el 26,4 indica que casi siempre lo hace y un 1,9% afirma que siempre lo hace.

Figura: N°3: Comunicación Visual

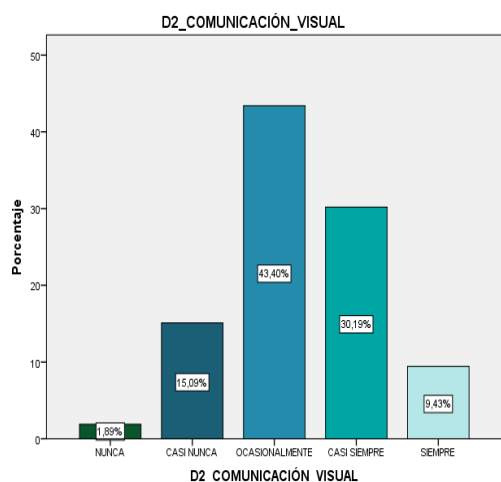


Tabla N°5: Comunicación Visual

COMUNICACIÓN VISUAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	1,9	1,9	1,9
	Casi Nunca	16	15,1	15,1	17,0
	Ocasionalmente	46	43,4	43,4	60,4
	Casi Siempre	32	30,2	30,2	90,6
	Siempre	10	9,4	9,4	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Autoría del investigador

**Interpretación:** El 1.9% de los y las estudiantes encuestados indica que nunca se ha relacionado con la comunicación visual de los *bookstagramers*, el 15,1% indica que casi nunca lo ha hecho, el 43,4% indica que ocasionalmente lo hace, el 30,2 indica que casi siempre lo hace y un 9,4% afirma que siempre lo hace.

Figura N° 4: Motivación

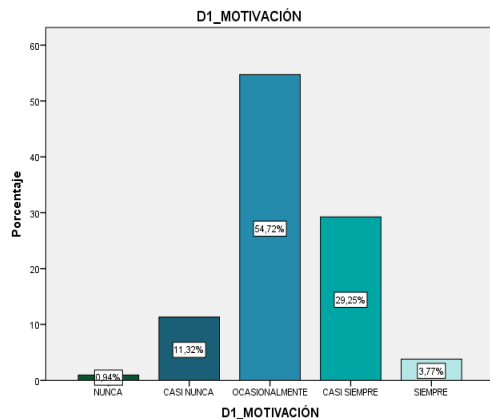


Tabla N°6: Motivación

MOTIVACIÓN		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	0,9	0,9	0,9
	Casi Nunca	12	11,3	11,3	12,3
	Ocasionalmente	58	54,7	54,7	67,0
	Casi Siempre	31	29,2	29,2	96,2
	Siempre	4	3,8	3,8	100,0
Total		106	100,0	100,0	

Fuente: Autoría del investigador

**Interpretación:** El 0.9% de los y las estudiantes encuestados indica que nunca se sentido motivado por *bookstagram*, el 11,3% indica que casi nunca lo ha hecho, el 54,7% indica que ocasionalmente lo hace, el 29,2 indica que casi siempre lo hace y un 3,8% afirma que siempre lo hace.

### 3.2. Descripción de resultados

#### 3.2.1. Contrastación de hipótesis

Teniendo en cuenta el Coeficiente de Correlación de Rho Spearman, podremos determinar el grado de correlación de las hipótesis planteadas.

Tabla N°7 Escala de Coeficiente de Rho Spearman

-0.90	=	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	=	Correlación negativa muy considerable
-0.50	=	Correlación negativa media
-0.25	=	Correlación negativa débil
-0.10	=	Correlación negativa muy débil
0.00	=	No existe relación alguna entre las variables
+0.10	=	Correlación positiva muy débil
+0.25	=	Correlación positiva débil
+0.50	=	Correlación positiva media
+0.75	=	Correlación positiva considerable
+0.90	=	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	=	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010, p. 312).

### Regla de decisión

Si  $\alpha < 0,05$  se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alternativa ( $H_1$ ).

Si  $\alpha > 0,05$  se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se rechaza la hipótesis alternativa ( $H_1$ ).

### Hipótesis General

**H<sub>I</sub>:** Existe relación entre *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”.

Tabla N°8

			BOOKSTAGRAM	HÁBITOS DE LECTURA
Rho de Spearman	BOOKSTAGRAM	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 106	,710** ,000 106
	HÁBITOS DE LECTURA	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,710** ,000 106	1,000 . 106

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

**Interpretación:** El resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual a 0.710 puntos, por lo que se afirma que existe relación positiva media entre la variable 1, *bookstagram*, y la variable 2, hábitos de lectura. Esta premisa se sustenta en lo determinado por el coeficiente en mención, donde con un nivel de significancia menor a 0.05 se acepta la hipótesis y mayor a 0.05 se rechaza.

### Hipótesis específica 1

**H<sub>I</sub>:** Existe relación entre la comunicación verbal de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la comunicación verbal de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”.



Tabla N°9

			HÁBITOS DE LECTURA	COMUNICACIÓN VERBAL
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN VERBAL	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 106	,611** ,000 106
	HÁBITOS DE LECTURA	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,611** ,000 106	1,000 . 106
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

**Interpretación:** El resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual a 0.611 puntos, por lo que se afirma que existe relación positiva media entre la dimensión 1, comunicación verbal, y la variable 2, hábitos de lectura. Esta premisa se sustenta en lo determinado por el coeficiente en mención, donde con un nivel de significancia menor a 0.05 se acepta la hipótesis y mayor a 0.05 se rechaza.

### Hipótesis específica 2

**H1:** Existe relación entre la comunicación visual de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”.

**H0:** No existe relación entre la comunicación visual de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”.

Tabla N°10

			HÁBITOS DE LECTURA	COMUNICACIÓN VISUAL
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN VISUAL	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 106	,685** ,000 106
	HÁBITOS DE LECTURA	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,685** ,000 106	1,000 . 106
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

**Interpretación:** El resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual a 0.685 puntos, por lo que se afirma que existe relación positiva media entre la dimensión 2, comunicación visual, y la variable 2, hábitos de lectura. Esta premisa se sustenta en lo determinado por el coeficiente en mención, donde con un nivel de significancia menor a 0.05 se acepta la hipótesis y mayor a 0.05 se rechaza.

#### IV. DISCUSIÓN

Como objetivo general de esta investigación se propuso determinar la relación entre *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución educativa 1227 “Indira Gandhi”, objetivo alcanzado con los resultados que arroja el coeficiente de correlación de Spearman (0.710), los cuales demuestran la existencia una relación positiva media entre *bookstagram* y los hábitos de lectura. Con este resultado se reafirma lo explicado por Chiappe y Arias (2016) sobre educomunicación, entendida como una teoría que propone la educación en medios de comunicación, los procesos de educación que ejecutan los comunicadores y el reconocimiento de la educación como fenómeno educativo, de acuerdo a las implicaciones prácticas y teóricas sometidas por diversos estudiosos al abordar el tema. Asimismo, el presente trabajo respalda las conclusiones elaboradas por Tejada (2017), donde al final de su investigación sobre la difusión de cultura científica dirigida a jóvenes universitarios en Facebook, sostiene que las redes sociales virtuales fortalecen la difusión de este tipo de contenido y borran distinción entre espacios sociales, de ocio y de aprendizaje. Paradigma similar al que se propone en esta tesina y el cual se ve apoyado en los resultados presentados.

El objetivo específico 1 fue determinar la relación entre la comunicación verbal de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución educativa 1227 “Indira Gandhi”, objetivo alcanzado con los resultados que arroja el coeficiente de correlación de Spearman (0.611), los cuales demuestran la existencia una relación positiva media entre la comunicación verbal de *bookstagram* y los hábitos de lectura. Por ello, este resultado va acorde con lo que sostiene Scolari, citado en Tejada (2017), sobre la ecología de medios, donde hace referencia al ambiente creado por las TIC’s y la influencia sobre los sujetos que la emplean, moldeando sus mecanismos de percepción, respuesta y cognición. Asimismo, para la mejor comprensión de este resultado en relación con la población de esta investigación, podemos leer a Tejada (2017), quien sostiene que la eliminación de la segregación de espacios sociales, de ocio y aprendizaje se debe a que las redes sociales virtuales permiten usar una comunicación a fin a los intereses de los nativos digitales (adolescentes y jóvenes).

El objetivo específico 2 fue determinar la relación entre la comunicación visual de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución

educativa 1227 “Indira Gandhi”, objetivo alcanzado con los resultados que arroja el coeficiente de correlación de Spearman (0.685), los cuales demuestran la existencia una relación positiva media entre la comunicación visual de *bookstagram* y los hábitos de lectura. Nuevamente se hace mención a Scolari, citado en Tejada (2017), y lo sostenido respecto a la ecología de medios, donde hace referencia al ambiente creado por las TIC’s y la influencia sobre los sujetos que la emplean, configurando sus mecanismos tanto de percepción, como de respuesta y cognición. De igual manera se vuelve a mencionar a Tejada (2017), quien sostiene que la eliminación de la segregación entre espacios sociales, de ocio y aprendizaje se debe a que las redes sociales virtuales permiten usar una comunicación a fin a los intereses de los nativos digitales (adolescentes y jóvenes).

Hipótesis general: Existe relación entre *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”. Los resultados han validado esta suposición al arrojar un coeficiente de correlación de 0.710 puntos. Esto puede ser contrastado con las conclusiones planteadas por Tejada (2017) donde al final de su investigación sobre la difusión de comunicación científica a través de Facebook y dirigida a jóvenes universitarios, sostiene que las redes sociales virtuales fortalecen la difusión de este tipo de contenido y borran distinción entre espacios sociales, de ocio y de aprendizaje; y Rossini (2016), cuya investigación concluyó que la mayoría de los directores y asistentes de dirección de escuelas públicas entrevistados a lo largo de Estados Unidos, indicaron que apoyan el uso de las redes sociales virtuales como herramienta para el aprendizaje.

Hipótesis específica 1: Existe relación entre la comunicación verbal de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”. Los resultados han validado esta suposición al arrojar un coeficiente de correlación de 0.611 puntos. Asimismo, se confirma esta hipótesis con lo hallado por Tejada (2017), quien sostiene que la eliminación de la distinción entre espacios de ocio, sociales y de aprendizaje se debe a que las redes sociales virtuales permiten usar una comunicación a fin a los intereses de los nativos digitales (adolescentes y jóvenes); y Rossini. (2016), quien identificó que los directores y asistentes de dirección de escuelas públicas entrevistados a lo largo de Estados Unidos, indicaron que apoyan el uso de prácticas informales de aprendizaje y que necesitan entender los posibles usos de este aprendizaje en la estructura [de aprendizaje] formal dentro de las escuelas.

Hipótesis específica 2: Existe relación entre la comunicación visual de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”. Los resultados han validado esta suposición al arrojar un coeficiente de correlación de 0.685 puntos. Asimismo, esta hipótesis queda validada por lo expuesto por Tejada (2017), quien sostiene que la eliminación de la segregación entre espacios sociales, de ocio y de aprendizaje se debe a que las redes sociales virtuales permiten usar una comunicación a fin a los intereses de los nativos digitales (adolescentes y jóvenes); y Rossini (2016), quien identificó que los directores y asistentes de dirección de escuelas públicas entrevistados a lo largo de Estados Unidos, indicaron que apoyan el uso de prácticas informales de aprendizaje y que necesitan entender los posibles usos de este aprendizaje en la estructura [de aprendizaje] formal dentro de las escuelas.

## **V. CONCLUSIONES**

Existe relación entre *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la institución educativa 1227 “Indira Gandhi”.

Existe relación entre la comunicación verbal de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi.

Existe relación entre la comunicación verbal de *bookstagram* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Considerar el uso de *bookstagram* como herramienta comunicativa en estrategias pedagógicas para fomentar el hábito de la lectura en estudiantes de secundaria de Educación Básica Regular.

Seleccionar al *bookstagramer* cuya comunicación verbal en Instagram sirva de apoyo para el o la docente, de acuerdo a los objetivos que pretenda alcanzar para con sus alumnos en función al fomento del hábito de la lectura.

Seleccionar al *bookstagramer* cuya comunicación visual en Instagram sirva de apoyo para el o la docente, de acuerdo a los objetivos que pretenda alcanzar para con sus alumnos en función al fomento del hábito de la lectura.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barboza, L. (2008). Investigación básica, aplicada y evaluativa. Cuestiones de campo e implicancias para Uruguay. *Páginas de educación*, 1 (1), 35-54. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6761468>

Bulut, M. (2016). Effect to Micro Teaching Applications Practiced by the Preservice Teachers in the Scope of First Turkish Reading and Writing Lesson on Their Verbal Communication Skills. *Universal Journal of Educational Research*, 4(12), 2863-2874. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=EJ1181246&lang=es&site=ehost-live>

Calduch, R. (2014). *Métodos y técnicas de investigación internacional*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <https://www.ucm.es/data/cont/docs/835-2018-03-01-Metodos%20y%20Tecnicas%20de%20Investigacion%20Internacional%20v2.pdf>

Chiappe, A. y Arias, V. (2016). La educomunicación en entornos digitales: un análisis desde los intercambios de información. *Opción*, 32 (7), 461 - 479. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048480028.pdf>

Corral, Y. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *Revista Ciencias de la Educación*, 19 (33), 229 – 247. Recuperado de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>

Ferrer, A. y Gómez, D. (2013). *Imagen y comunicación visual*. España: Universitat Orbeta de Catalunya. Recuperado de [https://capdtron.files.wordpress.com/2013/03/iml-m1\\_imagen-y-comunicacion-visual.pdf](https://capdtron.files.wordpress.com/2013/03/iml-m1_imagen-y-comunicacion-visual.pdf)

Hackett, G. (2011). Survey Research Methods. *Journal of Counseling & Development*, 59(9), 599 - 604. Recuperado de <https://doi.org/10.1002/j.2164-4918.1981.tb00626.x>



Hammoudi, R. (2018). *The Bookstagram Effect: Adolescents' Voluntary Literacy Engagement on Instagram*. (Tesis de Maestría). Universidad de Concordia. Quebec, Canadá. Recuperado de [https://spectrum.library.concordia.ca/983966/1/Hammoudi\\_MA\\_F2018.pdf](https://spectrum.library.concordia.ca/983966/1/Hammoudi_MA_F2018.pdf)

Hayes, B. (1999). *Cómo medir la satisfacción del cliente: desarrollo y utilización de cuestionarios*. 2da ed. España: Gestión.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ta edición). México: Mc. Graw Hill.

Jaakkola, M. (2019). From re-viewers to me-viewers: The #Bookstagram review sphere on Instagram and the uses of perceived platform and genre affordances. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 10(1/2), 91-110. Recuperado de [https://doi.org/10.1386/iscc.10.1-2.91\\_1](https://doi.org/10.1386/iscc.10.1-2.91_1)

Kim, S. y Livingston, S. (2017). *Accuracy of a Classical Test Theory-Based Procedure for Estimating the Reliability of a Multistage Test*. Informe de Investigación. ETS RR-17-02. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=EJ1168393&lang=es&site=ehost-live>

Kural, F. (2018). Does Indirect Writing Assessment Have Any Relevance to Direct Writing Assessment? Focus on Validity and Reliability. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 14 (4), 342 - 351. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=EJ1201923&lang=es&site=ehost-live>

López, P. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Punto Cero*. 09(08), 69-74. Recuperado de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es).

Mohamed, H. (2011). *Social media use among NMMU students* (Tesis de Maestría). Universidad Metropolitana Nelson Mandela. Puerto Elizabeth, Sudáfrica. Recuperado de

[http://vital.seals.ac.za:8080/vital/access/manager/Repository/vital:9274?site\\_name=GlobalView](http://vital.seals.ac.za:8080/vital/access/manager/Repository/vital:9274?site_name=GlobalView)

Núñez, J. (2009). *Motivación, aprendizaje y rendimiento académico*. Trabajo presentado en el X Congreso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia. Braga, Portugal. Recuperado de: <http://www.educacion.udc.es/grupos/gipdae/documentos/congreso/Xcongreso/pdfs/cc/cc3.pdf>

Rossini, E. (2016). *Administrators' Perceptions of Using Social Media as a Tool for Learning*. (Tesis de Doctorado). Instituto Politécnico y Universidad Estatal de Virginia. Estados Unidos, Virginia. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/b620/a26501bc482009721791798ec778759b89ed.pdf>

Tejada, M. (2017). *Las redes sociales virtuales como canales útiles en el acercamiento de jóvenes universitarios de pregrado de Lima al mundo científico: la experiencia en Facebook de "MASATO: más saber para todos"* (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9820>

Ulu, H. (2019). Examining the Relationships between the Attitudes towards Reading and Reading Habits, Metacognitive Awarenesses of Reading Strategies, and Critical Thinking Tendencies of Pre-Service Teachers. *Internacional Journal of Contemporary Educational Research*, 6(1), 169-182. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=EJ1219521&lang=es&site=ehost-live>

Vaske, J., Beaman, J. y Sponarski, C. (2017). Rethinking Internal Consistency in Cronbach's Alpha. *Laisure Sciences*, 39 (2). 163-173. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/01490400.2015.1127189>

**ANEXOS**  
**ANEXO 1**

**Cuestionario**

**“Bookstagram y los hábitos de lectura de estudiantes de secundaria de un colegio de Ate, 2019”**

**OBJETIVO:** Explicar la relación entre los *bookstagramers* y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución educativa 1227 “Indira Gandhi”.

**INSTRUCCIONES:** Lee cuidadosamente las siguientes preguntas y afirmaciones y marque la alternativa que Ud., crea conveniente, teniendo en cuenta las siguientes alternativas.

Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

ÍTEM	PREGUNTAS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	¿Con qué frecuencia ves videoblogs de <i>bookstagramers</i> ?					
2	¿Gustas que los <i>bookstagramers</i> te recomienden obras literarias a través de videoblogs?					
3	¿Con qué frecuencia lees el texto que acompañan las publicaciones de los <i>bookstagramers</i> ?					
4	¿Gustas que los <i>bookstagramers</i> te recomienden obras literarias a través del texto que acompaña sus publicaciones?					
5	¿Con qué frecuencia interactúas con <i>bookstagramers</i> sobre obras literarias a través de Instagram?					
6	¿Te sientes a gusto interactuando con <i>bookstagramers</i> a través de Instagram?					
7	¿Con qué frecuencia buscas fotos de <i>bookstagramers</i> en Instagram?					
8	¿Gustas ver fotos de obras literarias en los perfiles de los <i>bookstagramers</i> ?					
9	Con qué frecuencia sueles sentirte atraído o atraída a revisar el perfil de un <i>bookstagramer</i> por su feed?					
10	¿Con qué frecuencia el feed del <i>bookstagramer</i> determina que sigas su perfil?					
11	¿El contenido de <i>bookstagram</i> te motiva a leer obras literarias?					
12	¿El hecho de que jóvenes lectores te recomienden obras literarias te motiva a leerlas?					
13	¿Consumes contenido de <i>bookstagramers</i> para conocer obras literarias?					
14	¿Consumes contenido de <i>bookstagramers</i> para entretenerte?					
15	Desde que conociste la comunidad <i>bookstagramer</i> , ¿con qué frecuencia opinas sobre obras literarias con otros lectores dentro de Instagram?					
16	Desde que conociste la comunidad <i>bookstagramer</i> , ¿con qué frecuencia lees obras literarias?					

## ANEXO 2

### Lista de *bookstagramers* de Lima identificados en Instagram

<b>BOOKSTAGRAMERS DE LIMA</b>	
<b>NOMBRE Y APELLIDO</b>	<b>USUARIO DE INSTAGRAM</b>
Arnold Camus	@leerlotodo
Lucero Vargas	@livingworldblog
Yi Li	@cuandoleomeenamoro
Vania Ninoska	@labitácoraliteraria
Vania Uribe	@libroadictospe
Joaquin Bustamante	@joaquin_bookish
Ángela Fernández	@bookish.angel
Ana Mungia	@kuroyuki_no_sekai
Lorena Cano	@miss.miscelanea
Arianna Anaya	@ariathebookaholic
Daniela Cortez	@danihuntsthosebooks
Katty Yesquen	@marimorenareads
Ariana Viacava	@bookari.pe
Verónica Ramos	@romanceycafé
Victoria Delgado	@unlibroparabuddy
Mary Vasquez	@itsmaryhere
Fiorella Rodriguez	@crazykidreading
Lessy Galván	@tenebrisblog
Carlos Eduardo	@lectorebelde
Joel Bustos	@jmbc1606
Jorge Yañez	@tinkerdystopia
Leandro Sarabia	@the_hunter_of_the_books
Maria Cornejo	@marii.books
Eylen Morante	@ey.book.dream
Aracne Mileto	@labibliotecaescondida
Mario Cano	@mcanorod
Cerenela Hinostrosa	@cherry_books

### ANEXO 3

#### MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p><b>General</b></p> <p>¿Existe relación entre <i>bookstagram</i> y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”?</p>	<p><b>General</b></p> <p>Explicar la relación entre los <i>bookstagramers</i> y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución educativa 1227 “Indira Gandhi”.</p>	<p><b>General</b></p> <p>Existe relación entre <i>bookstagram</i> y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”.</p>	<p><b>BOOKSTAGRAM</b></p>	<p><b>COMUNICACIÓN VERBAL</b></p>	<p><b>Vlogs</b></p>	<p><b>Enfoque</b> Cuantitativo</p> <p><b>Método</b> Hipotético</p> <p><b>Tipo de Estudio</b> Básico</p> <p><b>Diseño</b> No experimental de corte transversal</p> <p><b>Técnica</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b> Cuestionario</p> <p><b>Población</b> Estudiantes de secundaria de la Institución educativa 1227 “Indira Gandhi”</p> <p><b>Muestra</b> 106 estudiantes</p>
					<p><b>Interacción</b></p>	
					<p><b>Fotos</b></p>	
				<p><b>COMUNICACIÓN VISUAL</b></p>	<p><b>Feed</b></p>	
<p><b>Específico 1</b></p> <p>¿Existe relación entre la comunicación verbal de los <i>bookstagramers</i> y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”?</p>	<p><b>Específico 1</b></p> <p>Explicar la relación entre la comunicación verbal y visual de los <i>bookstagramers</i> y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución educativa 1227 “Indira Gandhi”.</p>	<p><b>Específico 2</b></p> <p>Existe relación entre la comunicación verbal de <i>bookstagram</i> y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”.</p>				
<p><b>Específico 2</b></p> <p>¿Existe relación entre los comunicación visual de los <i>bookstagramers</i> y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”?</p>	<p><b>Específico 2</b></p> <p>Demostrar la relación entre la comunicación visual de los <i>bookstagramers</i> y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución educativa 1227 “Indira Gandhi”.</p>	<p><b>Específico 2</b></p> <p>Existe relación entre la comunicación visual de <i>bookstagram</i> y los hábitos de lectura de los y las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa 1227 “Indira Gandhi”.</p>	<p><b>HÁBITOS DE LECTURA</b></p>	<p><b>MOTIVACIÓN</b></p>	<p><b>Actividad</b></p>	
					<p><b>Dirección</b></p>	
					<p><b>Persistencia</b></p>	

**ANEXO 4  
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO**



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE HÁBITOS DE LECTURA**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1</b>								
1	¿El contenido de bookstagram te motiva a leer obras literarias?	X		X		X		
2	¿El hecho de que jóvenes lectores te recomienden obras literarias te motiva a leerlas?	X		X		X		
3	¿Consumes contenido de bookstagramers para conocer obras literarias?	X		X		X		
4	¿Consumes contenido de bookstagramers para entretenerte?	X		X		X		
5	Desde que conociste la comunidad bookstagramer, ¿con qué frecuencia opinas sobre obras literarias con otros lectores dentro de Instagram?	X		X		X		
6	Desde que conociste la comunidad bookstagramer, ¿con qué frecuencia lees obras literarias?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable    Aplicable después de corregir    No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Roseli Bustos Garcia Jimenez ..... DNI: 10621504 .....

Especialidad del validador: Ciencias de la Comunicación .....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

.....10.....de.....11.....del 20.....19

Firma del Experto Informante.



## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE BOOKSTAGRAM

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1</b>								
1	¿Con qué frecuencia ves videoblogs de bookstagramers?	X		X		X		
2	¿Gustas que los bookstagramers te recomienden obras literarias a través de videoblogs?	X		X		X		
3	¿Con qué frecuencia lees el texto que acompañan las publicaciones de los bookstagramers?	X		X		X		
4	¿Gustas que los bookstagramers te recomienden obras literarias a través del texto que acompaña sus publicaciones?	X		X		X		
5	¿Con qué frecuencia interactúas con bookstagramers sobre obras literarias a través de Instagram?	X		X		X		
6	¿Te sientes a gusto interactuando con bookstagramers a través de Instagram?	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 2</b>								
1	¿Con qué frecuencia buscas fotos de bookstagramers en Instagram?	X		X		X		
2	¿Gustas ver fotos de obras literarias en los perfiles de los bookstagramers?	X		X		X		
3	Con qué frecuencia sueles sentirte atraído o atraída a revisar el perfil de un bookstagramer por su feed?	X		X		X		
4	¿Con qué frecuencia el feed del bookstagramer determina que sigas su perfil?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable    Aplicable después de corregir    No aplicable Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Rosales Gustavo Carlos Jimenez   DNI: 10621504Especialidad del validador: Ciencias de la Comunicación

.....10 de 11 del 2019.....

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados en el instrumento, son medidos en la dimensión.

  
 \_\_\_\_\_  
**Firma del Experto Informante.**

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE BOOKSTAGRAM**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1</b>								
1	¿Con qué frecuencia ves videoblogs de bookstagramers?							
2	¿Gustas que los bookstagramers te recomienden obras literarias a través de videoblogs?							
3	¿Con qué frecuencia lees el texto que acompañan las publicaciones de los bookstagramers?							
4	¿Gustas que los bookstagramers te recomienden obras literarias a través del texto que acompaña sus publicaciones?							
5	¿Con qué frecuencia interactúas con bookstagramers sobre obras literarias a través de Instagram?							
6	¿Te sientes a gusto interactuando con bookstagramers a través de Instagram?							
<b>DIMENSIÓN 2</b>								
1	¿Con qué frecuencia buscas fotos de bookstagramers en Instagram?							
2	¿Gustas ver fotos de obras literarias en los perfiles de los bookstagramers?							
3	Con qué frecuencia suele: sentirte atraído o atraída a revisar el perfil de un bookstagramer por su feed?							
4	¿Con qué frecuencia el feed del bookstagramer determina que sigas su perfil?							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg. Anton Elmer, Juan Carlos ..... DNI: 43494217 .....

Especialidad del validador: comunicación .....

..10..de..11...del 20..18

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

ESU.

Firma del Experto Informante.





## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE HÁBITOS DE LECTURA

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿El contenido de bookstagram te motiva a leer obras literarias?							
2	¿El hecho de que jóvenes lectores te recomienden obras literarias te motiva a leerlas?							
3	¿Consumes contenido de bookstagramers para conocer obras literarias?							
4	¿Consumes contenido de bookstagramers para entretenerte?							
5	Desde que conociste la comunidad bookstagramer, ¿con qué frecuencia opinas sobre obras literarias con otros lectores dentro de Instagram?							
6	Desde que conociste la comunidad bookstagramer, ¿con qué frecuencia lees obras literarias?							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable []    Aplicable después de corregir [  ]    No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Antón Llamas, Juan Carlos ..... DNI: 43494217 .....

Especialidad del validador: Comunicador .....

10 de 11 del 20 19

Se aj

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

[Firma]  
Firma del Experto Informante.

## ANEXO 5 AUTORIZACIÓN

1894  
SOLICITA: Permiso para aplicación de Encuesta para sustentación de Trabajo de Investigación para obtener el Grado de Bachiller en la Universidad César Vallejo.

SEÑORA DIRECTORA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA Nº 1227 "INDIRA GANDHI" - UGEL Nº 06 - VITARTE. S.D.

Pedro Mario Emanuel Cano Rodríguez, estudiante del 8vo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, Filial Campus Ate; Código de alumno Nº 700978156; domiciliado en Calle Trabajo Nº 213 - Ate, e identificado con DNI Nº 72041644, me dirijo a su Despacho para exponerle lo siguiente:

Que, para la obtención de mi grado de Bachiller en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, estoy preparando mi Trabajo de investigación o Tesina "Bookstagram y hábitos de lectura de estudiantes del nivel Secundaria de un colegio de Ate, 2019".

Que, es de mi conocimiento que la Institución Educativa de su Dirección tiene un Plan Lector Institucional, y en general, una aplicación de la Comprensión de lectura, novedosa, en cuanto a estrategias se refiere; por lo tanto, estudiantes lectores que recurren a recursos en Internet para la información sobre libros, tales como recomendaciones, opiniones y discusión. Es decir, hacen uso de las redes sociales como un recurso educativo, como por ejemplo, Instagram, Facebook, You Tube, entre otros. Es así que requiero de la opinión de estudiantes del Cuarto y Quinto del Nivel Secundaria para la sustentación de mi Trabajo de Investigación.

Por estas razones, solicito a su Despacho, señora Directora, se me brinde las facilidades necesarias para la aplicación de una Encuesta, que no requerirá de más de 15 minutos por sección. Solicito, también, la confirmación de la cantidad exacta de los estudiantes matriculados en las secciones a encuestar; así como la aprobación de esta solicitud para que mi encuesta tenga validez.

Ate, 5 de diciembre de 2019.

Pedro Mario E. Cano Rodríguez  
D.N.I. Nº 72041644

AUTORIZADO

Elizabeth Inga Ramos  
DIRECTORA

La presente autorización de la S.O. no obliga al demandado