



# **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**“Uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización Caja de Agua -  
San Juan De Lurigancho, 2017”**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**AUTORA:**

Quispe Lloclla, Ruth Magali

**ASESOR:**

Dr. Randall Jesús, Seminario Unzueta

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales En La Sociedad Contemporánea

**LIMA – PERÚ**

**2017**

### **Dedicatoria**

A mis padres, Raúl y Betsabe por ser mi soporte día a día en mi vida, por ser fuente de mis deseos y superación. Además, este proyecto de investigación está dedicado a cada uno de mis hermanos quienes confían plenamente en mi persona.

### **Agradecimiento**

Agradezco a la Universidad César Vallejo por haberme formado académicamente durante todo este tiempo, además quiero dar las gracias a todos mis profesores que día a día ampliaron mi campo de conocimiento y en exclusivo al profesor Randall Seminario por enseñarme de una manera muy beneficiosa el curso de investigación y sobre todo por guiarme en la elaboración de esta tesis.

## Índice

### PÁGINAS PRELIMINARES

Página del Jurado	III
Dedicatoria	IV
Agradecimiento	V
Declaratoria de autenticidad	VI
Presentación	VII
Índice	VIII
Índice de tablas	X
Índice de Figuras	X

<b>RESUMEN</b>	<b>XI</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>XII</b>

<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>pág. 13</b>
<b>1.1 Realidad Problemática</b>	<b>pág. 16</b>
<b>1.2 Trabajos Previos</b>	<b>pág. 17</b>
1.2.1 Trabajos Previos Internacionales	pág. 17
1.2.2 Trabajos Previos Nacionales	pág. 20
<b>1.3 Teorías Relacionadas al Tema</b>	<b>pág. 21</b>
1.3.1 Usos y Gratificaciones	pág. 21
1.3.2 Seis grados de separación	pág. 22
1.3.3 Facebook	pág. 23
<b>1.4 Dimensiones e Indicadores</b>	<b>pág. 25</b>
<b>1.4.1 Dimensión 1: Red Virtual</b>	<b>pág. 25</b>
1.4.1.1 Indicador 1: Fenómeno de la red virtual	pág. 26
1.4.1.2 Indicador 2: Publicación de la vida privada	pág. 26
1.4.1.3 Indicador 3: Confiabilidad de información	pág. 27
<b>1.4.2 Dimensión 2: Factores Psicológicos</b>	<b>pág. 28</b>
1.4.2.1 Indicador 1: Construcción constante de la imagen	pág. 28
1.4.2.2 Indicador 2: Efecto en las emociones	pág. 29
1.4.2.3 Indicador 3: Adicción al Facebook	pág. 29
<b>1.4.3 Dimensión 3: Factores Sociológicos</b>	<b>pág. 30</b>
1.4.3.1 Indicador 1: Vínculos contruidos por otros	pág. 30
1.4.3.2 Indicador 2: Amigos en Facebook	pág. 31
1.4.3.3 Indicador 3: Cibersociabilidad	pág. 32

<b>1.5 Formulación del Problema</b>	<b>pág. 32</b>
1.5.1 Problema General	pág. 32
1.5.2 Problemas Específicos	pág. 32
1.5.2.1 Problema Especifico 1	pág. 32
1.5.2.2 Problema Especifico 2	pág. 32
1.5.2.3 Problema Especifico 3	pág. 33
<b>1.6 Justificación, Relevancia y Contribución</b>	<b>pág. 33</b>
1.6.1 Justificación Teórica	pág. 33
1.6.2 Justificación Práctica	pág. 34
1.6.3 Justificación Social	pág. 34
1.6.4 Justificación Metodológica	pág. 35
<b>1.7 Formulación de Objetivos</b>	<b>pág. 35</b>
1.7.1 Objetivo General	pág. 35
1.7.2 Objetivos Específicos	pág. 35
1.7.2.1 Problema Especifico 1	pág. 35
1.7.2.2 Problema Especifico 2	pág. 35
1.7.2.3 Problema Especifico 3	pág. 36
<b>II. MÉTODO</b>	<b>pág. 37</b>
<b>2.1 Tipo, Nivel y Diseño de Investigación</b>	<b>pág. 38</b>
2.1.1 Tipo de Investigación	pág. 38
2.1.2 Nivel de Investigación: Descriptivo	pág. 38
2.1.3 Diseño de Investigación	pág. 38
<b>2.1 Variable: Facebook</b>	<b>pág. 39</b>
2.1.1 Descripción de la Variable	pág. 39
2.1.1.1 Definición conceptual	pág. 39
2.1.1.2 Definición Operacional	pág. 40
2.1.1.3 Operalización de la Variable	pág. 41
<b>2.3 Población y Muestra</b>	<b>pág. 42</b>
2.3.1 Población	pág. 42
2.3.2 Muestra	pág. 42
<b>2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos</b>	<b>pág. 43</b>
2.4.1 Técnica de la encuesta	pág. 43
2.4.2 Instrumento de Investigación	pág. 43
2.4.3 Validación y confiabilidad del instrumento	pág. 45
2.4.3.1 Validación	pág. 46
2.4.3.2 Confiabilidad	pág. 46

<b>2.5 Métodos de Análisis de datos</b>	<b>pág. 47</b>
2.5.1 La consistenciación	pág. 47
2.5.2 La clasificación de la Información	pág. 47
2.5.3 La tabulación de datos:	pág. 48
<b>2.6 Aspectos Éticos</b>	<b>pág. 48</b>
<b>III. RESULTADOS</b>	<b>pág. 49</b>
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	<b>pág. 54</b>
<b>V. CONCLUSIONES</b>	<b>pág. 57</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	<b>pág. 59</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>pág. 61</b>
<b>VIII. ANEXOS</b>	<b>pág. 65</b>

#### **Lista de tablas**

Table 1. Operacionalización de la variable

Table 2. Población y muestra

Tabla 3. Juicio de Expertos

Tabla 4. Validez del Instrumento

Tabla 5. Confiabilidad del Instrumento

Tabla 6. Uso del Facebook

#### **Lista de figuras**

**Figura 1:** Internet

**Figura 2:** Confiabilidad de Información

**Figura 3:** Adicción al Facebook

**Figura 4:** Vínculos construidos por otros

**Figura 5:** Barra según: Uso del Facebook

## RESUMEN

En este trabajo de investigación se realizó una descripción sobre el uso de Facebook en los adolescentes de la Urbanización Caja de Agua del distrito de San Juan de Lurigancho, respecto a la adicción, las emociones, vínculos construidos por otros, cibernociabilidad, entre otros.

En primer lugar, se darán a conocer las investigaciones previas de manera nacional como internacional. Además, la teoría de la comunicación “Uso y gratificaciones” que se relaciona a la presente investigación y sobre todo al autor que determina diferentes dimensiones e indicadores con respecto al uso del Facebook.

Seguidamente, de acuerdo a las investigaciones se plantea una encuesta conformada con 25 ítems a 100 adolescentes de la Urbanización Caja de agua entre 14 a 18 años de edad, para ser soporte en determinar el modo de uso de esta red social. Cabe mencionar que esta investigación es muestreo no probabilístico. Los resultados de dicho instrumento propio, se podrán lograr mediante el proceso estadístico con SPSS24.

Por último, se ofrecen conclusiones y recomendaciones que acotan los comportamientos o conductas que tienen los adolescentes de la Urbanización Caja de agua con respecto al uso del Facebook.

**Palabras clave:** Uso, Facebook, Adolescentes.

## **ABSTRACT**

In this research work, a description was made of the use of Facebook among adolescents in the Caja de Agua urbanization of the district of San Juan de Lurigancho, with respect to addiction, emotions, links built by others, cybersecurity, among others. .

In the first place, the previous investigations will be announced nationally and internationally. In addition, the theory of communication "Use and gratifications" that is related to current research and especially to the author that determines different dimensions and indicators with respect to the use of Facebook.

Then, according to the research, a survey consisting of 25 items is proposed to 100 adolescents of the Caja de Agua Urbanization between 12 and 18 years of age, to be support in the way of use of this social network. It is worth mentioning that this research is non-probabilistic sampling. The results of this own instrument can be achieved through the statistical process with SPSS24.

Finally, the recommendations and advice that limit the behaviors or behaviors that teenagers in the Caja de Agua urbanization have regarding the use of Facebook.

Key words: Use, Facebook, Adolescents.



## **I. INTRODUCCIÓN**

## **Introducción**

El presente trabajo pretende conocer los diversos factores sobre la utilización del Facebook en los adolescentes de la Urbanización Caja de Agua del distrito de San Juan de Lurigancho en el año 2017. Para poder cumplir con este objetivo, se aplicará un cuestionario (instrumento) a 100 adolescentes de la Urbanización Caja de Agua.

El Facebook fue lanzado en febrero de año 2004 por el filántropo y empresario Mark Zuckerberg quien es el principal creador de Facebook, hoy en día el medio virtual más utilizado en el mundo. El Facebook, se encarga de unir a las personas ya sea de familia, amigos o compañeros de colegio u trabajo. Además, forman un lazo al compartir un hecho o un suceso.

La popularidad de este medio de comunicación fue creciendo de una forma fugaz, por lo que se generaron más medios sociales para estar en constante comunicación. Las redes sociales más comunes y populares hasta hoy en día son el Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Messenger y YouTube.

Este medio virtual de comunicación social otorga al individuo el control de participar o compartir sus ideas, sus aficiones o información. Esto hace a la sociedad más amplia y por su puesto más conectada. Cientos de personas hacen empleo del Facebook con la finalidad de mantenerse en contacto con sus amigos y familias. También para compartir videos, noticias o imágenes.

En la actualidad, la tecnología avanza cada vez más y por ende las redes sociales están en cada lugar y a cada hora. Antes, solo los que tenían una computadora podían acceder a estas redes, pero con la evolución esto fue cambiando, ya que los jóvenes con tan solo tener un celular Smartphone pueden acceder a diversos medios de comunicación virtual.

Para llevar a cabo esta investigación, El doctor Luis Felipe A. El-Sahili Gonzales definió tres dimensiones sobre el Facebook, estos son: Red virtual, Factores psicológicos y Factores sociológicos. Dentro de estas dimensiones se presentan indicadores que poco a poco se irá descubriendo en esta averiguación.

En el primer capítulo se mencionará autores importantes que aportaran en esta investigación, ya que dan a conocer sobre un medio de comunicación donde la multitud esta enlazada entre otros individuos. También, sobre las gratificaciones que nos da un medio de comunicación al ser utilizada.

Con respecto a esta nueva tecnología, muchos de nosotros nos preguntamos en la mayoría si ¿Los adolescentes son adictos a este medio? ¿El Facebook ayuda en construir una imagen personal positiva o negativa? ¿El Facebook genera efectos en las emociones de los adolescentes? o ¿Qué publican en sus perfiles mayormente? En este análisis se dará a conocer todas las dudas que uno puede generarse día a día.

## 1.1 Realidad Problemática

La comunicación fue evolución a través del tiempo, en 200, 000 a.c. el ser humano se comunicaba mediante gestos o sonidos de animales. Luego con ayuda del fuego también se permitió la comunicación, tiempo después, ya en 40,000 a.c. las primeras personas en el mundo se dieron cuenta que podían dibujar y por ello comunicarse, a estas se las llamaron “arte rupestre”.

Después, surgió la escritura y se crearon las cartas. Al inicio fueron enviadas por las palomas mensajeras o también las mismas personas. Más adelante, en el 1844 surgió el telégrafo, el periódico en el 1457 y así fueron apareciendo la radio en el año 1895 y la televisión en el 1927, también en los años 1944, 1969 y 1980 se crearon la primera computadora, nació el internet y el celular.

Actualmente, las nuevas tecnologías como los medios digitales permiten comunicarse desde distintos puntos del planeta de una manera fugaz y rápida; sin duda causaron un gran furor a nivel mundial. Con respecto al internet, se fue creando el Facebook y de ello aparecieron problemas como adicciones, adiós a la privacidad, modo de distracción, etc.

En Perú, las redes sociales fueron ganando peso, por no solo estar presente en las computadoras, sino también como aplicativos en los celulares. Estos dispositivos móviles están en cada momento y en cada lugar que el individuo se encuentre. Hoy en día los adolescentes nacieron en la era de la tecnología. Por ello, están en frecuente conexión con el Facebook.

Los jóvenes de la Urbanización Caja de Agua del distrito San Juan de Lurigancho, tienen la necesidad de estar en constante comunicación a través del Facebook, ya sea en compartir fotos, informarse, comentar o publicar su sentir ante una situación, etc. Es por ello que se irá descubriendo mediante esta investigación ¿Cuál es el uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización Caja de Agua?

## **1.2. Trabajos Previos**

### **1.2.1 Trabajos Previos Internacionales**

Molina y Toledo (2014) investigaron “Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes”. Esta tesis fue realizada en cuatro centros educativos de la localidad de Cuenco a estudiantes de primer año, con la meta de conocer, examinar y describir el poder de las redes sociales en los adolescentes, en el nivel familiar, académico, comunitario y personal. El instrumento de esta indagación fueron las encuestas, por ello se indagó a 444 escolares de colegios privados como Técnico Salesiano y Asunción. Además, a colegios estatales como Miguel Merchán y Carlos Cueva. Dicho estudio finalizó que las redes sociales no afectan en ningún rubro familiar, personal, social o académico. Un punto muy importante que dio a conocer esta investigación, es que los adolescentes revisan cinco veces al día estos medios sociales web y pasan tres horas aproximadamente, dejando de lado los estudios. ¿Por qué los estudiantes bajan su rendimiento colegial?, esta investigación puede sacar de dudas esta interrogante o puede aclarar esa problemática, ya que, según la investigación los adolescentes se distraen cuando navegan por las redes sociales pasando tres horas al día.

Mejía (2015) elaboró “La influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del Cantón Yaguachi”. Este análisis tuvo como objetivos en emplear diálogos de instrucción a los jóvenes y a los docentes de los distintos centros educativos de Cantón Yaguachi para que puedan tener una idea sobre el uso de las redes sociales. La población de este análisis fue formada por estudiantes del 8vo, 9no y 10mo año del colegio Rosaura Maridueña, (135) y a estudiantes del 8vo y 9no grado del colegio 21 de Julio (90). Ambos centros educativos pertenecen a Cantón Yaguachi. Los materiales de esta indagación fueron las entrevistas, encuesta, observación y un test para llegar a recolectar suficientes datos. Este análisis, concluyó que los alumnos cambian su estilo de usar las redes sociales, que los colegios orientan a los papás y a los jóvenes respecto a la buena utilidad de las redes sociales. La investigación de Mejía, brindó una recomendación a los padres y a la institución educativa a poder concientizar a

los alumnos al momento de usar una red social, ya que si no tienen un buen uso pueden caer en conflictos.

Torrecillas (2013) expuso “Influencia de las redes sociales en los adolescentes”. Esta tesis pretende examinar el poder que ejercen las redes sociales en la productividad estudiantil de los jóvenes de 15 y 17 años de la unidad pedagógica SABES plantel Villagrán. Víctor Manuel Torrecillas utilizó a 1.095 estudiantes para encuestarlos, los alumnos elegidos pertenecen a dos centros educativos, dos privados y otros dos concentrados. La conclusión que llegó esta investigación, es que el acercamiento a las redes sociales en los jóvenes de unidad educativa SABES Plantel Villagrán afecta la productividad estudiantil de los estudiantes, ya que la mayor parte de los alumnos postergan trabajos por estar navegando por estos medios de comunicación virtual. Esta investigación tuvo mucha importancia, ya que los jóvenes hoy por hoy malgastan su tiempo por estar muchas horas conectados en las redes sociales sin darse cuenta que lo primordial son los estudios.

Gonzales (2013) investigó “Uso de internet en los estudiantes de la preparatoria n° 11”. Como objetivo principal de este análisis fue indagar cómo los estudiantes utilizan el internet para fines estudiantiles. Se utilizó como modelo a 113 estudiantes de la preparatoria n° 11, el material de investigación fue la escala Likert. La conclusión que llevo a cabo este trabajo, fue que el uso del internet por estos estudiantes es muy habitual para realizar labores estudiantiles, ya que es cómodo y ayuda en ahorrar el tiempo.

Pavón (2015) indago “El uso de las redes sociales y sus efectos en el rendimiento académico de los alumnos del instituto San José, el programa, Yoro-honduras”. El objetivo principal de la indagación fue en enlazar el uso de las redes sociales con el rendimiento estudiantil de los alumnos del instituto secundario San José. La muestra de esta investigación fue de 25 alumnos y 25 alumnas entre 12 y 17 años. Los instrumentos de la tesis fueron cuestionarios de 30 preguntas para cada público objetivo. El resultado de este trabajo dio a conocer que no hay ninguna relación entre el período que los alumnos ocupan en las redes sociales con su

productividad académica. Finalmente, las redes de comunicación virtual no afectan la vida académica de los estudiantes.

Hernández y Castro (2014) indagaron “Influencia de las redes sociales de internet en el rendimiento académico del área informática en los estudiantes de los grados 8° y 9° del instituto promoción social del norte de Bucaramanga”. Esta investigación propuso como objetivo comprobar el dominio de las redes sociales en las labores estudiantiles del área de informática en los alumnos. Para que este objetivo sea posible los autores seleccionaron a 47 estudiantes que presentaron un bajo rendimiento académico, a estos alumnos se le observaron minuciosamente, además les dieron a resolver encuestas y se les hizo una revisión documental. Esta investigación arrojó como resultado, que la mayor parte de los estudiantes afirman que dedican y utilizan con frecuencia las redes sociales en su hogar, a fin de facilitar la exploración e investigación de trabajos.

Fonseca (2015) sustentó “Redes Sociales y Juventud: Uso de Facebook por jóvenes de México, Argentina y Colombia”. El objetivo de esta investigación fue relacionar y saber sobre la utilidad del Facebook en los jóvenes de 18 a 24 años de los países de Colombia, México y Argentina Para hacer posible este objetivo, Luz maría Orellana eligió a 4.068.203 jóvenes de México D.F., 1.671.818 de Buenos Aires y 2.144.256 de Bogotá, la muestra fue conformada por los 385 adolescentes (198 México D.F. / 82 Buenos aires / 105 Bogotá). La herramienta que se utilizaron en esta investigación fue la encuesta (385), entrevistas (23 jóvenes) y “Delphi” que consiste en conocer opiniones de expertos en cada país (11 expertos), Esta investigación concluyó que los tres países están conectados a Facebook todo el día, todos los días y en cada lugar y en cada momento, además dio a conocer que el país de México tiene mayor acceso a internet por un dispositivo móvil obteniendo el 18,2%.

## 1.2.2 Antecedentes Nacionales

Orellana (2012) investigo "Uso de internet por jóvenes universitarios de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Federico Villarreal". Esta investigación pretendió relacionar y explicar el empleo de internet por los estudiantes universitarios. El muestreo de este análisis es probabilístico estratificado, la muestra fue de 1.049 alumnos matriculados en el semestre de dicha Facultad, de los cual fueron encuestados los estudiantes presentes en las aulas de las tres escuelas profesionales. Además, para la recaudación de fundamentos se dieron entrevistas a los estudiantes de las escuelas universitarias. La indagación concluyó que los universitarios pasan dos horas en internet con la finalidad de informarse y estar informados. También, para estar en comunicación con sus amistades y por supuesto descargar libros en PDF.

Salcedo (2016) dio a conocer "Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una Universidad particular de Lima". La finalidad de la tesis fue determinar el vínculo que tiene la autoestima con la adicción a las redes sociales. La población fue conformada por estudiantes de una Universidad de Lima y como muestra fueron 346 alumnos en total, de lo cual 234 fueron mujeres y 112 fueron hombres entre 16 a 25 años de edad. Las herramientas de investigación fueron los cuestionarios. La conclusión del análisis fue que no hay ninguna relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales.

Jacinta y Brunela (2012) indagaron "Influencia de la Red Social Facebook en la formación de la autoestima en las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular "María de Nazaret" de Cajamarca". El objetivo general de esta indagación fue señalar el dominio al utilizar el Facebook en la autoestima de las estudiantes de los grados en mención. El instrumento de investigación fue un test de 58 preguntas, donde 112 alumnas del 1ro, 2do, 3ro, 4to y 5to grado de secundaria tuvieron que responder entre "verdadero o falso". Los resultados de esta investigación fue que el 94% de las estudiantes reciben opiniones positivas por parte de sus contactos del Facebook y a la vez el 80% crea un vínculo de amigos con sus contactos. También, esta



indagación concluyó que el 51% de las alumnas no modifican sus fotografías antes de publicarlos en Facebook. Y finalmente, el 57% usan el chat del medio virtual a fin de estar conectados.

Rossel (2017) investigó “Autoestima y uso de Facebook en estudiantes de quinto año de secundaria”. Este trabajo de indagación tuvo como objetivo general, saber si hay una correlación entre la autoestimada y el Facebook. Se tomó como muestra a 172 alumnas del quinto grado de secundaria de una entidad pedagógica estatal entre los 15 a 16 años de edad. Los instrumentos de investigación fueron las encuestas para la variable Facebook y el inventario para la variable autoestima. El resultado de la tesis concluyó que hay una correlación entre autoestima y Facebook, ya que el 45.3% de alumnas tienen un nivel de autoestima promedio y que las estudiantes usan Facebook de 0 a 30 horas semanal. Es decir que los niveles de autoestima no influyen en los contactos que pueda tener una estudiante en el Facebook y tampoco influye en las fotos que una alumna publica en su biografía de Facebook.

Sandoval (2014) presentó su investigación “Relación entre el uso del Facebook y el aprendizaje colaborativo en estudiantes del cuarto grado de secundaria en el área de educación para el trabajo en la institución educativa N° 89002, Chimbote, 2014”. El objetivo de este informe fue saber si existía un vínculo entre el uso del Facebook y el aprendizaje. Como instrumento de investigación se utilizó la encuesta, de cada variable la muestra fue con 91 alumnos del cuarto grado de secundaria de dicha institución. La conclusión de este análisis fue que estas dos variables si tiene una relación directa.

### **1.3 Teorías Relacionadas al Tema**

#### **1.3.1 Seis grados de separación**

Frigyes Karinthy, nació en Hungría- Budapest el 24 de junio del año 1887, fue un escritor y además un poeta, traductor, periodista y novelista. Frigyes cultivó una enorme variedad de géneros literarios y de teoría.

Karinthy en 1930, dio a conocer la teoría. Este autor se basó en el pensamiento de que la cifra de personas conocidas aumenta con el número de

enlaces en cadena. Toda red social consta en esta teoría. Pues Karinthy definió que un hombre puede estar en contacto con otra persona en el mundo a través de una cadena de amigos.

Como ejemplo de esta teoría es que, si esta persona envía un mensaje a sus cien amigos y esos cien amigos a sus otros cien, tendría un alcance de diez mil personas en tan solo dos niveles de profundidad. Las diez mil personas son contactos secundarios, que esta persona no conoce, pero pidiendo a sus amigos y familiares se podrá tener una comunicación.

Las redes sociales van de la mano con esta teoría, ya que actualmente existen diversas aplicaciones que facilitan a una persona a conocer a otras personas y así puedan informarse u publicar cualquier hecho o aviso que lo pueden ver otras personas a nivel nacional y mundial.

### **1.3.2 Facebook**

Facebook es una red social cuya función es conectar personas y a la vez, permite publicar o compartir información, noticias, contenidos audiovisuales, etc. A fin de mantener una comunicación fluida.

Facebook nos permite actualizar y dar a conocer cada situación que pasamos al transcurso de nuestras vidas a través de fotos, videos, etc. Además, Facebook puede ser una preocupación para nuestra vida privada, por ello uno debe tener cuidado en lo que difunde respecto a su imagen.

Esta investigación se basó al informe del doctor Luis Felipe A. El-sahili Gonzales, quien es especialista en psicología, educación y en pedagogía. Su análisis e investigación se titula "Psicología de Facebook" publicado en la universidad de Guanajuato, México del año 2014.



*Figura 1 Internet*  
*Fuente: Psicología del Facebook*

El-Sahili (2014) definió:

Facebook es en la actualidad la red social más grande del mundo, y el lugar que ocupa no es un hecho accidental, se debe a los múltiples beneficios que aporta. Gracias a ella vivimos en un mundo más abierto, accesible y en contacto con los demás. Cada día muchas personas establecen relación con otras a través de este medio, compartiendo fotografías, enlaces de Internet, videos [...]. (p. 1)

Lo mencionado por este autor, es que la sociedad actual o también llamada sociedad de la era virtual está en constante comunicación, Facebook es la red social más utilizada, ya que satisface las necesidades del usuario en compartir fotos, opiniones, artículos personales o informativos, etc.

El-Sahili (2014) manifestó que:

Facebook permite mezclar la imagen y la palabra, lo que le da una ventaja sobre los sitios donde sólo hay imágenes o sólo palabras, porque los que prefieren la imagen se centran en ella, y los que quieren leer, se dedican a hacerlo. Además, junto con conocer gente nueva se conocen nuevos aspectos de la vida de los amigos. Aparte de ser un medio visual y auditivo<sup>2</sup>, también es un medio quinesésico [...]. (p. 8)

El-Sahili (2014) además comentó:

Como toda red social virtual, Facebook permite tener un sitio propio que posibilita la comunicación con otros sitios donde también funcionan las

personas con las que se está en contacto, Produce un efecto que asegura a sus usuarios la idea de que serán leídos cuando menos por las personas que tengan agregadas como amigos, si este medio estuviera compuesto por personas desconocidas, no tendría sentido publicar algo que nadie valorara: el usuario tendría que enfrentarse con el hecho de que su publicación no estuviera cargada de los sentimientos que intenta producir en otros. [...] (p. 9)

El autor de “Psicología del Facebook”, El-Sahili afirmó que existen tres dimensiones y de estas tres existen indicadores sobre el Facebook.

## **1.4 Dimensiones e Indicadores**

### **1.4.1 Dimensión 1 Red virtual**

El-Sahili mencionó al acelerar el tiempo, ya que actualmente en la red social Facebook se crean varios grupos o también una cuenta personal para hacer compras o vender algún producto o servicio, si bien, nos facilita cualquier cosa que queremos adquirir y eso hace que el proceso de entrega sea inmediato y con más ahorro de tiempo, aunque en la realidad, esta actividad no sea tan confiable.

El-Sahili (2014) declaró:

[...] Internet ha transformado la sociedad moderna pues acelera el tiempo en que se obtienen las cosas: se lee, produce y publica información rápidamente; también facilita la comunicación y está haciendo que las personas tengan cada vez más interés en estar comunicadas, pues reciben rápida retroalimentación [...] la nueva cultura se observa en la “necesidad” de estar navegando a través de diversas redes sociales, [...]. (p. 11)

#### **1.4.1.1 Indicador 1: Fenómeno de la red virtual**

El presente autor, El-Sahili (2014), dio a conocer:

[...] Internet ha transformado la sociedad moderna pues acelera el tiempo en que se obtiene las cosas [...] se observa en la “necesidad” de estar navegando a través de diversas redes sociales, y en la obsesión por estar en contacto con los semejantes, lo que representa, por un lado, una mejora en el uso del tiempo de la persona; pero igualmente, una buena opción para perderlo. (p.11)

El-Sahili mencionó que las redes sociales mejoran nuestra comunicación hacia nuestros semejantes, ayuda en ahorrar tiempo, pero también pueden ser la causa de perderla.

Además, El-Sahili (2014) explicó que:

Internet es el rechazo al uso y compra de libros, también a asistir a lugares que los concentran (como las bibliotecas o las librerías), ya que las personas suelen buscar menos información en ellos, y prefieren hacerlo a través de las páginas de internet [...]. (p. 11)

Lo confirmado por El-Sahili es muy importante, ya que hoy en día los individuos dejan de lado adquirir un libro de manera física, prefieren hacerlo a través de una computadora con internet que ir a una biblioteca o a una librería.

#### **1.4.1.2 Indicador 2: Publicación de la vida privada**

Según lo manifestado por El-Sahili, es que la sociedad de hoy en día publica cada cosa en su cuenta de Facebook, si se compró un auto, que está en tal lugar, publican fotos comprometedoras para que el mundo entero pueda visualizarlo. Además de dar su punto de vista ante cualquier hecho suceso sin filtros y con amplia libertad

El-Sahili (2014) confesó:

Hace no pocos años los seres humanos habitábamos en un espacio privado en el hogar [...] con el advenimiento de Facebook este esquema –tan antiguo como el mismo hogar-, se rompe. Ya no hay un espacio privado en la casa, hay una ventana para expresarse al exterior, lo que significa que también la casa es un espacio público, con ventanas al mundo. [...]. (p. 174)

#### **1.4.1.3 Indicador 3: Confiabilidad de información**

El-Sahili (2014) reveló:

[...] Facebook conlleva la lógica de que todo lo que se publica es válido y valioso, así como que “toda información que se lee es la correcta”. Los

conocimientos que produce la comunidad a la que se pertenece generan confianza, lo que hace que se responda e interactúe con fragmentos de datos que son útiles, lo cual –como se verá más adelante–, aleja cada vez más a la sociedad del experto del pasado. (p. 15)



Figura 2 “Confiabilidad de Información”  
Fuente: “Psicología del Facebook”

Los usuarios de la red social Facebook encuentran información publicados por los medios periodísticos o blogs, pero esto no los garantiza que dicha información sea valiosa o correcta, ya que hoy por hoy nacen ciertas publicaciones con sensacionalismo y erróneas.

#### **1.4.2 Dimensión 2: Factores Psicológicos**

El-Sahili publicó que la humanidad se va adecuando a los cambios que presenta la sociedad de acuerdo al modernismo, en este caso el Facebook influye en el día a día de los jóvenes, ya que como mencionó El-Sahili, las personas dejan de lado la comunicación verbal para interactuar de manera virtual.

##### **1.4.2.1 Indicador 1: Construcción constante de la imagen**

El-Sahili, refirió que la imagen de un usuario en el Facebook varía de acuerdo a las interacciones que hace con otras personas y por supuesto con las fotos o imágenes que cuelgan o publican en su perfil para que así sus contactos agregados puedan darse una idea con respecto al usuario.

El-Sahili (2014) informó:

La imagen no se construye solamente con las que se presentan en el perfil o en la portada de Facebook [...] se da por todas las interacciones y por todo lo que la persona hace en esta red. Cualquier acción, desde el comentarios más simple hasta la publicación constante de fotografías o frases, la simboliza [...]. (p. 54)

#### **1.4.2.2 Indicador 2: Efecto en las emociones**

Los jóvenes hoy en día publican o comentan en Facebook su sentir ante cualquier situación, ya sea de manera personal como de manera general a fin de dar a conocer lo que siente con tremenda libertad.

El-Sahili (2014) confesó:

[...] Facebook es usado como un “dispersor emocional”, pues se recurre a él para expresar sentimientos que serán conocidos por los demás; pero también funciona como un “perturbador emocional”, porque ayuda a que las personas que se encuentran apáticas o aburridas “enturbien” su estado de ánimo con la gama de emociones que leen de sus amigos. (p. 67)

#### **1.4.2.3 Indicador 3: Adicción al Facebook**

Hasta la fecha, los jóvenes tienen la necesidad que comunicarse con los demás. Por ello, El-Sahili comentó que la pérdida de tiempo puede ser una de las consecuencias principales de acceder mucho a esta red social.

El-Sahili (2014) aclaró que “La adicción a Facebook no es sólo una adhesión excesiva a la tecnología o al software que Zuckerberg inventó, representa la misma necesidad que corre por la venas de todos los humanos: el “hambre” por lo social [...]” (p. 157)

Además, aclaró que, El-sahili (2014) “Posiblemente uno de los mayores peligros del uso de Facebook sea la pérdida de tiempo como consecuencia de su uso frecuente.” (p. 159)



*Figura 3 Adicción al Facebook*  
Fuente: Psicología del Facebook

### **1.4.3 Dimensión 3: Factores Sociológicos**

El-Sahili (2014) manifestó sobre los factores sociológicos:

[...] tener una red social permite construir vínculos con numerosas personas (lo cual era casi imposible en otras épocas); además, estos vínculos están posibilitando la obtención de múltiples beneficios, situación que se puede resumir en el incremento del capital social [...]. (p. 168)

#### **1.4.3.1 Indicador 1 Vínculos construidos por otros**

Respecto a este indicador, El-Sahili (2014) explicó que:

En el pasado, el tiempo y la distancia eran considerados las principales razones para preferir en medio indirecto para enviar un mensaje, porque en muchas ocasiones se consideraba un gran inconveniente el traslado a la espera. En el pasado, el tiempo y la distancia eran relevantes al momento de comunicarse, pero ahora a pesar de la cercanía corpórea esto ha variado, podemos observar que, a pesar de estar corporalmente cerca en las personas, se prefiere establecer contacto con un sinnúmero de pasividades en Facebook. (p. 169)

El-Sahili explica que antes los individuos preferían un tercer miembro para enviar su sentir o su pensar y así estar en contacto, pero hoy por hoy teniendo una



cercanía directa, las personas no interactúan y se prefiere contactarse con más personas mediante una red virtual.

#### **1.4.3.2 Indicador 2 Amigos en Facebook**

El-Sahili (2014) interpretó que:

Los investigadores sociales han formado dos términos para hablar sobre los vínculos dentro del capital social, los lazos débiles, que es el caso del Facebook y los lazos fuertes, que estarían representados por los amigos íntimos o la familia, con constante compromisos emocionales. La vida en la actualidad se ha vuelto más rápida y avanza de la mano con la tecnología, es por ello que las amistades se van formando a formar impersonales y se tratan de fortalecer. (p.172).

#### **1.4.3.3 Indicador 3 Cibersociabilidad**

El-Sahili (2014) explicó que la Cibersociabilidad es:

[...] el deseo de sociabilizar ha llevado a las personas buscar formas de vencer los impedimentos que surgen para entablar comunicación con los pares. En ese contexto surge Facebook como intermediario. La cibersocialidad se puede definir como la suma de habilidades que permiten socializar en el medio cibernético. (p. 97)

Además, El-Sahili (2014) enunció que “la socialización humana se desenvuelve más en las redes y menos a través del contacto personal. Esto hace que las nuevas relaciones se fortalezcan y desarrollen en el plano virtual.” (p. 96).



*Figura 4 Vínculos contruidos por otros*  
Fuente: El-Sahili Psicología del Facebook

## **1.5 Formulación del Problema**

### **1.5.1 Problema General**

¿Cuál es el uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017?

### **1.5.2 Problemas Específicos**

#### **1.5.2.1 Problema específico 1**

¿Cuál es la red virtual que intervienen en el uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017?

#### **1.5.2.2 Problema específico 2**

¿Cuáles son los factores Psicológicos que intervienen en el uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017?

### **1.5.2.3 Problema específico 3**

¿Cuáles son los factores Sociológicos que intervienen en el uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017?

## **1.6 Justificación, Relevancia y Contribución**

El trabajo de investigación quiere informar sobre el uso del Facebook en los adolescentes de la urbanización caja de agua del distrito de San Juan de Lurigancho del año 2017. Se quiere determinar el fenómeno de la red virtual, los factores psicológicos y por supuesto los factores sociológicos que puedan influir en el uso del Facebook.

Por lo dicho anteriormente, este tema de exploración es de gran relevancia, ya que busca conocer si los adolescentes publican su vida privada, si confían en las informaciones encontradas en esta red social o si esto influye en sus emociones, además si son adictos a este medio virtual, etc.

Por último, este análisis quiere contribuir con las investigaciones realizadas en nuestro país con respecto a este tema.

### **1.6.1 Justificación Teórica**

Dar conocer a los jóvenes de la urbanización caja de agua, los malos y buenos usos al navegar en el Facebook de acuerdo a las dimensiones e indicadores con respecto a la cibernsociabilidad, adicción, la privacidad, etc.

En el transcurso de esta investigación, se tomó como base la teoría "Facebook", escrita por El Sahili. Esta teoría relacionada a la presente tesis describe cada dimensión e indicadores que nos ayudaron a resolver el problema general y los problemas específicos de dicha indagación con la finalidad de aportar a la sociedad. La primera dimensión (Red virtual) habla sobre el fenómeno que se convirtió la red virtual Facebook, las publicaciones sobre la vida privada de cada

usuario y sobre la confiabilidad que tienen los adolescentes hacia las noticias o informes que se publican en Facebook.

La segunda dimensión (Factores psicológicos) explica sobre la construcción que el usuario da a su imagen personal mediante esta red virtual, además sobre si el Facebook influye en las emociones del usuario o si los usuarios son adictos a esta red social. La última dimensión (Factores sociológicos) comenta sobre los vínculos de amistad que se generan al tener comunicación con nuestros contactos en Facebook. También, se habla sobre las amistades íntimas que se va fortaleciendo mediante esta red social.

### **1.6.2 Justificación Práctica**

La tesis se dará a cabo debido a que coexiste la necesidad de conocer y explicar cómo se viene dando el uso del Facebook en los adolescentes de dicha urbanización, esto permitirá conocer como los jóvenes emplean este medio virtual con respeto a su imagen, tiempo, necesidades, informaciones, etc. Esta investigación esto ayudará a plantear estrategias de mejora en la utilidad del Facebook.

Para los adolescentes, la red social Facebook es muy importante ya que satisfacen sus necesidades en construir su imagen personal, ampliar su red de contactos, informarse a nivel nacional e internacional y sobre todo comentar su opinión con total libertad.

Estas necesidades también impulsan y motivan a investigar dicha tesis, ya que identificará el uso que le dan los adolescentes al Facebook en la Urbanización Caja de Agua, ubicado en San Juan de Lurigancho.

### **1.6.3 Justificación Social**

Las recomendaciones se desarrollarán cuando se da a conocer los resultados, estos consejos se desarrollan con la finalidad de mejorar el uso del Facebook en los adolescentes de la urb. Caja de agua.

Gracias a las dimensiones e indicadores brindados por El-Sahili, se podrá conocer con exactitud el modo de uso de esta red virtual, como por ejemplo si influyen la vida privada, si influye en sus emociones, la construcción de su imagen de manera virtual o si son adictos al Facebook.

#### **1.6.4 Justificación Metodológica**

Ya terminado el trabajo de investigación, se dará a conocer ciertas recomendaciones y sugerencias, con la finalidad que estos adolescentes empleen estas estrategias o en todo caso los padres de familia ayuden a controlar el uso de este medio virtual.

Finalmente, es importante dar a conocer que esta investigación servirá como fuente de información en las próximas investigaciones y por supuesto para mejorar el uso adecuado del Facebook por los estudiantes.

### **1.7 Formulación de Objetivos**

#### **1.7.1 Objetivo General**

Identificar el uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización Caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017.

#### **1.7.2 Objetivos Específicos**

##### **1.7.2.1 Objetivo específico 1**

Identificar la red virtual que intervienen en el uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017.

##### **1.7.2.2 Objetivo específico 2**

Identificar los factores Psicológicos que intervienen en el uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017.

##### **1.7.2.3 Objetivo específico 3**

Identificar los factores Sociológicos que intervienen en el uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017.

## **II. MÉTODO**

## 2.1 Tipo, Nivel y Diseño de Investigación

### 2.1.1 Tipo de Investigación

El modelo de averiguación es aplicado, ya que busca extender y ahondar sobre la realidad en la que vivimos.

Para Benites y Villanueva (2015) “las investigaciones aplicadas [...] van más lejos que las básicas, no solo recopilan datos en uno o varios momentos, sino que además someten a prueba un experimento [...]” (p. 64)

### 2.1.2 Nivel de Investigación

La tesis es Descriptivo, ya que se dará a conocer las características del como se viene dando el uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización Caja de Agua.

Benites y Villanueva (2015) afirman que “Las investigaciones descriptivas abordan temas no necesariamente nuevos, las variables o temas ya han sido objeto de estudios anteriores [...]” (p. 67)

### 2.1.3 Diseño de Investigación

El diseño de esta investigación es no experimental.

Referente a este diseño, Gómez (2006) comentó que es “[...] **la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables.** Lo que hacemos es **observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.** [...]” (p. 102)

#### Diseño no experimental transversal

Dicha investigación es no experimental transversal, ya que se podrán recolectar los fundamentos en un tiempo y espacio fijo.

Diseño no experimental transversal, según Gómez (2006) consiste en que se “[...] **recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado** [...]” (p. 102)

## **Enfoque**

En esta tesis se emplea el enfoque cuantitativo, ya que se usará la estadística para determinar los resultados.

Para Benites y Villanueva (2015) el enfoque cuantitativo “[...] se caracterizan por ser precisos, concretos, su sentido es unívoco al leerlos, ya que no ofrecen vaguedad ni ambigüedad.” (p. 44)

## **2.2 Variable**

La variable del proyecto de investigación es Facebook, según Namakforoosh (2005) indico que “[...] Las variables son presentaciones de los conceptos de la investigación que deben expresarse en forma de hipótesis.” (p. 66)

**Variable:** Facebook

### **2.2.1 Descripción de la variable**

#### **2.2.1.1 Definición Conceptual**

El-Sahili (2014) definió:

Facebook es en la actualidad la red social más grande del mundo, y el lugar que ocupa no es un hecho accidental, se debe a los múltiples beneficios que aporta. Gracias a ella vivimos en un mundo más abierto, accesible y en contacto con los demás. Cada día muchas personas establecen relación con otras a través de este medio, compartiendo fotografías, enlaces de Internet, videos o publicando comentarios. (p. 1)

#### **2.2.1.2 Definición Operacional**

Facebook es un medio virtual amplio y aceptado mundialmente. Sirve para compartir pensamientos, imágenes, videos, opiniones e información de un hecho o suceso. Una herramienta de comunicación de manera virtual para mantener una comunicación con otro individuo.



### 2.1.1.3 Operalización de la variable: Uso del Facebook

Tabla 1

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERALIZACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	INSTRUMENTO DE MEDICIÓN
<b>USO DEL FACEBOOK</b>	El-Sahili (2014) definió que: Facebook es en la actualidad la red social más grande del mundo, y el lugar que ocupa no es un hecho accidental, se debe a los múltiples beneficios que aporta. Gracias a ella vivimos en un mundo más abierto, accesible y en contacto con los demás. Cada día muchas personas establecen relación con otras a través de este medio, compartiendo fotografías, enlaces de Internet, videos o publicando comentarios.	Facebook es el medio virtual más amplia y aceptada a nivel mundial. Sirve para compartir pensamientos, imágenes, videos, opiniones e información de un hecho o suceso. Una herramienta de comunicación de manera virtual para mantener una comunicación con otro individuo.	1. Red Virtual	1.1 Fenómeno de la Red social.	3	<b>ORDINAL</b>	<b>CUESTIONARI</b>
				1.2 Publicación de la vida privada.	3		
				1.3 Confiabilidad de información	3		
			2. Factores Psicológicos	2.1 Construcción contaste de la imagen.	3		
				2.2 Efectos en las Emociones.	3		
				2.3 Adicción al Facebook.	3		
			3. Factores Sociológicos	3.1 Vínculos Construidos por otros	2		
				3.2 Amistad en Facebook.	3		
				3.3 Cibersociabilidad	2		

## 2.3 Población y Muestra

### 2.3.1 Población

Está conformado por 134 adolescentes de ambos sexos que viven en la Urbanización Caja de Agua, ubicada en el distrito de San Juan de Lurigancho.

### 2.3.2 Muestra

Esta investigación está conformada por los 100 adolescentes entre 14 años de edad hasta los 18 años, hombres o mujeres, que viven en la Urbanización Caja de Agua.

Para Benites y Villanueva (2015) “La muestra es una parte de la población, debe ser representativa y adecuada [...] la muestra corresponde a una necesidad de los elementos a investigar [...]” (p. 95)

La muestra de esta investigación será de gran utilidad, ya que gracias a ello se empleará los instrumentos los cuales arrojarán los resultados y de ello, se podrá realizar las conclusiones, discusión y por supuesto las recomendaciones.

**Tabla 2**

<b>POBLACIÓN</b>	<b>MUESTRA</b>
134 Adolescentes de la Urb. Caja de Agua.	100 adolescentes, mujeres y hombres de 14 a 18 años.

## **Muestreo probabilístico**

Benites y Villanueva (2015) indicaron que el muestreo probabilístico:

Consiste en aplicar una selección, pero tenemos en cuenta que cualquiera de las unidades de análisis pertenecientes a la población tiene la misma probabilidad de pertenecer a la muestra, esto quiere decir que la variable es factible de estudiarla en cualquier integrante de la población [...]. (p.95).

## **Criterios de Selección**

Se seleccionó a 100 adolescentes entre 14 a 18 años de edad que vivan en la urbanización Caja de Agua del distrito de San Juan de Lurigancho.

## **2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

### **2.4.1 Técnica de la encuesta**

Para Benites y Villanueva (2015) “Las encuestas tienen utilidad básicamente para temas que pueden plantearse con ítems de manera directa a los encuestados, es decir, no es recomendable emplearla en temas que exploran la subjetividad humana.” (p. 81)

### **2.4.2 Instrumento de Investigación**

Fernández (2004) indicó que:

El cuestionario tiene que transmitir las necesidades de información del investigador a las personas entrevistadas y tiene que facilitar el registro y la devolución de las respuestas de los entrevistados al investigador. La eficacia de este proceso de intercambio de información se basa fundamentalmente en un diseño de cuestionario adecuado a las características de la investigación: [...]. (p. 123)

## **Cuestionario para medir la variable Uso del Facebook**

### **Ficha técnica del Instrumento**

**Nombre del Instrumento:** Cuestionario “Uso del Facebook”

**Autor:** Quispe Lloclla Ruth

**Aplicación:** Individual

**Finalidad:** Dar a conocer los diversos factores de uso del Facebook en los adolescentes de la Urb. Caja de agua-SJL, 2017.

**Ámbito de aplicación:** El cuestionario se aplicará en a 100 adolescentes que viven en la urbanización caja de agua. Entre 14 a 18 años de edad.

**Materiales:** Cuestionario Impreso

### **Descripción de la Aplicación**

Para el encuestador: Debe tener los conocimientos necesarios acerca del tema en la encuesta. Además de ello, tener los materiales para la recolección de datos como las encuestas impresas, lápiz o lapiceros necesarios.

Para el encuestado: El test del Uso de Facebook, calculara tres dimensiones, estos son: Red virtual, Factores Psicológicos y Factores Sociológicos, de cada dimensión, se darán a conocer tres indicadores de lo cual se logra obtener 25 items y será tipo escala linkert. Los puntajes se interpretarán de acuerdo a las respuestas que marquen estos estudiantes. El rango está conformado por: Nunca (1), Casi Nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5).

### **Descripción de las normas de Aplicación**

Los encuestados deben responder los 25 items, en caso de que una interrogante este sin responder, inmediatamente se devolverá el instrumento de investigación para que el encuestado pueda responderlo.

## 2.4.3 Validación y confiabilidad del instrumento

### 2.4.3.1 Validación

La herramienta de recolección de información consta con una validez, porque es un instrumento estandarizado.

Según Benites y Villanueva (2015) indicaron que la validez “comprende la rigurosidad para medir la variable que objetivamente se pretende cuantificar [...]” (p. 92).

**Tabla n°3**  
**Juicio de expertos**

<b>Nº</b>	<b>EXPERTOS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>VALORACIÓN DE LA APLICABILIDAD</b>
<b>01</b>	Seminario Unzueta Randall Jesús	Universidad César Vallejo	80%
<b>02</b>	Quispe Fernández, José Luis	Universidad César Vallejo	92.8%
<b>03</b>	Reyes Bernuy, Karina Patzi	Universidad César Vallejo	87.5%
<b>04</b>	Laurent Tello Moncada	Universidad César Vallejo	93.4%
<b>05</b>	Delgado Sosa María	Universidad César Vallejo	87%
		<b>PROMEDIO</b>	<b>88.14%</b>

Fuente: Ficha de opinión de expertos en la UCV-lima este 2017

### Método de Promedios

La indagación sobre las opiniones de los especialistas del instrumento o herramienta de investigación, se tabularon los informes para cada validador, de esta se obtuvieron la suma de criterios a fin de resolver la siguiente formulación.

$$P = \frac{\Sigma}{\text{Criterios} \times \text{validadores}}$$

## Validez de contenido por criterios

Tabla 4

Validadores	Nombre del Validador					Sumatoria
	Mg. Seminario Unzueta Randall Jesús	Mg. Quispe Fernández, José Luis	Mg. Reyes Bernuy, karina patzi	Mg. Laurent Tello, Moncada	Mg. Delgado Sosa, María	
Claridad	80%	100%	80%	85%	90%	435%
Objetividad	80%	80%	80%	89%	90%	419%
Pertinencia	80%	90%	80%	95%	90%	435%
Actualidad	80%	95%	100%	95%	90%	460%
Organización	80%	95%	100%	95%	85%	455%
Suficiente	80%	98%	80%	95%	85%	438%
Intencionalidad	80%	95%	90%	95%	85%	445%
Consistencia	80%	90%	90%	95%	85%	440%
Coherencia	80%	95%	80%	95%	85%	435%
Metodología	80%	90%	95%	95%	85%	445%
			<b>Total</b>			<b>4407%</b>

$$p = \frac{4407\%}{50\%} = 88.14\%$$

### 2.4.3.2 Confiabilidad del Instrumento

Según Benites y Villanueva (2015) manifestaron que “La confiabilidad consiste en la replicabilidad consistente de un instrumento, esto quiere decir, que en un número de aplicaciones a una misma población y/o muestra, los resultados son en cada oportunidad iguales [...]” (p. 92).

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right)$$

Donde:

- $\alpha$ = Alfa de Conbrach
- K= Número de ítems
- Vi= Varianza de cada ítem
- Vt= Varianza total

Para medir el valor se empleará el programa SPSS. En ello, el factor alfa de cronbach posee los valores del 0 al 1, donde el 0 representa que es confiabilidad anulada y el 1 representa una confiabilidad completa.

**Tabla 5**

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,743	25

### **Interpretación**

Respecto a la conclusión de los estudios de fiabilidad, el factor alfa de cronbach arrojó el resultado de 743, lo que manifiesta que la herramienta de investigación es honesto y confiable.

### **Procedimiento de recolección de datos**

Se planteó la prueba piloto, ya que se obtuvo un mayor porcentaje de confiabilidad del instrumento. Gracias a ello, se aplicó a un grupo de adolescentes de la urbanización de caja de agua. El instrumento de recolección de datos contó 25 ítems.

## **2.5 Métodos de Análisis de datos**

Para concluir la exploración del desarrollo estadístico y de los datos, se utilizarán técnicas tipo descriptivas de lo cual se lograrán obtener información adecuada para la presente investigación con la ayuda del programa SPSS 24.

### **2.5.1 La consistenciación**

Esta sagacidad ayudará a recoger los datos no necesarios para avanzar la investigación, además para omitir falsas respuestas de algunos encuestadores.

### **2.5.2 La clasificación de la Información**

Es la fase fundamental de información, ya que tiene la proposición de conectar y/o unir los datos mediante la asignación de la frecuencia en la variable.

### **2.5.3 La tabulación de datos**

Toda información recolectada del instrumento de investigación, será puesto en el programa SPSS versión 24.

### **2.6 Aspectos Éticos**

La presente tesis restringe los plagios y/o apropiación de otras investigaciones. Además de ellos, las herramientas o instrumentos de investigación serán utilizados hacia nuestra muestra y su aplicabilidad son fiables, ya que se presentarán a cinco profesores para que lo validen. Y los datos obtenidos, no serán cambiados.



### **III. RESULTADOS**

### 3.1 Resultados Estadísticos

#### Objetivo General

Identificar el uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización Caja de Agua- San Juan de Lurigancho, 2017.

Tabla 6

USO DEL FACEBOOK		Frecuencia	Porcentaje
Válido	III.SIEMPRE	17	17,0
	A VECES	82	82,0
	NUNCA	1	1,0
	Total	100	100,0

Fuente: Datos obtenidos de la Encuesta

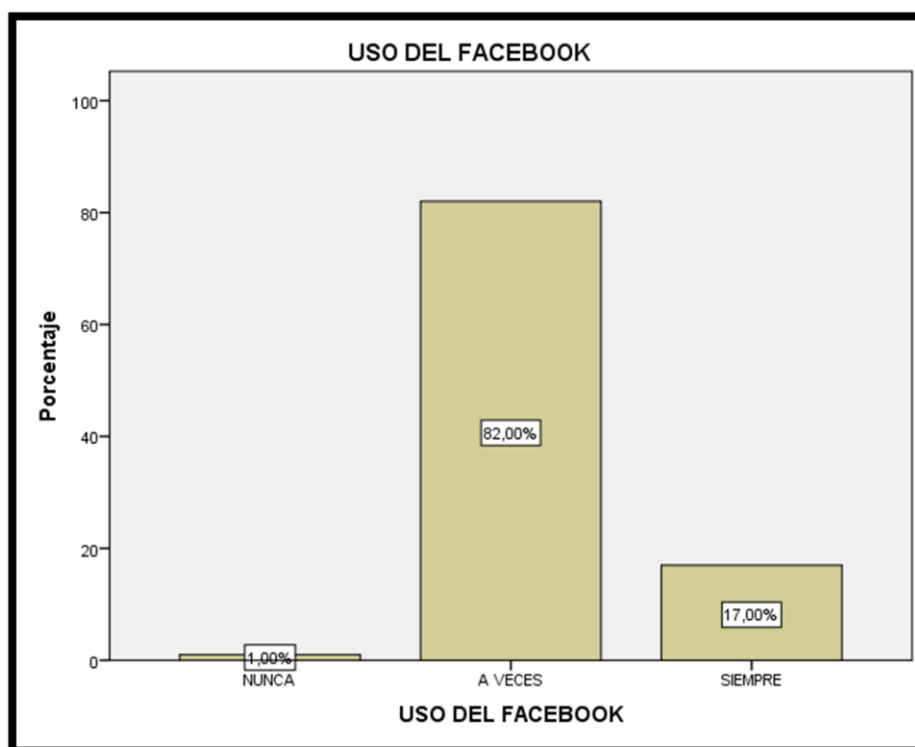


Figura 5: Barra según: Uso del Facebook

**Interpretación:** Los adolescentes de la Urbanización Caja de Agua en el distrito de San Juan de Lurigancho, se obtuvo que el 82.00% presenta una creciente adaptación al uso del Facebook, ya que usan el Facebook esporádicamente, mientras que el 17.00% afirman que están completamente relacionados al navegar Facebook y el 1% no para muy al tanto en este medio.

## Objetivos Específicos

### Objetivo específico 1

Identificar la red virtual que intervienen en el uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización Caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017.

Tabla 7

DIMENSIÓN RED VIRTUAL			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SIEMPRE	12	12,0
	A VECES	86	86,0
	NUNCA	2	2,0
	Total	100	100,0

Fuente: Datos obtenidos de la Encuesta

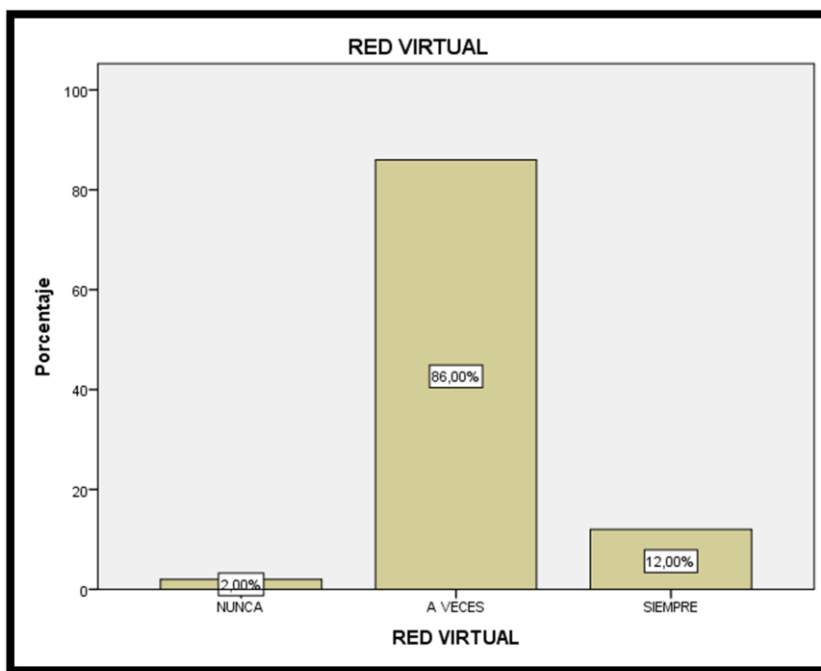


Figura 6: Barra según: Red Virtual

**Interpretación:** Los adolescentes de la Urbanización Caja de Agua en el distrito de San Juan de Lurigancho, se obtuvo que el 86% creen que “A veces” la red virtual influye en sus vidas, ya sea en su vida privada, en la confiabilidad de información o los nuevos fenómenos que se viene creando conforme pase el tiempo. Mientras que el 12% de adolescentes manifiestan que la red virtual “Siempre” influye en las decisiones, por último, el 2% manifiesta que “Nunca” la red virtual nunca cambia la forma o manera de pensar.

## Objetivo específico 2

Identificar los factores Psicológicos que intervienen en el uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización Caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017.

Tabla 8

FACTORES PSICOLOGICO			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SIEMPRE	22	22,0
	A VECES	76	76,0
	NUNCA	2	2,0
	Total	100	100,0

Fuente: Datos obtenidos de la Encuesta

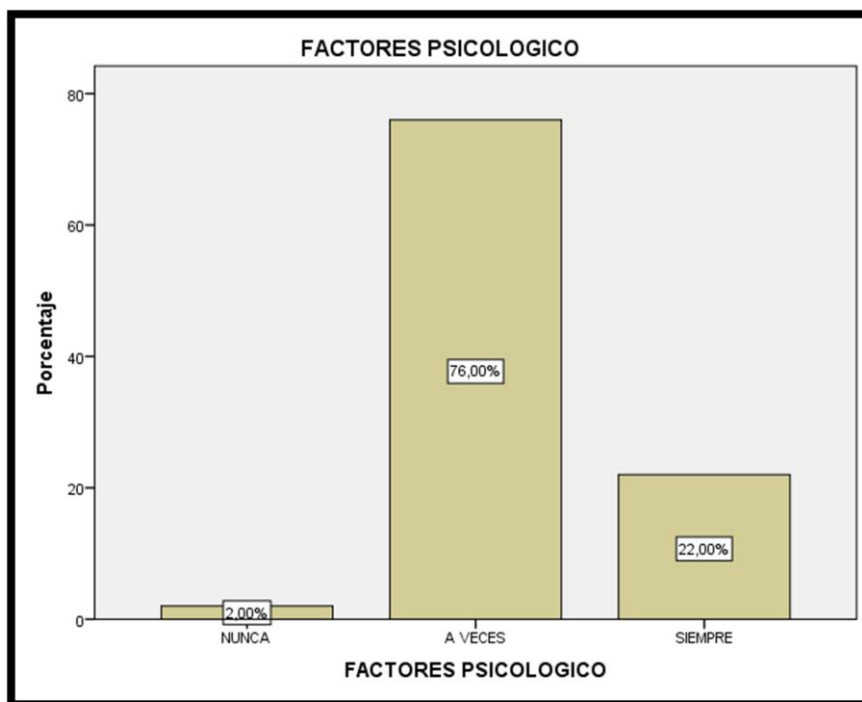


Figura 7: Barra según: Factores Psicológicos

**Interpretación:** Los adolescentes de la Urbanización Caja de Agua en el distrito de San Juan de Lurigancho, se obtuvo que el 76% “A veces” siente que el Facebook influye en los factores Psicológicos como en las emociones, construcción de su imagen o adicción. El 22% siente que el Facebook “Siempre” influye en aspectos Psicológicos y el 2% manifiesta que la red social Facebook “Nunca” influye en ese ambiente.

### Objetivo específico 3

Identificar los factores Sociológicos que intervienen en el uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización Caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017

Tabla 9

FACTORES SOCIOLOGICOS			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SIEMPRE	85	85,0
	A VECES	14	14,0
	NUNCA	1	1,0
	Total	100	100,0

Fuente: Datos obtenidos de la Encuesta

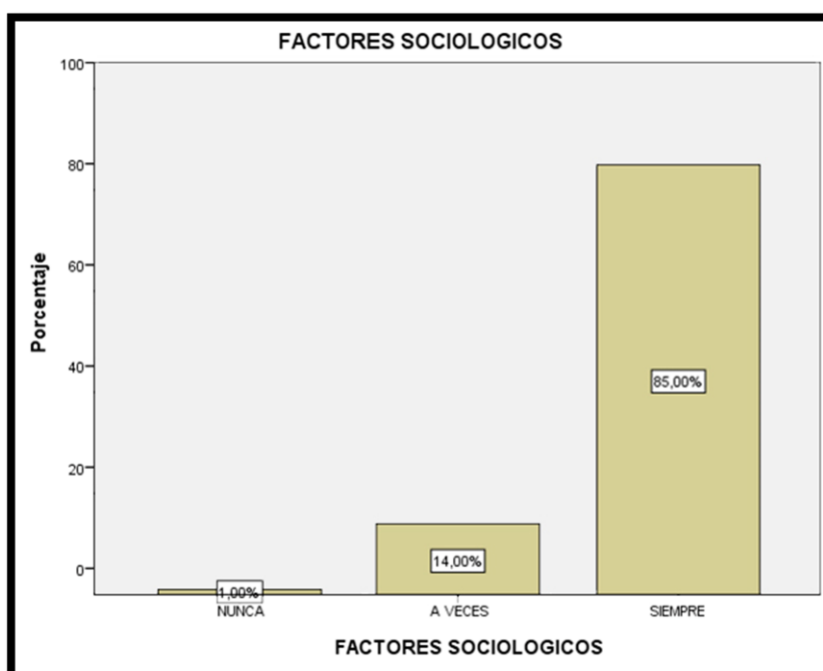


Figura 7: Barra según: Factores Sociológicos

**Interpretación:** Los adolescentes de la Urbanización Caja de Agua en el distrito de San Juan de Lurigancho, se obtuvo que el 14% “A veces” se relaciona a los factores sociológicos, es decir crean vínculos con otras personas en Facebook a través de amistades para así cibernociabilizar. Por otro lado, el 85% “siempre” crea amistades y se le es fácil socializar a través de Facebook dejando de lado la timidez. Y el 1% de adolescentes no construye ninguna comunicación con otras personas mediante Facebook.

## **IV. DISCUSIÓN**

## 4.1 Discusión

El presente trabajo de indagación describe la utilidad del Facebook en los adolescentes de la Urbanización Caja de Agua ubicado en el distrito de San Juan de Lurigancho del año 2017.

El objetivo general que consiste en identificar el uso del Facebook por los adolescentes entre 14 a 18 años de edad, nuestros resultados dieron a conocer que el 82.00% presenta una creciente adaptación al uso del Facebook, ya que usan esporádicamente esta red social, este resultado se asemeja con Mejía (2015) quien da a conocer que el 61,80% de los estudiantes usan Facebook frecuentemente. Otro resultado de lo cual se asemejan es Fonseca (2015) quien da a conocer que el 57%, entran a Facebook en cualquier lugar y a cada momento a través de un celular.

Del objetivo específico uno, consiste en identificar la red virtual que intervienen en el uso de Facebook en los adolescentes de dicha Urbanización, este dio como resultado que el 86% de los encuestados a veces creen que invierten bien su tiempo en Facebook, además de confiar y validar las informaciones que encuentran en la red social Facebook, este resultado difiere con Orellana (2012) quien da a conocer que el 28.8% y el 22.7% de los encuestados manifiestan que nunca o casi nunca descifran los boletines electrónicos o noticia que encuentran en Facebook. Esta investigación coincide con la teoría de El-Sahili ya que afirmó que, en la nueva cultura de las personas, Facebook conlleva que todo lo que se publica es correcto. Además, El-Sahili afirmó que estar en contacto con sus semejantes es mejorar el uso del tiempo y a la vez, puede ser una buena alternativa para perderlo.

El objetivo específico dos, consta con Identificar los Factores Psicológicos que participan en la utilidad del Facebook en los adolescentes, nuestro resultado salió que el 76% "A veces" sienten ser adictos al Facebook, dejando de lado sus quehaceres. Este resultado se asemeja a Mejía (2015) quien da a conocer que el 45,83% de estudiantes afirman que las redes sociales influyen en descuidar su aprendizaje y dejan de lado la atención en clases, abandonas las actividades que están desarrollando por darle prioridad a las redes sociales. Esta investigación

coincide con la teoría de El-Sahili, ya que también manifestó que el estar navegando en Facebook conlleva a la pérdida del tiempo valioso.

El objetivo específico tres, Identificar los factores Sociológicos que interviene en del uso del Facebook en los adolescentes de la Urbanización Caja de Agua. Los resultados arrojaron que el 85% de los adolescentes crean amistades y se le es fácil socializar a través de Facebook dejando de lado la timidez, este efecto se asemeja a Fonseca (2015) que da a conocer el 29% de los encuestados están en Facebook por comunicarse con los demás, entre ellos amigos, familiares o personas de otros lugares. La investigación también se asemeja a la teoría de El-Sahili, ya que confirmó que la sociabilidad humana se desenvuelve más en el Facebook que el contacto original.



## **V. CONCLUSIONES**

## 5.1 Conclusiones

- Primera:** Los adolescentes de la urbanización caja de agua- SJL, 2017, se dio a conocer que el 82.00% usan esporádicamente la red social Facebook. Esto quiere decir que a veces están metidos a esta red social.
- Segunda:** De acuerdo a la dimensión “Red Virtual”, se dio a conocer que el 86% de los adolescentes a veces invierten bien su tiempo, compran productos o servicios, sienten que en ocasiones su vida privada cambia y en ciertos casos confían en las informaciones brindadas en la red social Facebook,
- Tercera:** De acuerdo a la encuesta aplicada con respecto a la dimensión “Factores Psicológicos” se dio a conocer que el 76% a veces siente que el Facebook influye en sus emociones su imagen o en ser adictos al Facebook. Por ello dejan de lado sus actividades o quehaceres diarios.
- Cuarta:** De acuerdo con la encuesta aplicada refiriéndonos a la dimensión “Factores Sociológicos” el 85% de los adolescentes crean amistades y se le es fácil socializar a través de Facebook dejando de lado la timidez, sienten que sociabilizan mejor por este medio.

## **VI. RECOMENDACIONES**

## 6.1 Recomendaciones

- Primera:** Los profesores y papás que tienen más contacto con los adolescentes de la urbanización caja de agua, deben emplear métodos de aprendizaje a través de la red virtual Facebook, ya que los jóvenes están frecuentemente navegando en este medio.
- Segunda:** Los adolescentes deben limitarse a no exponer su vida privada en este medio, Y con respecto a la confiabilidad de información, los jóvenes deben corroborar una información mediante otras fuentes para no ser engañados.
- Tercera:** Los adolescentes deben organizar su tiempo para no perjudicar sus “quehaceres” al momento de navegar por la red social Facebook. Además, deben limitarse a publicar sus estados tristes, ya que el Facebook hoy en día habla por cada persona y eso puede perjudicarnos laboralmente.
- Cuarta:** Los padres de familia deben tener un seguimiento a sus hijos, ya que mediante Facebook nos exponemos a muchas cosas, por ejemplo, violadores, secuestradores, etc. que puedan hacerse pasar como amigos de los adolescentes con un fin negativo. Además de ello, los papás deben inscribir a los jóvenes en cursos de oratoria, liderazgo u teatro para que puedan desenvolverse y perder la timidez de manera personal que, por Facebook, de lo contrario esto podría perjudicarlos en lo estudiantil o en lo laboral.

## **VII. REFERENCIAS**

## 7.1 Referencias

- Benites, S. y Villanueva, L. (2015). *Retroceder investigando nunca rendirse con la tesis jamás*. (1ra ed.). Perú: Cultura peruana.
- El-Sahili, (2014). *Psicología del Facebook*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=zgLSAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=psicologia+del+facebook&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjyqLKzmfHUAhXEMyYKHezdBi0Q6AEIITAA#v=onepage&q&f=false>
- Fernández, A. (2004). Investigación y técnicas de mercado. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=LnVxgMkEhkgC&pg=PA123&dq=instrumento+de+investigación+cuestionario&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjvrcr746TIAhUFx1kKHRAFBSIQ6AEIQzAE#v=onepage&q=instrumento%20de%20investigación%20cuestionario&f=false>
- Fromsa, B. (2014). *Impact of Facebook Usage on Students Academic Performance*. Recuperado de: <http://www.grin.com/en/e-book/277559/impact-of-facebook-usage-on-students-academic-performance>
- Fonseca, O. (2015). *Redes Sociales y Juventud: Uso de Facebook por jóvenes de México, Argentina y Colombia*. (Tesis Doctoral). Recuperado de [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/11548/TD\\_FONSECA\\_MANTILLA\\_Oscar.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/11548/TD_FONSECA_MANTILLA_Oscar.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gonzales, E. (2013). *Uso de internet en los estudiantes de la preparatoria no. 11*. (Tesis de Maestría). Recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/3490/1/1080256733.pdf>
- Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=9UDXPe4U7aMC&pg=PA85&dq=instrumento+de+investigación+no+experimental&hl=es->

[419&sa=X&ved=0ahUKEwjqi9qC3qTIAhUSj1kKHSYIAckQ6AEIJzAA#v=onepage&q=diseño%20de%20investigación%20no%20experimental&f=false](http://repository.ut.edu.co/bitstream/001/1145/1/RIUT-BHA-spa-2014Influencia%20de%20las%20redes%20sociales%20de%20internet%20en%20el%20rendimiento%20acad%C3%A9mico%20del%20%C3%A1rea%20de%20inform%C3%A1tica%20en%20los%20estudiantes%20de%20los%20grados%208%C2%B0%20y%209%C2%B0%20del%20instituto%20promoci%C3%B3n%20social%20del%20norte%20de%20Bucaramanga.pdf)

Hernández, G. & Castro, A. (2014). *Influencia de las redes sociales de internet en el rendimiento académico del área de informática en los estudiantes de los grados 8° y 9° del instituto promoción social del norte de Bucaramanga* (tesis de Maestría). Recuperado de: <http://repository.ut.edu.co/bitstream/001/1145/1/RIUT-BHA-spa-2014Influencia%20de%20las%20redes%20sociales%20de%20internet%20en%20el%20rendimiento%20acad%C3%A9mico%20del%20%C3%A1rea%20de%20inform%C3%A1tica%20en%20los%20estudiantes%20de%20los%20grados%208%C2%B0%20y%209%C2%B0%20del%20instituto%20promoci%C3%B3n%20social%20del%20norte%20de%20Bucaramanga.pdf>

Hernández, Fernández y Baptista I. (2003). *Metodología y Diseño en la Investigación*. (3° Ed.). México: McGraw-Hill / Interamericana Editores S.A.

Icart, T., Fuentelsaz, C. y Pulpón, A. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=5CWKWi3woi8C&pg=PA54&dq=concepto+de+poblaci%C3%B3n+y+muestra&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjoxe7M3KTIAhUFx1kKHVIgBa8Q6AEIJzAA#v=onepage&q=concepto%20de%20poblaci%C3%B3n%20y%20muestra&f=false>

Jacinta, L. & Brunela, F. (2012). *Influencia de la Red Social Facebook en la formación de la autoestima en las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular “María de Nazaret” de Cajamarca*. (Tesis para obtener la licenciatura). Recuperado de: <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/98/Cerna%20Urbina%20Lis%20Jacinta.pdf?sequence=3>

Judge, T. y Robins, S. (2013). *Comportamiento Organizacional*. (15° ed.). Madrid: Pearson

Jordar, J. (S/A). *La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales* (71). Recuperado de: [http://www.razonypalabra.org.mx/n/n71/varia/29%20jodar\\_revisado.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/n/n71/varia/29%20jodar_revisado.pdf)

Mejía, V. (2015). *Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del cantón Yaguachi*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7468/1/TESIS%20%20COMPLETA.pdf>

Molina, G. & Toledo, R. (2014). *Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio realizado en cuatro colegios de la ciudad de cuenca con los alumnos de primer año de bachillerato*. (Tesis de Licenciado) Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>

Mathews, B. (S/A). *Facebook, Twitter, and Other Social Media—Teaching Tools? Really?*. Recuperado de: [https://www.dessci.com/en/company/training/misc/mathtype\\_with\\_social\\_media-full\\_handout.pdf](https://www.dessci.com/en/company/training/misc/mathtype_with_social_media-full_handout.pdf)

Mcquail, D. & Windahl, S. (1997). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. (3ra ed.). España: EUNSA.

Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de investigación*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&printsec=frontcover&dq=Namakforoosh&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiR5POblojmAhWlzlKkKHUQsAUUQ6AEIKTAA#v=onepage&q=Namakforoosh&f=false>



- Orellana, L. (2012). *Uso de internet por jóvenes universitarios de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Federico Villarreal*. (tesis de Maestría). Recuperado de: [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2555/1/Orellana\\_ml.pdf](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2555/1/Orellana_ml.pdf)
- Orellana, L. (2010). *Uso de internet por escolares de 4º y 5º de secundaria en un colegio de la perla (callao)*. (Tesis de Maestría). Recuperado de: [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/123456789/1229/1/2010\\_Orellana\\_Uso%20de%20internet%20por%20escolares%20de%204%C2%B0%20y%205%C2%B0%20de%20secundaria%20de%20un%20colegio%20de%20La%20Perla%20-%20Callao.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/123456789/1229/1/2010_Orellana_Uso%20de%20internet%20por%20escolares%20de%204%C2%B0%20y%205%C2%B0%20de%20secundaria%20de%20un%20colegio%20de%20La%20Perla%20-%20Callao.pdf)
- Otero, E. (2004). *Teorías de la Comunicación*. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=gcs2FaSa20gC&printsec=frontcover&dq=teoria+usos+y+gratificaciones&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=true](https://books.google.com.pe/books?id=gcs2FaSa20gC&printsec=frontcover&dq=teoria+usos+y+gratificaciones&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true)
- Otero, E. & Nuñez, R. (2009). *Comunicación de la A a la Z*. Recuperado de: [http://www.edisonotero.cl/PDF/libros\\_comunicacion\\_A\\_Z.pdf](http://www.edisonotero.cl/PDF/libros_comunicacion_A_Z.pdf)
- Pavón, M. (2015). *El uso de las redes sociales y sus efectos en el rendimiento académico de los alumnos del instituto san José, el progreso, Yoro-honduras*. (Tesis de Posgrado). Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/83/Pavon-Martin.pdf>
- Rossel, R. (2017). *Autoestima y uso de Facebook en estudiantes de quinto año de secundaria*. (Tesis para obtener la licenciatura). Recuperado de: <http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/2164/ROSSEL%20NOLE%20REISA%20AMALIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sosa, J. (2014). *Relación entre el uso del Facebook y el aprendizaje colaborativo en estudiantes del cuarto grado de secundaria en el área Educación para el trabajo en la institución educativa N° 89002, Chimbote*,

2014. (Tesis para obtener la Maestría). Recuperado de:  
<https://es.slideshare.net/profejanet123/tesis-final-para-subir>

Torrecillas, V. (S/N). *Influencia de las Redes Sociales*. Recuperado de:  
<https://es.scribd.com/doc/129387592/Tesis-Influencia-de-Las-Redes-Sociales-en-Los-Adolescentes>

## **VIII. ANEXOS**

## ANEXO N° 1: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

**Universidad César Vallejo**

**Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación**

Uso del Facebook en los adolescentes de la  
urbanización Caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para recopilar datos acerca del uso del Facebook en los adolescentes. Le agradezco de antemano cada minuto de su tiempo para responder con las siguientes preguntas del cuestionario.

Instrucciones: Marcar con un aspa (X) la alternativa que usted crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad.

- Nunca (1)
- Casi nunca (2)
- A veces (3)
- Casi siempre (4)
- Siempre (5)

Edad: \_\_\_\_\_

<b>Variable: Uso del Facebook</b>		<b>ESCALA</b>					
dimensiones	Indicadores	Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre	
		1	2	3	4	5	
<b>fenómeno de la red virtual</b>							
<b>Red Virtual</b>	<b>1</b>	¿Compras Productos que publican en Facebook?					
	<b>2</b>	¿Facebook satisface tu necesidad de estar comunicado?					
	<b>3</b>	¿Crees que inviertes bien tú tiempo en Facebook?					
	<b>publicación de la vida privada</b>						
	<b>4</b>	¿Observas que tu vida privada cambia al utilizar Facebook?					
	<b>5</b>	¿Publicas tu vida privada en Facebook?					
	<b>6</b>	¿Te expresas libremente sobre tu vida en Facebook?					

	<b>confiabilidad de información</b>					
	7	¿Crees que son ciertas las publicaciones de tus contactos en Facebook?				
	8	¿Crees que son ciertas las noticias que encuentras en Facebook?				
	9	¿Crees que tus contactos en Facebook son reales?				
<b>Factores Psicológicos</b>	<b>Construcción de la Imagen</b>					
	10	¿Cambias frecuentemente tu foto de perfil en Facebook?				
	11	¿Cambias frecuentemente tu foto de portada en Facebook?				
	12	¿Tu opinión cambia al hablar con tus contactos en Facebook?				
	<b>Efecto en las Emociones</b>					
	13	Cuando estas triste, ¿Sueles publicarlo en Facebook?				
	14	Cuando estas alegre, ¿Sueles publicarlo en Facebook?				
	15	¿Crees que las amistades por Facebook son duraderas?				
	<b>Adicción al Facebook</b>					
	16	¿Estas conectado a cada hora en Facebook?				
17	¿Dejas de lado tus quehaceres por estar en Facebook?					
18	¿Actualizas frecuentemente tu perfil en Facebook para llamar la atención?					
<b>Factores Sociológicos</b>	<b>Vínculos contruidos por otros</b>					
	19	¿Te relacionas con nuevas personas mediante Facebook?				
	20	¿Tienes constante comunicación con personas que no conoces físicamente en Facebook?				
	<b>Amistad en Facebook</b>					
	21	¿Crees que las amistades en Facebook son importantes?				
	22	¿Te comunicas con todos tus contactos en Facebook?				
	23	¿Le dan like a tus publicaciones todos tus amigos en Facebook?				
	<b>Cibersociabilidad</b>					
24	¿Pierdes la timidez al expresarte en Facebook?					
25	¿Te expresas mejor por Facebook que de manera personal?					

## ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE					
<p><b>Problema General</b> ¿Cómo se viene dando el uso del Facebook en los adolescentes de la urbanización Caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017?</p>	<p><b>Objetivo General</b> Determinar el uso del Facebook en los adolescentes de la urbanización Caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017.</p>	Facebook					
<p><b>Problemas Específicos</b></p> <p><b>Problema específico 1</b> ¿Cómo se viene dando la red virtual en los adolescentes de la urbanización Caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017?</p> <p><b>Problema específico 2</b> ¿Cómo se viene dando los factores Psicológicos en los adolescentes de la urbanización Caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017?</p> <p><b>Problema específico 3</b> ¿Cómo se viene dando los factores sociológicos en los adolescentes de la urbanización Caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017?</p>	<p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p><b>Objetivo específico 1</b> Determinar la red virtual en los adolescentes de la urbanización Caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017.</p> <p><b>Objetivo específico 2</b> Determinar los factores Psicológicos en los adolescentes de la urbanización Caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017.</p> <p><b>Objetivo específico 3</b> Determinar los factores sociológicos en los adolescentes de la urbanización Caja de agua- San Juan de Lurigancho, 2017.</p>	dimensiones	indicadores	items	Escala de medición	Diseño Metodológico	
		Red Virtual	Fenómeno de la Red social.	3	Ordinal	<p><b>Población:</b> Adolescentes de la urb. Caja de agua-SJL  <b>Muestra:</b> 100 adolescentes entre hombres y mujeres (12 a 18 años)  <b>Tipo de Investigación :</b> Aplicada  <b>Nivel de Investigación:</b> Descriptiva  <b>Diseño:</b> No experimental transversal  <b>Método de Investigación</b>            1. Técnica de obtención de datos            2. Instrumento para obtener datos: Cuestionario- Escala linkert            3. Técnica para el procesamiento de datos: Programa SPSS</p>	
				Publicación de la vida privada.			3
				Confiabilidad de información.			3
		Factores Psicológicos	Construcción contaste de la imagen.	3			
			Efectos en las Emociones.	3			
			Adicción al Facebook.	3			
		Factores Sociológicos	Vínculos Construidos por otros	2			
			Amistad en Facebook.	3			
			Ciber-socialización.	2			

## ANEXO N°3 FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO



### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Seminario Vergara, Pamela Jesús  
 I.2. Especialidad del Validador: DR. en Educación.  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC. - UCV  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario Uso del Facebook  
 I.5. Autor del instrumento: Ruth Quipe Uccolla

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

#### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....  
 .....  
 .....

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

San Juan de Lurigancho, 03 de Julio del 2019

Firma de experto informante

DNI: 43311504

Teléfono: 997175245

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Uso del Facebook

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		
Item 19	✓		
Item 20	✓		
Item 21	✓		
Item 22	✓		
Item 23	✓		
Item 24	✓		
Item 25	✓		



Firma de experto informante

DNI: 43311504

Teléfono: 997175245



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: OLISPE FERNÁNDEZ, JOSÉ LUIS  
 I.2. Especialidad del Validador  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: ENCUESTA  
 I.5. Autor del instrumento: OLISPE LLOCLLA RUTH

**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					100%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				80%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					90%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					95%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					95%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					98%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					85%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					90%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					95%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

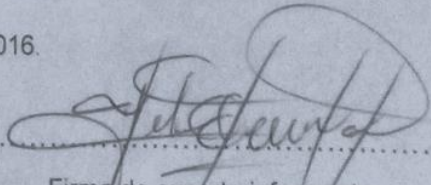
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Revisar la coherencia del ítem 6, 8, 9

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

92.8%

San Juan de Lurigancho, 05 de Julio del 2016.

  
Firma de experto informante

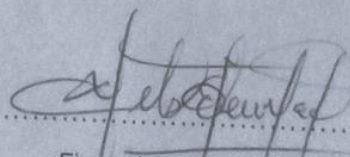
DNI: 0979 38 13

Teléfono: 991 25 00 17

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Uso del Facebook

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6		✓	
Ítem 7	✓		
Ítem 8		✓	
Ítem 9		✓	
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		
Ítem 22	✓		
Ítem 23	✓		
Ítem 24	✓		
Ítem 25	✓		



Firma de experto informante

DNI: 09795813

Teléfono: 991250017



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Delgado Sosa, Maria  
 I.2. Especialidad del Validador Docente de la universidad UCV  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Tutora - Universidad Cesar Vallejo.  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario uso del Facebook  
 I.5. Autor del instrumento: Ruth Quispe Huella

**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					80%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					90%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					90%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					90%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					85%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					85%
CONSISTENCIA	Considera que los items utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					85%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					85%
METODOLOGÍA	Considera que los items miden lo que pretende medir.					85%
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

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

Ninguna.

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

87%

San Juan de Lurigancho, 4 de Julio del 2016.

.....  
 Firma de experto informante

DNI: 42327656

Teléfono: 955765829

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Uso del Facebook

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	x		
Ítem 2	<		
Ítem 3	x		
Ítem 4	x		
Ítem 5	x		
Ítem 6	x		
Ítem 7	x		
Ítem 8	x		
Ítem 9	x		
Ítem 10	x		
Ítem 11	x		
Ítem 12	x		
Ítem 13	x		
Ítem 14	x		
Ítem 15	x		
Ítem 16	x		
Ítem 17	x		
Ítem 18	x		
Ítem 19	x		
Ítem 20	x		
Ítem 21	x		
Ítem 22	x		
Ítem 23	x		
Ítem 24	<		
Ítem 25	x		

.....  
  
 Firma de experto informante

DNI: 44327656

Teléfono: 955705829



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Laurent Tello Morcada
- I.2. Especialidad del Validador: Mg. En Gestión directiva académica
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Coordinadora de Escuela de líderes
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación:  cuestionario Uso del Facebook
- I.5. Autor del instrumento: Ruth Quispe Uceda

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					85%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					89%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					95%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					95%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					95%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					95%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					95%
CONSISTENCIA	Considera que los items utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					95%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					95%
METODOLOGÍA	Considera que los items miden lo que pretende medir.					95%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

Se puede mejorar la pregunta 15

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

93%

San Juan de Lurigancho, 05 de Julio del 2016.

Firma de experto informante

DNI: 41255179

Teléfono: 946506726

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Uso del Facebook

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15		✓	
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		
Ítem 22	✓		
Ítem 23	✓		
Ítem 24	✓		
Ítem 25	✓		



Firma de experto informante

DNI: 41255179

Teléfono: 976506726



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Reyes Bernuy, Karina Patzi
- I.2. Especialidad del Validador
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente / Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: cuestionario Uso del facebook
- I.5. Autor del instrumento: Quispe Iloclla ruth

**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 80%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X 80%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X 80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X 100%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X 100%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X 80%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X 90%
CONSISTENCIA	Considera que los items utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X 90%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X 80%	
METODOLOGÍA	Considera que los items miden lo que pretende medir.					X 95%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						X 95%

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

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

Instrumento favorable para su validación

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

87.5%

San Juan de Lurigancho, 05 de Julio del 2017.

Firma de experto informante

DNI: 09282659

Teléfono: 963839911

## ANEXO N°4 BASE DE DATOS

BASE DE DATOS: USO DEL FACEBOOK EN LOS ADOLESCENTES DE LA URBANIZACIÓN CAJA DE AGUA-SJL, 2017																													
	p1	p2	p3	p3	p5	p6	p7	p8	p9		p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18		p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25		TOTAL
1	3	5	3	4	3	3	2	5	2	30	4	3	3	3	5	3	4	3	2	30	4	3	5	3	3	4	5	27	87
2	1	3	1	3	3	4	4	3	1	23	3	3	2	3	1	2	3	3	1	21	1	1	3	1	3	4	5	18	62
3	4	5	4	4	3	4	4	5	2	35	3	4	4	3	5	3	4	4	3	33	5	2	4	2	2	4	5	24	92
4	3	4	2	2	3	1	3	2	3	23	3	3	4	3	3	2	3	1	4	26	3	4	4	3	2	4	5	25	74
5	3	3	3	4	3	2	3	4	3	28	3	4	4	4	4	4	5	4	2	34	3	3	4	2	2	3	3	20	82
6	3	5	4	3	4	3	2	4	3	31	4	4	4	3	5	3	4	3	3	33	4	3	5	3	3	4	5	27	91
7	3	5	4	3	3	3	4	5	2	32	4	3	3	3	4	5	4	4	3	33	5	4	4	5	4	4	5	31	96
8	4	5	4	3	3	2	3	4	5	33	4	3	3	4	3	4	4	3	2	30	5	3	4	4	4	4	4	28	91
9	2	4	4	3	4	3	3	5	2	30	3	4	3	4	4	2	4	4	4	32	4	3	3	3	4	4	5	26	88
10	5	4	4	4	3	4	2	4	5	35	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3	3	5	5	5	3	4	28	98
11	5	5	3	3	3	4	2	2	2	29	2	4	3	4	3	3	5	4	4	32	4	3	4	4	3	5	5	28	89
12	5	4	4	3	3	3	2	2	3	29	4	1	5	5	5	4	4	4	4	36	5	5	3	3	3	3	4	26	91
13	3	4	3	4	3	4	2	3	2	28	3	4	4	4	4	3	4	4	4	34	5	3	4	4	3	4	5	28	90
14	5	5	4	4	4	4	3	4	3	36	4	4	4	3	3	4	4	3	3	32	4	4	4	5	5	5	5	32	100
15	5	2	4	3	3	4	2	4	3	30	4	4	3	4	5	2	3	4	3	32	5	3	3	3	3	3	3	23	85
16	1	5	4	4	3	3	3	3	4	30	4	3	1	3	4	5	5	5	4	34	5	3	1	2	2	5	4	22	86
17	1	3	2	3	2	2	3	5	3	24	4	5	3	5	4	4	4	4	4	37	5	4	4	5	5	4	5	32	93
18	5	2	3	4	3	3	3	2	2	27	4	3	4	4	3	4	4	4	5	35	5	3	4	4	3	5	4	28	90
19	1	5	3	2	3	4	2	3	3	26	4	3	3	4	3	3	5	2	3	30	4	3	3	5	4	5	4	28	84
20	4	2	3	3	3	2	2	3	3	25	4	3	4	1	4	2	4	4	3	29	5	3	4	3	5	5	5	30	84
21	1	3	4	3	3	3	4	3	4	28	4	3	2	3	4	3	3	4	3	29	4	3	2	1	3	4	5	22	79
22	5	5	3	3	4	3	3	4	4	34	4	3	4	4	3	4	4	3	4	33	4	3	4	3	3	3	3	23	90
23	1	5	4	4	3	3	2	5	2	29	4	4	3	2	2	3	5	3	4	30	4	4	3	3	3	1	4	22	81
24	4	4	3	3	4	4	3	4	3	32	4	1	3	3	4	2	3	4	3	27	4	3	3	3	5	4	4	26	85
25	4	5	3	4	3	3	2	2	4	30	3	4	4	1	3	3	3	4	3	28	4	3	3	5	5	5	5	30	88
26	3	4	3	3	4	5	3	3	4	32	3	3	1	4	3	4	4	3	2	27	3	2	3	3	3	4	5	23	82
27	3	4	3	3	3	2	3	3	3	27	4	4	4	3	5	3	5	4	4	36	4	5	4	5	5	4	5	32	95
28	4	5	4	3	4	4	2	3	2	31	4	3	2	3	4	2	4	4	3	29	5	4	2	2	3	4	4	24	84
29	3	5	4	4	4	3	3	4	3	33	4	4	4	4	3	3	3	3	3	31	4	4	4	3	4	1	5	25	89
30	5	5	2	4	4	3	2	2	3	30	4	4	1	4	3	3	3	1	2	25	5	1	2	3	5	4	2	22	77
31	1	2	2	2	3	2	2	2	3	19	4	3	3	3	5	2	5	4	3	32	5	4	3	5	5	3	4	29	80
32	4	4	3	4	4	4	2	2	3	30	4	3	4	4	4	1	4	4	3	31	4	3	3	3	5	4	4	26	87
33	1	5	2	4	3	2	2	4	4	27	3	2	3	2	5	3	4	2	2	26	5	2	3	3	3	2	4	22	75
34	3	3	4	3	3	3	4	3	4	30	4	4	3	4	5	3	3	4	3	33	4	3	4	5	3	3	4	26	89
35	2	5	5	3	3	3	2	4	2	29	4	4	4	4	4	1	4	3	3	31	5	3	4	3	5	2	3	25	85



36	3	3	1	3	2	4	4	4	2	26	4	1	2	3	2	3	3	3	2	23	3	2	2	5	3	4	4	23	72
37	3	4	3	3	4	2	3	2	3	27	3	4	1	3	4	4	4	4	3	30	5	4	4	3	3	5	5	29	86
38	4	5	3	3	4	3	3	5	2	32	4	4	3	2	5	4	4	3	3	32	4	3	3	5	5	5	5	30	94
39	5	5	3	3	3	4	2	3	3	31	4	4	3	1	5	3	5	2	3	30	4	3	3	4	5	5	5	29	90
40	2	5	4	3	4	4	4	3	4	33	4	4	4	3	4	1	4	4	3	31	3	4	2	2	3	4	4	22	86
41	3	3	4	4	4	4	3	2	2	29	4	4	1	3	3	4	4	4	5	32	5	5	4	3	4	4	5	30	91
42	5	5	4	3	3	4	2	5	5	36	4	4	1	3	4	5	4	4	3	32	4	4	4	5	5	5	5	32	100
43	4	5	4	4	4	4	4	3	1	33	4	3	3	4	5	3	5	4	4	35	4	4	4	5	5	3	4	29	97
44	4	5	4	4	4	5	2	2	3	33	4	4	3	4	4	2	3	2	4	30	4	4	4	3	2	4	5	26	89
45	4	5	3	4	3	2	4	3	4	32	4	4	4	3	5	4	5	4	4	37	3	4	4	4	4	4	4	27	96
46	4	5	3	4	4	3	2	4	4	33	3	4	3	4	4	3	4	4	3	32	3	2	3	3	3	5	5	24	89
47	1	5	4	4	3	3	2	2	4	28	5	4	3	4	5	4	4	3	3	35	3	3	4	3	4	4	4	25	88
48	4	4	3	3	3	4	3	3	4	31	5	3	3	4	3	2	3	4	4	31	5	4	5	5	4	1	5	29	91
49	4	4	3	4	3	3	2	4	4	31	3	4	3	2	3	3	5	2	2	27	3	2	3	3	3	2	4	20	78
50	4	3	4	3	3	3	2	2	3	27	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40	5	5	4	5	5	3	5	32	99
51	4	5	3	4	3	3	3	5	2	32	5	3	3	3	5	3	4	3	2	31	4	3	5	3	3	4	5	27	90
52	2	3	5	1	4	4	4	3	4	30	5	4	3	3	5	2	3	3	1	29	5	1	3	1	3	3	5	21	80
53	3	5	3	2	3	4	3	2	2	27	3	4	4	3	3	3	5	4	3	32	3	2	5	2	5	4	5	26	85
54	4	4	2	4	3	3	3	1	4	28	3	3	4	3	3	4	3	1	4	28	4	4	5	3	2	4	5	27	83
55	3	3	3	4	3	2	3	4	3	28	5	4	4	4	4	1	3	4	2	31	3	3	5	2	5	3	3	24	83
56	3	4	5	3	4	4	3	2	3	31	4	4	4	3	3	3	5	3	3	32	5	3	5	3	3	4	5	28	91
57	4	5	4	3	3	3	4	5	5	36	4	3	3	3	4	5	4	4	3	33	4	4	4	5	5	5	5	32	101
58	2	5	4	4	3	2	3	4	4	31	5	3	3	4	3	4	4	4	2	32	5	3	5	5	4	5	4	31	94
59	4	4	3	3	4	3	3	2	2	28	3	4	3	2	5	1	5	4	4	31	4	3	3	3	4	5	5	27	86
60	3	5	5	4	3	4	3	4	5	36	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3	3	5	5	5	3	4	28	99
61	4	2	5	4	3	1	2	2	2	25	5	4	3	4	4	3	3	4	4	34	4	3	4	5	3	5	5	29	88
62	1	4	5	3	3	4	3	2	4	29	3	4	5	5	5	4	5	4	4	39	5	5	3	5	3	4	4	29	97
63	3	4	3	4	3	4	3	3	4	31	3	4	4	4	5	2	4	4	4	34	3	3	5	4	5	4	5	29	94
64	1	4	4	3	4	4	3	2	3	28	4	4	4	3	4	4	4	3	3	33	4	4	4	5	5	5	5	32	93
65	3	5	3	3	3	4	4	4	4	33	4	3	3	4	2	3	3	4	3	29	3	3	3	3	3	3	4	22	84
66	4	2	3	4	3	3	3	3	4	29	4	4	4	3	5	5	5	5	4	39	4	3	1	2	2	3	4	19	87
67	4	3	2	2	2	2	3	2	3	23	4	5	3	5	4	4	4	4	4	37	5	4	4	5	5	4	5	32	92
68	3	2	5	3	3	3	3	5	4	31	5	3	1	4	5	2	4	4	5	33	3	3	4	4	3	5	4	26	90
69	4	3	3	3	2	4	3	3	3	28	4	4	3	4	4	3	5	2	3	32	4	3	3	4	4	4	4	26	86
70	2	5	3	2	3	2	3	2	4	26	4	3	3	3	5	2	4	4	3	31	3	3	4	3	4	5	5	27	84
71	4	3	5	4	3	4	4	3	4	34	5	3	4	3	4	3	3	4	3	32	4	3	2	1	3	5	5	23	89
72	2	3	5	4	4	3	3	4	4	32	4	3	4	4	5	4	4	4	4	36	4	3	4	3	3	4	4	25	93

73	4	5	4	4	2	3	3	2	2	29	3	4	3	2	2	3	2	3	4	26	4	4	3	3	3	3	4	24	79
74	4	4	5	4	4	3	3	4	4	35	5	3	3	3	4	3	3	4	3	31	4	2	3	3	4	4	4	24	90
75	2	4	5	4	3	3	3	2	4	30	4	4	4	3	3	2	3	4	3	30	4	3	3	4	5	5	5	29	89
76	3	4	5	3	4	5	3	3	4	34	5	3	3	4	3	4	4	3	2	31	3	2	3	3	3	4	5	23	88
77	4	4	3	3	3	2	3	3	3	28	3	3	3	3	4	3	4	4	4	31	4	5	4	4	4	5	5	31	90
78	1	3	5	4	4	4	3	2	4	30	4	4	4	3	4	2	4	4	3	32	3	4	5	5	5	5	4	31	93
79	3	5	5	4	4	3	3	4	3	34	5	4	1	4	4	3	3	3	3	30	4	4	4	3	4	5	5	29	93
80	4	3	5	4	3	1	2	2	3	27	4	4	1	2	3	3	3	1	2	23	2	1	2	3	4	4	2	18	68
81	2	4	5	2	3	3	2	2	3	26	5	4	3	3	3	2	2	4	3	29	4	4	3	4	4	3	5	27	82
82	2	4	4	4	4	3	3	2	3	29	4	3	4	4	4	2	4	4	3	32	3	3	5	5	4	4	4	28	89
83	4	4	4	4	3	1	2	4	4	30	4	4	3	2	3	3	4	4	2	29	4	2	5	3	5	4	4	27	86
84	1	3	5	3	3	3	4	3	4	29	4	4	3	4	3	3	3	4	3	31	4	3	4	5	3	3	5	27	87
85	4	3	5	3	3	3	3	2	2	28	4	4	4	4	4	2	4	3	3	32	3	3	4	3	4	2	3	22	82
86	1	3	4	5	2	1	4	2	2	24	3	3	3	3	2	3	3	4	2	26	2	5	5	5	5	4	4	30	80
87	3	4	4	3	4	2	3	1	2	26	5	3	4	3	4	4	4	3	3	33	3	4	4	5	3	5	5	29	88
88	2	4	3	3	4	3	3	2	2	26	5	4	3	2	4	2	4	4	3	31	4	3	3	5	4	5	5	29	86
89	4	4	3	3	3	4	3	2	3	29	5	3	3	4	3	3	1	2	3	27	2	3	3	4	4	5	5	26	82
90	4	3	4	3	4	4	4	2	4	32	2	2	2	3	4	3	4	4	3	27	3	4	2	5	5	4	5	28	87
91	2	3	4	4	4	2	3	2	3	27	4	4	4	3	3	2	4	4	5	33	5	5	5	3	4	4	5	31	91
92	3	5	4	3	3	4	4	5	2	33	5	3	3	3	4	5	4	4	3	34	4	5	5	5	5	5	5	34	101
93	4	5	4	4	4	4	4	2	2	33	5	3	3	4	3	3	4	4	4	33	4	5	4	5	3	5	4	30	96
94	2	4	4	4	4	5	3	2	3	31	4	4	3	4	4	2	3	2	4	30	3	4	5	3	5	4	5	29	90
95	1	4	3	4	3	2	4	3	4	28	4	4	4	3	5	4	4	3	4	35	4	5	4	5	4	5	5	32	95
96	4	5	3	4	4	3	2	4	3	32	4	3	3	2	4	2	4	4	3	29	3	2	3	3	3	4	5	23	84
97	3	5	4	4	3	3	3	2	2	29	5	3	3	4	3	4	4	4	3	33	4	3	5	5	5	4	5	31	93
98	2	4	3	3	3	3	3	3	3	27	5	4	3	4	3	3	1	4	4	31	3	5	5	5	5	5	5	33	91
99	1	4	4	4	3	3	2	2	4	27	3	3	1	3	3	2	4	4	2	25	4	2	3	3	3	4	5	24	76
100	4	3	4	3	3	3	3	3	2	28	4	5	5	4	5	4	4	5	4	40	5	5	4	5	5	3	5	32	100