

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

=====

**USO DE REDES SOCIALES Y LA PERSONALIDAD EN ESTUDIANTES DEL
QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA JORGE CHÁVEZ- PUCALLPA, 2019**

=====

PRESENTADO POR:

AMELIA ESCELINA JULCA PANDURO

EVELYN NUÑEZ ÑAHUI

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PUCALLPA – PERÚ

2020



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
COMISIÓN DE GRADOS Y TÍTULOS**



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Pucallpa, a los.....30.....días del mes de.....noviembre...del.....2020.....
siendo las.....11:00 a.m....horas y de acuerdo a lo señalado en el Reglamento de Grados y
Títulos de la Facultad de Educación y Ciencias Sociales de Universidad Nacional de
Ucayali, se reunió el Jurado Calificador, conformado por los siguientes docentes.

Presidente	Dr. ABRAHAM ERMITANIO HUAMAN ALMIRON
Secretario	Dra. ELIZABETH PACHECO DAVILA
Miembro	Mg. GENI LLERME TAFUR FLORES

Para proceder a la sustentación publica de la tesis titulada:

Uso de redes sociales y la Personalidad en Estudiantes del Quinto grado de Educación secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez - Pucallpa, 2019.

Presentado (a) por el (la) bachiller: Amelia Escelina Julca Panduro

Finalizando la sustentación de la misma, se procedió a realizar la evaluación respectiva, llegando a la conclusión siguiente:

La tesis ha sido aprobada por unanimidad

Quedando expedito para que se le otorgue el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Especialidad.....

Siendo las.....12:30 p.m....horas del mismo día se dio por concluido el acto académico.

Pucallpa.....30.....de.....noviembre.....del.....2020.....

Abraham Ermitanio Huaman Almiron
.....
Presidente

Elizabeth Pacheco Davila
.....
Secretario

Geni Llerme Tafur Flores
.....
Miembro



Geni Llerme Tafur Flores
.....
Secretario Académico de la FEyCsSs.

Nota. Llenar los espacios en blanco con letras (no números)



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
COMISIÓN DE GRADOS Y TÍTULOS**



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Pucallpa, a los 30 días del mes de noviembre del 2020 siendo las 11:00 a.m. horas y de acuerdo a lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Educación y Ciencias Sociales de Universidad Nacional de Ucayali, se reunió el Jurado Calificador, conformado por los siguientes docentes.

Presidente	Dr. ABRAHAM ERMITANIO HUAMAN ALMIRON
Secretario	Dra. ELIZABETH PACHECO DAVILA
Miembro	Mg. GENI LLERME TAFUR FLORES

Para proceder a la sustentación pública de la tesis titulada:

Uso de redes sociales y la personalidad en estudiantes del quinto grado de Educación secundaria de la institución educativa Jorge Chávez - Pucallpa, 2019.

Presentado (a) por el (la) bachiller: Evelyn Nuñez Ñahvi

Finalizando la sustentación de la misma, se procedió a realizar la evaluación respectiva, llegando a la conclusión siguiente:

La tesis ha sido aprobada por unanimidad

Quedando expedito para que se le otorgue el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Educación. Especialidad

Siendo las 12:30 p.m. horas del mismo día se dio por concluido el acto académico.

Pucallpa 30 de noviembre del 2020

Presidente

Secretario

Miembro

Secretario académico de la FEyCSs.

Nota. Llenar los espacios en blanco con letras (no números)



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES



CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

“USO DE REDES SOCIALES Y LA PERSONALIDAD EN ESTUDIANTES
DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA JORGE CHAVEZ- PUCALLPA, 2019”

APROBADO POR:

Dr. Abraham Ermitanio Huamán Almirón
Presidente

Dra. Elizabeth Pacheco Dávila
Miembro

Mg. Geni Llerme Tafur Flores
Secretario

Mg. Jhonn Robert Ruiz De La Cruz
Asesor



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
VICERRECTORADO DE INVESTIGACION
DIRECCION DE PRODUCCION INTELECTUAL

CONSTANCIA

ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACION

SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND

N° V/0273-2020

La Dirección General de Producción Intelectual, hace constar por la presente, que el Informe Final (Tesis) Titulado:

USO DE REDES SOCIALES Y LA PERSONALIDAD EN ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA "JORGE CHAVEZPUCALLPA, 2019.

Cuyo autor (es) : JULCA PANDURO, AMELIA ESCELINA
NUÑEZ ÑAHUI, EVELYN

Facultad : EDUCACIÓN Y CIENCIA SOCIALES
Escuela Profesional : EDUCACIÓN SECUNDARIA
Asesor(a) : Mg. RUIZ DE LA CRUZ, JHONN ROBERT

Después de realizado el análisis correspondiente en el Sistema Antiplagio URKUND, dicho documento presenta un **porcentaje de similitud de 10%**.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND, el cual indica que no se debe superar el 10%. Se declara, que el trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud, por lo que SI se aprueba su originalidad.

En señal de conformidad y verificación se entrega la presente constancia.

Fecha: 17/11/2020



Dra. DINA PARI QUISPE
Dirección de Producción Intelectual

REPOSITORIO DE TESIS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

Yo, AMELIA ESCELINA JULCA PANDURO

Autor de la TESIS titulada:

USO DE REDES SOCIALES Y LA PERSONALIDAD EN ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SORGE CHAVEZ - PUCALLPA, 2019

Sustentada el año: 2020.

Con la asesoría de: Mg. JHONN ROBERT RUIZ DE LA CRUZ.

En la Facultad de: EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES.

Carrera Profesional de: CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Autorizo la publicación:

PARCIAL Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable**, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

TOTAL Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 07 / 12 / 2020

Email: AMELIAESCELINAJULCAPANDURO@GMAIL.COM

Firma: 

Teléfono: 971543571

DNI: 72909765

REPOSITORIO DE TESIS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

Yo, Evelyn Nuñez Nahui

Autor de la TESIS titulada:

«Uso de redes sociales y la personalidad en estudiantes del quinto grado de educación secundaria de la institución educativa Jorge Chavez - Pucallpa, 2019?»

Sustentada el año: 2020

Con la asesoría de: Mg. Thonn Robert Ruiz de la Cruz.

En la Facultad de: Educación y ciencias sociales.

Carrera Profesional de: Ciencias de la comunicación.

Autorizo la publicación:

PARCIAL Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable**, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

TOTAL Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

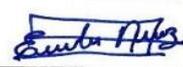
Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 07 / 12 / 2020

Email: evelynnuñeznahui@gmail.com

Firma: 

Teléfono: 953615907

DNI: 46985143

DEDICATORIA

A Dios, por guiar mi camino y a mis padres Sara Panduro y Marino Julca, por brindarme su amor y apoyo incondicional durante mis años de estudio.

Amelia Escelina.

A mis queridos padres, por su constante apoyo incondicional que me brindaron durante mi formación profesional.

Evelyn.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecemos a Dios por darnos sabiduría y guiarnos para llevar a cabo y desarrollar con éxito nuestro trabajo de investigación.

A la Universidad Nacional de Ucayali, por acogernos en nuestras aulas en los últimos 5 años, aportando diferentes conocimientos para nuestra formación profesional y apoyando económicamente nuestro trabajo de investigación.

A los profesores de la Universidad Nacional de Ucayali, quienes nos brindaron el conocimiento y las enseñanzas y nos convirtieron en excelentes profesionales.

A nuestro asesor Mg. Jhonn Robert Ruíz De La Cruz, por su tiempo y dedicación en orientarnos permanentemente en el desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

A la Institución Educativa Emblemática Jorge Chávez, por habernos brindado todas las facilidades para aplicar esta trabajo de investigación.

A todos los que nos han apoyado de diferentes formas para que nuestro trabajo de investigación culmine con éxito.

ÍNDICE

	Pág.
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
ÍNDICE.....	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	xviii
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.2.1 Problema General.....	3
1.2.2 Problemas Específicos.....	3
1.3 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	4
1.3.1 Objetivo General	4
1.3.2 Objetivos Específicos	4
1.4 HIPÓTESIS Y/O SISTEMAS DE HIPÓTESIS	5
1.4.1 Hipótesis General.....	5
1.4.2 Hipótesis Específicos	5

1.5	VARIABLES.....	6
1.5.1	Variable Independiente	6
1.5.2	Variable Dependiente	6
1.6	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	6
1.7	JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	7
1.8	LIMITACIONES.....	8
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....		10
2.1	ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	10
2.1.1	Antecedentes Internacionales.....	10
2.1.2	Antecedentes Nacionales	12
2.1.3	Antecedentes Locales.....	13
2.2	BASES TEÓRICAS	13
2.2.1	Uso de Redes Sociales.....	13
2.2.2	La Personalidad	30
2.3	DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	39
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		41
3.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	41
3.2	POBLACIÓN Y MUESTRA	41
3.2.1	Población	41
3.2.2	Muestra	42
3.3	PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	42

3.4	TÉCNICAS DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	42
3.5	TRATAMIENTO DE DATOS.....	43
	CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
4.1	RESULTADOS	44
4.2	PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	52
4.3.	DISCUSIÓN.....	55
	CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	58
5.1	CONCLUSIONES	58
5.2	RECOMENDACIONES.....	59
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	61
	ANEXOS	66

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Operacionalización de las Variables.....	6
Tabla 2. Población.....	41
Tabla 3. Muestra.....	42
Tabla 4. Grado de correlación estadístico Rho de Spearman.....	43
Tabla 5. Variable 1: Uso de redes sociales	44
Tabla 6. Dimensión 1: Social.....	45
Tabla 7. Dimensión 2: Cultural.....	46
Tabla 8. Dimensión 3: Económico.....	47
Tabla 9. Variable 2: La personalidad.....	48
Tabla 10. Dimensión 1: Personalidad Emprendedora.....	49
Tabla 11. Dimensión 2: Personalidad Técnica.....	50
Tabla 12. Dimensión 3: Personalidad Directiva.....	51
Tabla 13. Prueba de normalidad.....	52
Tabla 14. Rho de Spearman Hipótesis General.....	52
Tabla 15. Rho de Spearman Hipótesis Específico 1.....	53
Tabla 16. Rho de Spearman Hipótesis Específico 2.....	54
Tabla 17. Rho de Spearman Hipótesis Específico 2.....	54

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Variable 1: Uso de las Redes Sociales.....	44
Figura 2. Dimensión 1: Social.....	45
Figura 3. Dimensión 2: Cultural.....	46
Figura 4. Dimensión 3: Económico.....	47
Figura 5. Variable 2: La personalidad.....	48
Figura 6. Dimensión 1: Personalidad Emprendedora.....	49
Figura 7. Dimensión 2: Personalidad Técnica.....	50
Figura 8. Dimensión 3: Personalidad Directiva.....	51

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Matriz de Consistencia.....	67
Anexo 2. Instrumentos de Recolección de Datos.....	68
Anexo 3. Fichas de validación de los Instrumentos.....	70
Anexo 4. Base de datos - Variable 1.....	76
Anexo 5. Base de datos - Variable 2.....	77
Anexo 6. Confiabilidad de Instrumentos.....	78
Anexo 7. Resolución de Ejecución y Desarrollo de la investigación.....	79
Anexo 8. Constancia de Aplicación de la Investigación.....	80
Anexo 9. Evidencias Fotográficas.....	81

RESUMEN

La presente investigación denominado redes sociales y la personalidad en los estudiantes del 5º grado de educación secundaria de la institución educativa Jorge Chávez se realizó en marco de tipo descriptivo correlación tuvo como objetivo general determinar el uso de las redes sociales y la personalidad de los estudiantes del 5º grado de educación secundaria de la institución educativa Jorge Chávez, 2019, el instrumento que se utilizó fue la guía de observación para describir estas características principales sobre la personalidad de estos estudiantes frente a las tendencias de las redes sociales lo cual tuvimos la población de todos los estudiantes del 5º grado de dicha institución que se tomó una muestra de 30 estudiantes del 5to “A”; con la recolección de datos se obtuvo resultados óptimos que nos permitió describir estos comportamientos de los estudiantes frente a la variable investigado, llegando a la conclusión que las redes sociales son óptimos para el desarrollo de la personalidad siguiendo el control y monitoreo de los padres de familia y docentes. .

Palabras claves: Redes sociales; personalidad; autoestima; monitoreo.

ABSTRACT

The following investigation called social networks and personality in the students of the 5th grade of secondary education of the educational institution Jorge Chávez was carried out in a descriptive correlation framework. Its general objective was to determine the use of social networks and the personality of the students of the 5th grade of secondary education of the educational institution Jorge Chávez, 2019, the instrument that was used was the observation guide to describe these main characteristics about the personality of these students against the trends of social networks, which we had the population of all The students of the 5th grade of said institution that a sample of thirty students of the 5th "A" was taken with the data collection, optimal results were obtained that allowed us to describe these student behaviors compared to the feasible investigated, reaching the conclusion that social networks are optimal for personal development it following the control and monitoring of parents, teachers.

Keywords: Social networks; personality; self-esteem; monitoring.

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales se han introducido recientemente en la vida de muchas personas que antes eran ajenas al fenómeno de Internet. No es extraño oír hablar por la calle de Facebook y no necesariamente entre los más jóvenes. La extraordinaria capacidad de comunicación y de poner en contacto a las personas que tienen las redes ha provocado que un gran número de personas las esté utilizando con fines muy distintos. Se utilizan para encontrar y entablar diálogo con amistades perdidas tiempo atrás, para debatir sobre los temas más variados, apoyar causas de todo tipo, organizar encuentros de amigos, ex-compañeros de estudios o para dar a conocer congresos y conferencias, a través de los cuales no sólo se dan detalles sobre el encuentro, sino que las personas pueden confirmar su asistencia o ausencia al evento.

El mundo educativo no puede permanecer ajeno ante fenómenos sociales como este que está cambiando la forma de comunicación entre las personas. El sistema educativo trabaja fundamentalmente con información, carecería de sentido utilizar sistemas de transmisión y publicación de la misma basados en aquellos que se utilizaban a principios y mediados del siglo XX sin incorporar aquello que la sociedad ya está usando como parte de su vida cotidiana. La educación debe formar las personas para aquello que serán y en lo que trabajarán dentro de diez años, no para emular la forma en la que se trabajaba hace diez. Sin lugar a dudas el potencial comunicador de las redes sociales está todavía por descubrir y debe ser estudiado más en profundidad. (Suárez, 2010)

Por tanto, el presente informe de investigación fue estructurado en cinco capítulos:

Capítulo I, en este capítulo se el problema de investigación, descripción del problema, formulación del problema, objetivo general / específicos, hipótesis general / específicos, variables y justificación.

Capítulo II, este capítulo se denomina marco teórico, en la que se da a conocer los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y las definiciones de términos básicos.

Capítulo III, este capítulo se denomina marco metodológico, en la que se presenta el tipo de investigación, diseño y esquema de la investigación, población y muestra; asimismo los instrumentos de recolección de datos, técnicas de recojo y procesamiento de los datos.

Capítulo IV, en este capítulo se presentan los resultados, a través de tablas y figuras estadísticas; asimismo se da a conocer la prueba de hipótesis y la discusión.

Capítulo V, en este capítulo se presentan las conclusiones de la investigación con sus respectivas recomendaciones

Finalmente se presenta las referencias bibliográficas y anexos del estudio de investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La transformación de Internet en la principal puerta de entrada del conocimiento, la información y el entretenimiento ha suscitado enormes interrogantes sobre la función y dirección de los medios tradicionales, que compiten con otros nuevos sistemas de información. Los medios tradicionales se consideran el eje central de la mediación social, la difusión de información, la difusión del conocimiento y el motor democrático. Su trascendencia es incuestionable y puede describir las características de una sociedad llamada medios de comunicación durante casi un siglo. ¿La fusión de redes sociales ha visto como nuevos medios enriquecer y mejorar el menú de medios? Desde el principio, a pesar de la expansión y apertura de la nueva escena mediática o postmedia, no dejará de provocar muchas otras inquietudes e incertidumbres.

Los avances en la tecnología de la información y la comunicación han incorporado nuevas herramientas para reconfigurar el espacio mediático y las formas de intermediación e interacción. Estas relaciones y las redes sociales o profesionales que se establecen y desarrollan a través de Internet nos han llevado a una nueva etapa, que se denomina post-media, en una sociedad de servicios más acelerada, y la atención parece más segmentada, personalizada e instantánea. Dilución, integración, transparencia, flexibilidad, ligereza, diálogo, interconexión, orientada a la colaboración, participación y banalización. La relación entre

el público y los medios está cambiando: la fragmentación aumenta y la mediación se diluye.

Timoteo (2008), enciende un semáforo rojo sobre el nuevo contexto de las relaciones de los medios con sus públicos: “Los medios pasan de ser una oportunidad a un problema. Las relaciones con los medios se llenan de desconfianza y competencia”. ¿Por qué depender de los medios para comunicarse cuando las nuevas tecnologías y herramientas de conexión de Internet de todos con todos ya lo permiten? El mismo autor describe el efecto de la convergencia comunicacional como “ese apabullante sector horizontal que está presente (como el dinero) en todas partes y en todas las actividades humanas, que tiene como referencia y factor dominante las pantallas terminales, se apoya en varias redes alternativas (cable, satélite), se organiza privatizadamente y en oligopolio, utiliza el espectáculo como técnica dominante y evoluciona en paralelo a otras áreas económicas”. Ante este contexto se formula la siguiente pregunta de investigación. ¿Qué relación existe entre el uso de las redes sociales y la personalidad de los estudiantes del 5º grado de educación secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez, 2019?

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema General

- ¿Qué relación existe entre el uso de redes sociales y la Personalidad en estudiantes del 5º grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez, Pucallpa, 2019?

1.2.2 Problemas Específicos

- ¿Qué relación existe entre el uso de redes sociales y la dimensión social en estudiantes del quinto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez, Pucallpa, 2019?
- ¿Qué relación existe entre el uso de redes sociales y la dimensión cultural en estudiantes del quinto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez, Pucallpa, 2019?
- ¿Qué relación existe entre el uso de redes sociales y la dimensión económica en estudiantes del quinto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez, Pucallpa, 2019?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo General

- Determinar la relación entre uso de redes sociales y la personalidad en estudiantes del quinto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez - Pucallpa, 2019.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Establecer la relación entre el uso de redes sociales y la dimensión social en estudiantes del quinto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez - Pucallpa, 2019.
- Establecer la relación entre el uso de redes sociales y la dimensión Cultural en estudiantes del quinto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez - Pucallpa, 2019.
- Establecer la relación entre el uso de redes sociales y la dimensión económica en estudiantes del quinto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez - Pucallpa, 2019.

1.4 HIPÓTESIS Y/O SISTEMA DE HIPÓTESIS

1.4.1 Hipótesis General

- Existe relación directa y significativa entre uso de redes sociales y la personalidad en estudiantes del quinto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez, Pucallpa, 2019.

1.4.2 Hipótesis Específicas

- Existe relación directa y significativa entre uso de redes sociales y la dimensión social en estudiantes del quinto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez, Pucallpa, 2019.
- Existe relación directa y significativa entre uso de redes sociales y la dimensión cultural en estudiantes del quinto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez, Pucallpa, 2019.
- Existe relación directa y significativa entre uso de redes sociales y la dimensión económica en estudiantes del quinto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez, Pucallpa, 2019.

1.5 VARIABLES

1.5.1 Variable Independiente

- Redes Sociales.

1.5.2 Variable Dependiente

- La Personalidad.

1.6 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1. Operacionalización de las Variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
V.I. Redes Sociales	Social	Se siente comprometido con sus pares y con los que les rodean mediante las redes sociales.	GUÍA DE OBSERVACIÓN
	Cultural	Explora mediante las redes sociales diferentes culturas a nivel, local, nacional e internacional.	
	Económica	Busca por medios sociales información acerca de economía.	
V.D La personalidad	Personalidad Emprendedora	Creativa Visionaria Innovadora Estratega Cambiante Piensa en el futuro	
	Personalidad Técnica	Individualista Metódica Resolutiva Piensa en el presente	
	Personalidad directiva	Pragmática Tradicional Estructurada Piensa en el pasado	

1.7 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Aunque pensemos que son conceptos muy actuales, porque forman parte de forma notable de nuestra sociedad presente, las nociones de conocimiento, información, convergencia y red social tienen varios siglos de historia. Su genealogía moderna arranca de la crisis de la sociedad medieval europea y del despertar cultural del Renacimiento. Primero es el concepto de sociedad del conocimiento, vinculado a la aparición en el siglo XII de las Universidades europeas (Burke, 2000: 24), y luego el de información, en el siglo XV, relacionado con “el código genético de la mística del número” (Mattelart, 2007: 15). Las necesidades de ilustración y comunicación de la sociedad moderna empujan, a la vez, hacia la convergencia y el establecimiento de redes.

La noción de convergencia es tan amplia, genérica, ambigua y elusiva como las de sociedad del conocimiento y de la información. Como éstas, procede de la confluencia de las humanidades con las matemáticas y ha sido sucesivamente empleada por distintos científicos, entre ellos por los ingleses William Derham (1657-1735) y Charles Darwin (1809-1882), aunque a mediados del siglo XX salta también a la política, a la economía y a la integración tecnológica. Este salto se inserta (Flichy, 1980) en el origen de las industrias modernas de la comunicación (telégrafo, teléfono, radio o cine) al aproximar tecnologías eléctricas, mecánicas, químicas y de telecomunicaciones.

En el último cuarto del siglo XX la convergencia es empleada para explicar sincrética y pragmáticamente la confluencia de las tecnologías de

la información con las redes de telecomunicaciones y los contenidos que circulan por ellas. Pero aunque la fuerza o el empuje causal de la convergencia sean de carácter tecno informacional, sus consecuencias y efectos son económicos y sociales. Primero es la convergencia “tecnológica” (1969: Brzezinski), luego la “telemática” (1978: Nora-Minc) y casi simultáneamente la “digital” (1979: Negroponte). Digitalizar una información es codificarla en dígitos, convertirla en números, para poder manejarla de forma más eficaz y compleja. Entre los precursores de esa nueva revolución tecno-informacional estuvieron el criptógrafo inglés Alan Turing (1912-1954) y el ingeniero norteamericano Norbert Wiener (1894-1964), ambos respectivamente volcados en la segunda guerra mundial en las tareas de descifrar la información secreta de los códigos de los espías nazis y la precisión de tiro de los cañones que debían apuntar a los japoneses.

1.8. LIMITACIONES

La mayoría de las personas que pueden acceder a Internet utilizan servicios informáticos, como navegar por la web, buscadores de información, correo electrónico, acceder a redes sociales y otros servicios similares, pero las microempresas manuales no aprovechan los beneficios y ventajas que se brindan de forma gratuita en Internet, que pueden ser fortalecidos. El proceso empresarial de las microempresas; la tecnología de la página web no se utiliza con fines publicitarios, por lo que las personas pueden visitar el sitio web las 24 horas del día para obtener información sobre los productos y servicios que brindan las

microempresas manuales en la región. También proporciona información de alta calidad sobre las características de los productos consultados en formato hipertexto a lo largo del año.

El uso de la plataforma de red informática de Internet puede reducir el costo de los servicios de información digital en las microempresas, con el desarrollo del proyecto se pueden reducir los costos publicitarios de las microempresas manuales en la ciudad de Ucayali. Asimismo, es posible mejorar el acceso de los clientes a la información sobre productos artesanales, lo que puede hacerse a través de una computadora o teléfono móvil con derechos de acceso a Internet, reduciendo así el tiempo dedicado al trabajo en el lugar donde se comercializan los productos artesanales. Lo cual permite la viabilidad del trabajo de investigación para su desarrollo y ejecución pertinente.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Sabater (2012), en su tesis titulada “Los espacios digitales de la intimidad y la privacidad en los jóvenes de la Comunidad Autónoma de La Rioja”, publicada mediante la Universidad de La Rioja (España) nos revela sobre la postura que los jóvenes poseen sobre su vida privada y su espacio personal. Sin embargo, su comportamiento en la red cae en contradicciones. Ya que, en las redes sociales, los jóvenes tienen una actitud muy censurable y muy despreocupada en cuanto a sus datos privados se trata. Sea por desconocimiento en materia de seguridad informática, o por sentido común en la mayoría de los casos les ha generado muchos perjuicios.

“Incidencia de las nuevas tecnologías electrónicas en el e-marketing en Guatemala”, investigación, cuyo autor es el Sr. José Manuel Monroy de la Cruz, egresado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Francisco Marroquín del país de Guatemala en el año 2009; el trabajo concluye con los siguientes puntos: Las grandes empresas y cadenas de tiendas guatemaltecas con presencia en Internet, tienen mayor credibilidad que aquellas que son únicamente virtuales, puesto que la existencia de instalaciones físicas reduce el riesgo de estafa, la mayoría de ellas cuentan con buena reputación y conocimiento de los usuarios.

“Marketing viral y la promoción de nuevos productos de la fábrica de calzado Cass en la ciudad de Ambato”, investigación, desarrollada en el año 2012, cuyo autor es el Sr. Mauricio Almeida López, egresado de la carrera de Gestión Empresarial de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato en el país de Ecuador. En este trabajo como conclusión se resaltan los siguientes puntos: El internet ha sido el medio en el cual se ha innovado la compra moderna, esto se ha logrado por el acceso que hoy en día tienen las personas al uso de un computador. Las compras son buenas, debido a las facilidades que hoy en día ofrece este medio de comunicación, y más que toda la información boca a boca ha sido gran influencia.

Fernández (2007), en su tesis titulada “Habilidades sociales en el contexto educativo”, publicada mediante la Universidad del Bio-Bio (México), afirma que: En las últimas décadas, nuestra sociedad se ha caracterizado por un rápido y creciente desarrollo científico y tecnológico, que se puede apreciar en sentido social, económico, cultural, etc. El sistema económico y social presenta nuevos requerimientos en la organización del trabajo productivo como también en las características y exigencias de los perfiles profesionales. Fernández nos informa sobre el acelerado desarrollo científico y sobre todo tecnológico, lo que hace que un nuevo régimen haya cambiado la estructura por completo de una sociedad centralizando su desenvolvimiento socioeconómico. Fernández llega a los siguientes resultados: en el marco curricular institucional, existen pocas consideraciones de las habilidades sociales, lo que pone en evidencia la falta de un programa interdisciplinario.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Mercado (2014), en su tesis titulada “La red social Facebook como recurso educativo complementario al aprendizaje de las habilidades orales del inglés en estudiantes de quinto año de educación secundaria de una institución educativa pública de Lima metropolitana”, llegó a las siguientes conclusiones: Facebook es un recurso educativo complementario que es usado por los estudiantes participantes como una iniciativa propia mucho antes que los profesores lo recomendaran. La inclusión de esta red social sigue siendo una característica innovadora ya que la amoldan a su quehacer educativo. Por otro lado, Mercado afirma que Facebook es un escenario propicio donde los estudiantes pueden controlar eficientemente su tiempo libre, además la información brindada por el plan de estudio se puede repetir las veces que sean necesarias para su dominio. Hombres y mujeres tienen acceso a todo el material que la Internet ofrece sin ningún filtro o asesoría que les ayude a comprender lo que está observando y sin poder diferenciar la información útil de la que no.

Zubieta (2013), en su tesis titulada “Facebook como medio de información de contenidos y el aprendizaje colaborativo en estudiantes del nivel secundaria (EBR)”, para optar el grado de doctorado en la Universidad de San Martín de Porres arribó a las siguientes conclusiones: El nivel de desarrollo cuando se trata del aprendizaje significativo se ve mejorado con el uso de Facebook, de igual forma la interacción positiva, la responsabilidad individual y la libertad de la participación simultánea en el aprendizaje se ven altamente potenciados. Zubieta informa sobre el nuevo rol que desempeña el profesor, de poder comunicarse directamente con los

estudiantes, pues cuentan con los canales apropiados para eso. El docente se encuentra frente a un escenario que le ofrece tantas oportunidades como las que esté interesado en descubrir. En esta investigación Zubieta pone en manifiesto que el usar de manera frecuente Facebook hace que el desarrollo del aprendizaje colaborativo mejore. Sin embargo, solo dos dimensiones son potenciadas: Interdependencia positiva y responsabilidad individual. La libertad de participación no está relacionada con el uso de Facebook.

2.1.3 Antecedentes Locales

No se registró hasta la fecha ningún antecedente local.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Uso de Redes Sociales

2.2.1.1 Definición

Arévalo (2019), que sostuvo que las redes sociales facilitan las interacciones entre personas de todo el mundo buscando la integración de todas las formas posibles, es decir, estas redes virtuales apoyan el tránsito fluido de la información y conocimiento, teniendo en cuenta que las fronteras físicas y temporales ya no son grandes limitantes.

Erzurum (2011), citado en Marín, Sampedro y Vega (2017) consideró las redes sociales como una malla de prestaciones virtuales donde la intercomunicación social y la reciprocidad de información son claves para un vínculo virtual.

Castells (2007), afirma que una red social es una estructura que la componen un grupo de personas que están conectadas por diferentes factores como puede ser el familiar, la amistad, intereses en comunes o algún otro vínculo como el laboral. Se puede afirmar que la primera red social a la que pertenecemos a lo largo de nuestra vida es nuestra familia, luego esta red va creciendo conforme nos volvemos entes sociales, en la escuela primero la red aumenta, tenemos más personas a quienes conocemos y con las que guardamos cierta relación. Siguiendo este ritmo natural lo más probable es que al terminar la escuela secundaria nuestra red social este bastante amplia y surtida con diferentes tipos de lazos o grupo de amigos como comúnmente solemos llamarlos. Hasta hace algunos años poder estar pendientes de todas las personas que integraban, o integraron en algún momento nuestra red social, era una tarea difícil de realizar, sin embargo, con la aparición de la tecnología, en especial la de telecomunicaciones e informática (TICs) esta tarea se realiza en pocos pasos, o mejor dicho en pocos clics. Nos referimos a los sistemas conocidos como redes sociales tales como Facebook, Hi5, YouTube o Flickr, estos sistemas que funcionan por medio de Internet nos permiten estar conectados con las personas que conocemos, las que conocimos alguna vez y las que probablemente conoceremos más adelante, como si esto no fuera suficiente nos da la opción de poder conocer también a los amigos de nuestros amigos.

Noguera (2011), nos dice que: "El software de las redes sociales como servicio parte de la teoría de los seis grados de separación, se trata de una teoría que no está probada totalmente en la cual se intenta dar una

explicación científica al dicho popular de que el mundo es un pañuelo” (p.12). Esta teoría se basa en la suposición que cualquier persona en el planeta está conectada con otra mediante un número de cinco personas intermediarias, en efecto, si cualquier persona del planeta se pone a revisar la lista de conocidos (incluyendo amigos y familiares) encontrará que puede conectarse con cualquier otra por medio de cinco intermediarios, esto es como una cadena de personas que van conociendo a otras, y de ahí deriva el nombre de la teoría de los seis grados de separación. En su forma más pura las redes sociales de Internet nos permiten por medio de un registro establecer conexiones con otras personas (que también deben estar registradas en el mismo sistema para poder conectarnos). Estas conexiones quedan grabadas en el sistema y nos permite poder comunicarnos con las personas con quienes afirmamos tener una conexión pudiendo realizar una serie de actividades, las más utilizadas son comunicación por medio de mensaje, las charlas en línea en tiempo real y la transferencia de archivos. Pueda que nunca realicemos ninguna interacción, pero la conexión ya está establecida. Cabe aclarar que la única forma de poder entender que pasa en nuestra realidad social es conectándonos desde cualquier dispositivo y observar que han estado haciendo nuestros amigos en una especie de registro que se encarga de guardar y mostrar en tiempo real las actividades que realizamos y las que realizan nuestros amigos.

Rojas (2007), afirma que: “Las redes sociales son sistemas que permiten establecer relaciones con otros usuarios a los que se pueden conocer o no en la realidad, cada una de estas relaciones de acceso, a

todos los que tienen un vínculo con un usuario lo que se denomina relaciones de segundo grado, hasta el punto que algunas redes sociales delimitan el conocimiento entre otros usuarios". (p.28)

La pregunta que salta a la vista es ¿Por qué tengo que pertenecer a estas redes sociales como Facebook? La respuesta es corta pero no simple: Por la necesidad de compartir. Compartimos fotos, mensajes, gustos, opiniones, mensajes y hasta amigos. Todas estas acciones respaldadas por tecnologías que permiten conectarnos desde cualquier punto (usando Smartphone) es lo que atrae y todo tipo de usuario, sin duda alguna los adolescentes no quedan fuera de este rango. La mayoría de las funciones de Facebook se fundamentan en la idea de que hay personas a tu alrededor con las que quieres conectar y mantenerte en contacto, argumento suficiente para atraer al público adolescente que se encuentra en la etapa donde más necesidad tienen de sentirse aceptados dentro de un grupo o comunidad.

De pronto no solo tengo la posibilidad de volver a conversar con la compañera de carpeta con la que conversé en la primaria, también puedo contactar con los amigos de ella pues según Facebook, si un amigo conoce a alguien, por extensión también es nuestro amigo.

2.2.1.2 Principales Redes Sociales

- **Facebook**

Es una red social con un funcionamiento similar a las otras redes, requiere de un registro por parte del usuario para luego poder publicar información en su "perfil" subiendo textos, imágenes, videos o cualquier

otro archivo compatible con la web. El usuario puede revisar los perfiles de otros usuarios y compartir contenidos con ellos siempre que se encuentre en su red de amigos. García (2013), afirma que: “Facebook es una de las redes sociales más grande y más importante de la historia de Internet”. Sin duda alguna nos encontramos frente a una herramienta que resalta principalmente por la manera tan fácil de acceder a ella, incluso el registro para acceder a una cuenta es relativamente sencillo. Facebook en la actualidad sigue manteniendo su registro y acceso de manera gratuita.

García (2013), afirma que en sus inicios se pensaba que la principal potencia de internet radicaría en la búsqueda e intercambio de información, en la actualidad se utiliza más para mantenerse en contacto con otros usuarios. Facebook viene a demostrar que el usuario ve más importante su sociabilidad, relegando como segunda opción la obtención de información.

Dentro de las actividades usuales que podemos realizar en Facebook tenemos: Publicar comentarios a manera de texto, fotografías, videos, enlaces etc., valorar los comentarios con un “Me gusta”. Divulgar noticias, chistes, opiniones, críticas. También se puede optar por tener una actitud más pasiva observando únicamente lo que publican nuestros contactos pasando totalmente desapercibidos.

El lenguaje de Facebook, la mayor red social actual, Facebook, apareció en 2004, cuando Mark Zuckerberg la inició para la comunicación interna de los estudiantes de Harvard, y dos años después, la plataforma había alcanzado ya prestigio mundial. La misión declarada por Facebook en la página oficial es la de ayudar a la gente a formar comunidades y a mantener siempre el contacto con la gente querida, compartiendo cada uno

sus experiencias vitales. Bolander y Locher (2015: 104) mencionan que Facebook engloba tanto modos de comunicación asincrónica, que se pueden consultar incluso después de más tiempo desde su publicación (colgar información en el muro, publicar comentarios), como también modos sincrónicos, que consisten en el servicio de mensajería privada representado por la aplicación Messenger, pero también en las conversaciones que se dan en los grupos de chat.

- **YouTube**

Es una red social dedicada a compartir videos de diferentes índoles: desde películas, programas de televisión, videos musicales ha contenido más casero como video blogs, retransmisión de videojuegos, tutoriales, etc. Su funcionamiento es sencillo, luego de haberse registrado en la web, YouTube nos permite subir un vídeo almacenado en nuestra computadora o Smartphone, o subir uno que estés capturando en ese momento usando la cámara de tu dispositivo móvil. Marsé (2012), afirma que: “El canal de videos online ha sido una revolución en muchos aspectos que conlleva”. Desde sus orígenes en el 2005 YouTube fue creado con la intención de que cualquier persona que cuente con una cámara, y con conexión a internet, pudiera compartir su historia con el resto del planeta. Y esto ha logrado hacer de YouTube todo un fenómeno volviéndose un referente importante de educación y entretenimiento en diferentes aspectos de nuestra vida, un video que resulte interesante, útil, divertido o polémico puede atraer a millones de espectadores que pueden revisar el video las veces que quieran desde donde se encuentren conectados. La interacción está al alcance de todos ya que podemos comentar y/o valorar los videos que

revisamos o simplemente ser anónimos visitantes. YouTube es uno de los servicios que más ha influenciado en la evolución de Internet hasta el punto de formar una cultura en línea al momento de buscar y compartir videos.

- **WhatsApp**

No es sólo un medio de comunicación interpersonal entre los jóvenes sino que hablar a través de esta aplicación se ha convertido en una forma de comunicarse; un espacio donde se tienen experiencias. Los jóvenes están pendientes de este espacio las 24 horas del día, como así lo manifiestan: “El WhatsApp es básico y clave y tienes que estar las 24 horas pendiente de que pueda haber cualquier tipo de comunicación con esa persona”. (Romero y De Espinosa, 2015)

La actitud positiva de los jóvenes universitarios participantes en la investigación hacia la comunicación por WhatsApp hay que inscribirla en el contexto de “progreso” que supone esta aplicación frente a otras formas de comunicación, tecnológicas y no tecnológicas. Si lo comparamos con la comunicación cara a cara, la conversación por WhatsApp, más allá de diferencias señaladas, guarda similitudes, pues se expresan de modo semejante a como lo harían de forma presencial (cara a cara).

“Es que muchas veces es hablar por hablar: “¿qué haces? “Viendo la tele ¿Y tú? Yo también”... Como hablarías estando con esa persona”.

Si hacemos la comparativa de WhatsApp con las conversaciones que mantienen a través de los chats en las redes sociales, las similitudes son más que evidentes, hasta el punto que los jóvenes se refieren indistintamente a estos dos sistemas de comunicación; aunque se tienen claras las diferencias conceptuales, WhatsApp no es una red social sino un

servicio de mensajería instantánea, pero la consideración, en cuanto a uso comunicativo, es la misma: “Yo, por ejemplo, soy un consumidor mucho más tradicional. Prácticamente redes sociales no uso, o sea las tengo creadas pero no les doy uso... Bueno a la única que le doy uso es al WhatsApp, que yo por lo menos lo considero red social”.

- **Twitter**

Dada su naturaleza pública, es utilizado como “si se hablara en voz alta para que todo el mundo lo oiga”. Existe un factor restrictivo que limita el tamaño del mensaje (tweet) un máximo de 140 caracteres, lo que obliga a la concisión y conlleva un factor expansivo que permite que los tweets puedan llegar tan lejos como “quiera la red”. Cada usuario tiene una capacidad de propagación proporcional a su número de seguidores (followers), pero el mensaje puede ser retransmitido (RT) por los followers de sus followers sin ninguna limitación. Estas características hacen que Twitter sea una de las mayores fuentes públicas de propagación de la información en tiempo real. (Congosto, Fernández y Moro, 2011)

A la hora de analizar el carácter de la información y de las relaciones, encontramos diversos niveles de privacidad en la información que circula por las redes sociales, siendo que algunas poseen un carácter privado que controla el propio usuario, como ocurre en Facebook y que otras tienen un carácter público como sucede con Twitter. Esta diferencia condiciona el uso de estas redes tanto en la forma de comunicar como en la intención de propagar el mensaje.

El lenguaje de Twitter es un servicio de mensajería que forma parte de la categoría de los microblogs, que combinan atributos de los blogs con

propiedades de las redes sociales como Facebook. “Twitter es en la actualidad el medio social más rápido, simple y económico por donde circula todo tipo de informaciones, noticias, ideas, eventos, rumores, materiales multimedia, etc. emitido desde cualquier medio profesional u otros medios sociales en tiempo real” (Del Fresno, Daly y Supovitz 2015: 57). El objetivo que se persigue a la hora de utilizar Twitter no es el de formar parte de un grupo, sino el de diseminar información e ideas sobre los temas que presentan interés para el usuario.

Además, “It’s the site of debates about topical issues, editorializing on links that people distribute and protests about media, corporate behavior and government” (O’Reilly y Milstein 2012: 21). En Twitter también se dispone de un Perfil Privado para poderse crear una lista de perfiles a los que el usuario desea seguir, y para que este pueda ser seguido por otros (followers). Igual que en Facebook, cada internauta recibe notificaciones cuando los perfiles seguidos publican algo nuevo. (Candale, 2017)

- **Instagram**

El uso de Instagram se relaciona mucho con el de los teléfonos inteligentes, que facilitan la realización, la modificación y la difusión de las fotos, a través de la cámara incorporada y de las posibilidades ofrecidas por el sistema operativo. La actividad principal de la red y de su aplicación es la de compartir, valorar y comentar las fotos de los perfiles seguidos. A su vez, cada usuario dispone de un número de seguidores (followers), que opinan sobre las creaciones gráficas de este y tienen la posibilidad de valorarlas a través del botón de aprecio que se les pone a disposición. De

la misma forma que Twitter, Instagram tampoco se basa en la creación de una comunidad de amigos, como ocurre en Facebook, sino en una lista de seguidores. Mercedes (2015: 13) destaca cómo los jóvenes empiezan a sentirse más atraídos por Instagram que por Facebook, porque “pueden expresarse mejor y sentirse libres de las expectativas y limitaciones sociales que presentan para ellos una red como Facebook”. Una de las actividades importantes que los usuarios desempeñan en Instagram y en Twitter es la de seguir a las personalidades, ocupación que ha decrecido últimamente en Facebook. (Candale, 2017)

2.2.1.3 Dimensiones

2.2.1.3.1 Social

Las grandes protagonistas actuales de la sociedad digital son las redes sociales. Nadie cuestiona ya el imparable poder que están adquiriendo y la importancia que tendrán, en no mucho tiempo, como generadoras de nuevas formaciones mundiales, que quién sabe si transmutarán hacia nuevas y complejas asociaciones sociales universalizantes que aún ni somos capaces de imaginar.

Para mejor comprender estas redes debemos definir las y enmarcarlas dentro de sus orígenes, y así captar mejor su dimensión “2.0” en todas sus posibilidades tanto en el mundo actual como en el futuro, derivado de las repercusiones que provocarán, a corto y medio plazo, en las generaciones venideras.

Como el mundo de Internet está en constante, frenética y vertiginosa evolución, la redes de hace unos años, las primigenias, son diametralmente

distintas a las redes sociales que manejan los internautas del 2010. Los límites que definían y frenaban a las antiguas redes sociales han sido eliminados y los nuevos están siendo redefinidos por las actuales. Sigue siendo ardua tarea la de distinguir estas nuevas formaciones plurales que se reinventan a sí mismas, segundo a segundo mientras el lector lee este artículo.

No obstante, nos atrevemos a colegir las características básicas y principales de las redes sociales, para proyectar una idea rigurosa y clara de lo que evidencia este panorama interactivo en crecimiento exponencial. Para explicar este fenómeno queremos referirnos a la definición aportada en las Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector en la Universidad Di Tella de Buenos Aires, Argentina, en noviembre de 2001, que aún hoy sigue estando en vigor con pequeñas matizaciones que más tarde apuntaremos.

“Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos”.

Una sociedad fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares, con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores, se condena a una democracia restringida. La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo

diferenciándose de otros”. (Conclusiones de las jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector citadas por Alemán y Martínez)

- **La Web 2.0 y el Mundo 2.0**

Retomamos, pues, lo que comentábamos anteriormente sobre la expresión o fenómeno “2.0” para tratar de circunscribir el auge de las redes sociales en este marco. La web 2.0 o el blog 2.0 es sólo el espacio de Internet en el que se otorga una especial importancia a lo social. Destacamos el aumento de valor a través de la interacción de los individuos que los visitan y comentan, y en definitiva, colaboran poco a poco en generar una transformación total de la antigua forma en la que entendíamos el periodismo o la comunicación misma.

La expresión “2.0” emana de las webs y es aplicable como adjetivo a otro sinfín de cosas, significando un valor añadido, a través de la interactividad, lo que la diferencia de la web 1.0 o tradicional.

Así podemos encontrar “profesionales 2.0” que son aquellos que no temen los nuevos avances de la tecnología, sino que se aprovechan de estos para mejorar su eficacia en el trabajo; “empresas 2.0” que según la definición más universalmente aceptada.

- **Historia de las Redes Sociales en el Mundo**

La joven historia de las aplicaciones sociales tiene su comienzo en la crisis informática del año 2003 donde casi todas las empresas que habían crecido al alimón de los mercados financieros se declaraban en quiebra y cerraban sus portales de Internet por la falta de visitas. Son entonces los usuarios los que cobran protagonismo. Inspirados en la

mensajería instantánea y en la proliferación de los foros de discusión, tres norteamericanos crean en ese momento, sendas empresas destinadas a que los internautas puedan hablar entre ellos y conocerse mejor.

Y curiosamente, los tres estaban relacionados entre sí a través de una de sus compañías, Friendster en la que todos intervinieron. Se trata de Marc Pincus, Reid Hoffman y Jonathan Abrams que ponen en marcha respectivamente Tribe.net, Linkendin y Friendster, las tres primeras redes sociales de Internet. Sea como fuere, en este año 2003 comienza la recuperación de la economía digital, al mismo tiempo que estas tres redes sociales empiezan a incrementar su número de usuarios.

Una de ellas, Friendster, se haría famosa ese mismo año a raíz de las elecciones generales primarias en Estados Unidos, ya que alguno de los candidatos la empleó intensamente en su campaña. El tráfico se incrementó de tal forma que los servidores no aguantaron y se tuvieron que tomar nuevas medidas tecnológicas. Domínguez, D. C. (2010). Las Redes Sociales.

2.2.1.3.2 Cultural

- **El auge de los medios sociales**

En paralelo y con no pocos puntos de contacto con lo anterior, la sociedad consumidora de medios tiende a volcarse a los medios sociales a los que, dedicándoles cada vez más tiempo, los ha convertido en jugadores del sistema casi al mismo título que los medios tradicionales. La popularidad creciente les otorga un espacio de influencia otrora reservado exclusivamente a los medios del denominado “viejo sistema”. Los medios sociales se han incorporado a la prolongada lista de aquellos que logran

atraer la atención del público para explicar lo que está ocurriendo, describir varias visiones del mundo e influir en la toma de decisiones desde otro lugar, un espacio compartido y construido entre pares, bajo reglas que, a priori, desestiman la jerarquización en detrimento de la cual ofrecen cierta pluralidad y simetría.

Existe un auge de los medios sociales porque Internet es la forma más difundida de compartir información, la más difundida porque es más económica, más plural, más personalizada y más accesible (menos barreras espacio-temporales). No sólo ellos, pero una mayoría de los adolescentes usa ya cotidianamente alguna red para compartir información. Las jóvenes generaciones han decidido el rumbo del futuro. Si la PC tiene más centralidad en el consumo de contenidos de entretenimiento y de información que cualquier otra pantalla es porque laptops y computadoras de escritorio son predominantes a lo largo del día para una franja creciente de la población. Si de tiempos de consumo se trata, son las pantallas más disponibles al mismo tiempo que son las que más ofrecen cuando se trata de obtener información, divertirse o comunicarse con los demás. En el centro del meta-sistema, la computadora tiene todas las ventajas para reinar, aunque los dispositivos móviles seguirán incrementando su peso relativo gracias a los tiempos de lanzamiento y los tiempos de espera tan presentes en las megalópolis donde cualquier gestión ante los servicios sociales, sanitarios o administrativos, ya sean públicos o privados, conllevan una dedicación "ociosa". Debe ser por los efectos de un desplazamiento cada vez más costoso en tiempos que las empresas

buscan en el teletrabajo la solución a la falta de puntualidad, facilitando al mismo tiempo una mejora en la calidad de vida de sus empleados.

La ola de dispositivos móviles que han aparecido en los últimos tiempos se correlaciona ajustadamente a estos nuevos tiempos de consumo. Hay dispositivos para todos los contextos de consumo. Son los dispositivos de la ubicuidad. El contexto de uso es determinante en la elección del dispositivo de acceso a Internet. Internet hará de los teléfonos móviles el dispositivo que faltaba. No sólo el acceso a las redes sociales viene en pantallas más pequeñas. También llegan los contenidos audiovisuales. La televisión abierta juega sus mejores cartas con el fin de encontrar en la movilidad lo que está perdiendo en el televisor. La conectividad se hace móvil.

- **Las redes sociales primero**

Es evidente que las redes son las que más atraen a los usuarios de entre todos los medios sociales. Según Comscore, en julio de 2010 los diez países con más población registrada en las redes sociales ya sumaban un total de casi 1.000 millones de usuarios. Entre ellos, algunos crecen a tasas superiores al 70% anual (Rusia). Brasil, que lo hace a una tasa de casi 50% anual, se encuentra entre los principales líderes de consumo si se considera el ranking de países con más población en las redes sociales.

- **La importancia de la Generación C**

Si se considera la red como factor de poder, la Generación C, una generación más multisegmentaria y multitarea que cualquier otra generación digital, es probablemente el colectivo social más influyente que

existe. Su capacidad para convertir sus vidas en un espacio colectivo, su necesidad de compartir sus experiencias y los resultados de sus experiencias (recursos simbólicos que recomiendan, redistribuyen, intercambian) en los medios sociales, los posiciona en el epicentro de un nuevo sistema de consumo de contenidos y de interacción con el sistema cultural-mediático. Si ninguna denominación generacional desde la perspectiva digital se correlaciona con una segmentación etc. absoluta, menos aún.

La Generación C podría ser empleada para agrupar los comportamientos sociales de un único grupo de edad, aunque sean muchas veces lógicas las relaciones que se establecen con otras categorías más segmentarias desde el punto de vista etéreo, como la Generación Y.

La Generación C son principalmente, pero no sólo, adolescentes y jóvenes adultos 'nacidos y criados' prácticamente fuera del alcance de los medios de comunicación social tradicionales. También la conforman los cada vez más numerosos consumidores decepcionados del sistema mediático rígido temporal y programáticamente, que ya no cautiva como lo hacía antes. La 'C' que en algún momento representó 'Contenido', ahora contiene una serie de otros significados como conectividad constante, colaboración y co-creación, y curiosidad. Si alguna de ellas debe primar sobre las otras esa es la de "consumidor conectado colectivamente". (Igarza, 2011).

- **Económica**

La cultura y la creatividad en la sociedad del conocimiento están

modificando la organización de la actividad económica y social en los países más desarrollados. Por una parte, la cultura está dejando de ser un bien público dirigido de forma planificada a las élites y se está convirtiendo en una actividad económica más, sujeta a las reglas del mercado, en lo que se ha denominado el sector de las industrias creativas. Por otra, la mayor parte de las industrias tradicionales están incorporando los valores del diseño y la creatividad a sus productos para diferenciarse de la competencia, de forma que los aspectos intangibles, derivados del pensamiento creativo, han pasado a ser elementos fundamentales de la oferta de los productos y servicios. Así, se ha acuñado el término economía creativa para mostrar la influencia que la creatividad tiene en el desarrollo económico de la sociedad del conocimiento.

La cadena de valor de determinados sectores ha propiciado la aparición de nuevos modelos de negocio que desafían a las grandes corporaciones integradas verticalmente o estructuradas en grandes conglomerados que han caracterizado la economía del siglo pasado. Estos modelos se despliegan en un nuevo tipo de mercado que se configura en torno a las redes sociales que se están construyendo en el ámbito de Internet.

En este artículo vamos a revisar algunos de los principales conceptos relacionados con la economía creativa con la intención de explorar las características de sus nuevos modelos de negocio. Se pretende avanzar en el conocimiento de las nuevas formas de actividad económica para identificar aquellas características que puedan facilitar la mejora de la competitividad de las empresas españolas, en particular las

insertas en la citada economía creativa. Para ello, junto a una revisión exhaustiva de trabajos teóricos y empíricos que se han ocupado de este tema incorporaremos algunas de las ideas y conclusiones que hemos alcanzado en un estudio cualitativo realizado con una muestra de veinte casos de empresas españolas que por sus características son encuadrables dentro de este ámbito.

- **Tendencias empresariales en la economía creativa**

Los resultados obtenidos en la investigación nos han permitido detectar algunas de las principales características que están emergiendo en el ámbito empresarial de la economía creativa. Entre ellas vamos a destacar, la ruptura de la cadena de valor y la aparición de nuevos modelos de negocio, la importancia de la gestión de los recursos estratégicos clave, el desarrollo de los mercados en red y el valor de las emociones en la proposición de valor. Algunas de estas características las vamos a ilustrar con un número reducido de casos representativos.(Casani, Rodríguez Pomedá y Sánchez, 2012).

2.2.2 La Personalidad

2.2.2.1 Definición

La personalidad se encuentra dentro del estudio del campo de la psicología, y se puede explicar desde varias funciones, en primer lugar permite conocer de forma aproximada los motivos que llevan a un individuo a actuar, a sentir, a pensar y a desenvolverse en un medio; por otro lado, la personalidad permite conocer la manera en la cual una persona puede

aprender del entorno. La personalidad se puede definir como la estructura dinámica que tiene un individuo en particular; se compone de características psicológicas, conductuales, emocionales y sociales. Los griegos atribuyeron el término de persona a la máscara que utilizaban los actores en los teatros para identificarse con alguien en particular. Cuando los actores utilizaban esta máscara, actuaban de acuerdo al personaje que representaban. Del concepto de persona deriva, por lógica, el término personalidad, esto significa que la personalidad es lo que determina quién es cada quien y cómo nos manifestamos en el entorno. (González, 2019)

- **Componentes de la Personalidad**

La personalidad se configura por dos componentes o factores: el temperamento y el carácter.

Temperamento: Todos los seres humanos poseen una herencia genética, es decir, las características que se heredan de los padres, como por ejemplo, el color de ojos, el tono de piel, e incluso la propensión a determinadas enfermedades. El temperamento es un componente de la personalidad porque determina, de alguna manera, ciertas características de cognición, comportamiento y emocionales.

Carácter: Se denomina carácter a las características de la personalidad que son aprendidas en el medio, por ejemplo, los sentimientos son innatos, es decir, se nace con ellos, pero la manera en cómo se expresan forma parte del carácter. Las normas sociales, los comportamientos y el lenguaje, son sólo algunos componentes del carácter que constituyen a la personalidad.

Algunos autores y ciertas corrientes tienen diferentes puntos de vista sobre la importancia de uno u otro factor, es decir, algunos autores aseguran que el temperamento es más importante en el despliegue de la personalidad, mientras que otros autores sostienen que el factor ambiental el carácter determina la personalidad.

No se puede asignar más peso a uno u otro factor, en realidad la personalidad se determina en partes proporcionales.

Existen gran cantidad de corrientes y teorías que intentan abordar el estudio del ser humano, específicamente en psicología, incluso como una definición prematura antes de abordar por completo una definición más amplia, se podría decir que la personalidad integra un conjunto de características dinámicas que determinan al ser humano.

Existen teorías dentro de la psicología que abordan la personalidad desde distintos enfoques teóricos, por ejemplo, las teorías psicodinámicas determinan que las características intrapsíquicas del ser humano son importantes en el desarrollo de su personalidad; existen teorías conductistas que afirman que la personalidad es aprendida, y que los seres humanos son la suma de conductas aprendidas; también existen enfoques que ponen especial atención a rasgos específicos o conjuntos de rasgos; otras teorías establecen que la personalidad es un constructo que se forma con relación al ambiente.

De este modo se originaron cuatro personalidades diferentes que tenían su origen en el tipo de fluido:

- Sanguíneo.
- Colérico.

- Flemático.
- Melancólico.

De este modo, la personalidad comenzó a determinarse y a explicarse de manera más objetiva, sin embargo, esta categoría de Hipócrates aún carecía de la veracidad científica que necesitaba un estudio relacionado con la personalidad, no obstante funcionó como base previa para la siguiente clasificación:

- Introverso.
- Extroverso.
- Racional.
- Emocional.

De acuerdo a estas características, las personas podían clasificarse dependiendo de cómo se consideraban.

A partir de esta clasificación, la teoría de la personalidad comenzó a ganar adeptos dentro de las investigaciones en psicología y psiquiatría, en un intento por establecer parámetros en la descripción de la personalidad humana.

La importancia de una u otra teoría radica en la validez que ésta pueda tener dentro de un campo de investigación científica; por ejemplo, existen visiones pseudocientíficas, como la astrología, la cual determina características de personalidad a individuos nacidos en fechas específicas, en este sentido, los horóscopos, por ejemplo, forman parte de una tradición humana ancestral por entender determinadas características que se han observado durante gran cantidad de tiempo, sin embargo, la adivinación o

la lectura de las cartas astrales no forma parte de una teoría de la personalidad.

Una teoría necesariamente requiere de un sustento filosófico que valide la confiabilidad de las investigaciones realizadas posteriormente.

En esta línea se pueden identificar determinadas teorías que efectivamente son consideradas válidas para el estudio del ser humano y su personalidad. Las primeras investigaciones surgieron con la observación de determinadas características del ser humano, estas características inicialmente se referían al comportamiento, porque es lo más evidente, posteriormente el comportamiento se clasificó hasta formar un conjunto de características que se encontraban en la mayoría de las personas.

Las coincidencias en la conducta de las personas condujeron a los científicos e investigadores a diferenciar hábitos, rasgos y contextos en los que se desarrollaban.

Partiendo de la clasificación anterior introversión, extroversión, racional o emotivo, las personas desplegaban comportamientos relacionados a las características que poseían, formando así combinaciones específicas, por ejemplo, existen personas introvertidas racionales, extrovertidas emocionales, introvertidas emocionales o extrovertidas racionales; de esta manera, las cuatro clasificaciones se convirtieron en ocho.

Desde esta perspectiva, el análisis de la personalidad resulta complejo, debido a que las diferentes visiones teóricas determinan la complejidad del fenómeno, de este modo, existen enfoques que estudian la personalidad desde una perspectiva particular e individual, en cambio

otras generalizan su estudio. No existe una teoría única de la personalidad, en ese sentido, además de ser un fenómeno complejo, también es un fenómeno amplio de conocimiento. No existe una teoría de la personalidad mejor que otra, cada una de ellas explica y comprende al ser humano desde su visión, sin embargo, si es posible hablar de una teoría funcional o disfuncional, en el entendido de que una teoría no aplicará en determinados contextos o condiciones.

A pesar de las limitaciones de cada una de estas teorías, todas y cada una de ellas ofrece una perspectiva particular de entendimiento del ser humano. (González, 2019)

2.2.2.2 Dimensiones

- **Personalidad Emprendedora**

Macho, Carabaza, González, Valverde, Iglesias y Ordaz (2020).

Locus de control, uno de los temas más estudiados en el emprendimiento es el locus de control. Rotter (1966) lo define como la creencia en que las acciones que uno realiza determinan los resultados que uno hace. Quienes tienen un locus de control interno alto, piensan que son capaces de controlar los resultados de sus acciones, por lo que dedicarán más esfuerzo y persistencia hacia aquéllos que son deseados (Sánchez, 2010). En esta línea, Ferreira et al. (2012) comparten la idea de que el locus de control interno es uno de los rasgos de la personalidad asociados al emprendimiento.

Diferentes autores centran sus investigaciones en la determinación de las diferencias de género en el locus de control interno. Xiaozhou et al. (2015) afirman que existen diferencias significativas y apoyan la idea de que los hombres obtienen puntuaciones más altas que las mujeres en este rasgo. Estos datos coinciden con los resultados alcanzados por Maes, Leroy y Sels (2014), quienes pudieron comprobar en su estudio que, aunque tanto hombres como mujeres pueden experimentar una falta de control a la hora de convertirse en emprendedor, las mujeres disponen de un menor control interno en comparación con los hombres. Esta diferencia es atribuida a la idea estereotipada de que los hombres tienen mayores habilidades para emprender, haciendo de este modo a la mujer menos segura de sí misma. (Maes et al. 2014; Xiaozhou, 2015)

- **Autoeficacia**

La autoeficacia es entendida como la convicción individual para organizar y ejecutar acciones para producir los resultados deseables, ejerciendo así influencia en las situaciones que afectan a la propia vida (Bandura, 1986). Son numerosos los estudios que ponen de manifiesto cómo aquellos individuos con alta autoeficacia correlacionan con altos niveles de intención emprendedora y además están más preparados para el futuro como emprendedores (Chen et al., 1998; Zhao et al., 2005). Barnir et al. (2011); Carr y Sequeira (2007), en la misma línea, subrayan la importancia que juega la autoeficacia en la intención emprendedora y en la influencia de otros factores como las experiencias familiares empresariales o la educación.

- **Propensión al riesgo**

Das y Teng (1997), definen la propensión al riesgo como el rasgo de la personalidad que determina la tendencia y disposición del individuo a asumir riesgos. Los individuos con puntuaciones altas en esta dimensión estarán inclinados a comportamientos de alto riesgo, es decir, considerarán las alternativas cuyas consecuencias finales puedan alejarse de su marco de expectativas de resultados. Por su parte, los sujetos con baja propensión al riesgo tenderán a comportamientos de bajo riesgo y evitarán las alternativas que puedan causar resultados que varíen mucho de sus expectativas iniciales. No es necesario esclarecer que toda actividad emprendedora implica incertidumbre y correr cierto tipo de riesgos. Diferentes autores señalan que el riesgo puede inhibir el deseo de iniciar actividades complejas como la emprendedora, por cuanto que ésta puede implicar un fracaso, y es habitual desarrollar miedo al fracaso asociado al comportamiento de riesgo. Este miedo al fracaso condicionaría la conducta emprendedora. (Bowen y De Clercq, 2008; Brockhaus, 1980; Hancock y Teevan, 1964)

- **Proactividad**

La proactividad haría referencia a la tendencia a iniciar y mantener acciones que directamente alteran el ambiente circundante (Bateman y Crant, 1993). Es el rasgo que poseen algunas personas para identificar diferentes oportunidades y actuar sobre ellas. Implicaría iniciativa, realizar acciones directas y perseverar hasta conseguir un cambio significativo. La proactividad pone el acento en la anticipación, en ser capaz de prevenir los

problemas antes de que ocurran y tener una clara orientación a la acción.
(Sánchez, Lanero y Yurrebaso, 2005)

- **Personalidad Técnica**

Frecuentemente, cuando hablamos sobre la personalidad de alguien, nos referimos a lo que diferencia a esa persona de los demás, incluso lo que le hace única. A este aspecto de la personalidad se conoce como diferencias individuales. Para algunas teorías, esta es la cuestión central. Éstas prestan una atención considerable a tipos y rasgos de las personas, entre otras características, con los cuales categorizar o comparar. Algunas personas son neuróticas, otras no; algunas son más introvertidas, otras más extrvertidas, y así sucesivamente. Sin embargo, los teóricos de la personalidad están también interesados en lo común de las personas. Por ejemplo, ¿qué tienen en común un neurótico y una persona sana? o, ¿cuál es la estructura común en personas que se expresan de forma introvertida y en aquellas otras que se expresan de manera extrvertida? Si uno coloca a las personas en una cierta dimensión (como sano-neurótico o introversión extraversión) estamos diciendo que las dimensiones son algo sobre lo que podemos situar a los sujetos. Ya sean neuróticos o no, todas las personas tienen la capacidad para dirigirse hacia la salud o hacia la enfermedad, y ya sean introvertidos o extrvertidos, todos oscilan entre una vía y la otra. Otra forma de explicar lo anterior es que los teóricos de la personalidad están interesados en la estructura del individuo y sobre todo sobre la estructura psicológica; es decir, cómo se

“ensambla” una persona, cómo “funciona”, cómo se “disgrega”. (Boeree, 1998)

- **Personalidad Directiva**

La gestión directiva tiene por tarea fundamental la de identificar las estrategias, acciones y mecanismos para influir y hacer que el personal docente y administrativo, se una en lo general y en lo particular para viajar en una misma dirección y alcanzar cada uno de los objetivos definidos por la organización educativa. La Gestión Directiva representa para el director un reto a su ingenio, pues debe hacer posible la ejecución de lo planeado dentro de la estructura organizacional formal e informal, definida para tal fin; a través de un proceso de relaciones interpersonales, que permitirá el funcionamiento de la organización dirigido a ofrecer un servicio educativo de excelencia y calidad; recurriendo para ello a las competencias y la motivación del personal docente y administrativo. De ahí entonces que conceptualmente la Gestión Directiva pueda ser la delimitada como: Los periodos en los cuales el director de la organización educativa concibe, prepara, desarrolla y fortalece la forma particular y grupal el potencial de su personal docente y administrativo para que actúen sobre los recursos organizacionales y pueda así alcanzarse la visión y misión definidas formalmente para la organización. (Mendoza y Vargas, 2014).

2.3. DEFINICIÓN CONCEPTUALES

- **Facebook**

Es una red social con un funcionamiento similar a las otras redes.

- **YouTube**

Es una red social dedicada a compartir videos de diferentes índoles.

- **WhatsApp**

No es sólo un medio de comunicación interpersonal entre los jóvenes sino que hablar a través de esta aplicación se ha convertido en una forma de comunicarse.

- **Twitter**

Dada su naturaleza pública, es utilizado como “si se hablara en voz alta para que todo el mundo lo oiga.

- **Instagram**

El uso de Instagram se relaciona mucho con el de los teléfonos inteligentes, que facilitan la realización, la modificación y la difusión de las fotos, a través de la cámara incorporada y de las posibilidades ofrecidas por el sistema operativo.

- **La Web 2.0 y el Mundo 2.0**

Retomamos, pues, lo que comentábamos anteriormente sobre la expresión o fenómeno “2.0” para tratar de circunscribir el auge de las redes sociales en este marco.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Hernández y Baptista (2010), enunció que una investigación es correlacional, “ya que se orienta a determinar el grado de relación que existirá entre las variables sin ser manipuladas”.

Diseño descriptivo correlacional

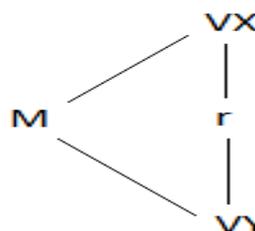
Dónde:

OX = Variable 1

OY = Variable 2

r = Resultado

M = Muestra



3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Población

La población estuvo constituida por estudiantes del 5º Año de educación secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez.

Tabla 2. Población

SECCIÓN	CANTIDAD DE ESTUDIANTES
A	30
B	29
C	32
TOTAL	91

3.2.2 Muestra

La muestra estuvo constituida por estudiantes del quinto año A de educación secundaria de la Institución Educativa Jorge Chávez.

Tabla 3. Muestra

SECCIÓN	MUESTRA
5to "A"	30
TOTAL	30

3.3 PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- Presentación de la solicitud al director de la institución educativa.
- Coordinación con el director, sub-director y TOE.
- Aplicación del cuestionario y guía.
- Procesamiento de datos obtenidos de la muestra 5º grado "A".

3.4 TÉCNICAS DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1 Técnica

Según, Carrasco (2015), menciona que las técnicas construyen un conjunto de reglas y pautas que indican las actividades que llevaran a cabo los investigadores en cada paso de la investigación. Por consecuente se tiene la idea de que las técnicas son herramientas muy importantes por tal se debe conocer a detalle para su aplicación y la utilidad que darán los investigadores. se utilizo la técnica de observación y aplicación de una guía.

3.4.2 Instrumentos

Sánchez y Reyes (2015), mencionan que “los instrumentos, son herramientas específicas que se debe emplear en el proceso de recoger datos, considerando que estos son elegidos a partir de la técnica previamente elegida”.

Es por ello que el instrumento elegido en esta investigación fue la ficha de observación para abstraer la información.

3.5 TRATAMIENTO DE DATOS

- Se planificó y se organizó los datos para su presentación oficial.
- Se procesó en el Microsoft Office Excel.
- Se elaboró tablas de frecuencias.
- Se elaboró tablas y figuras estadísticas.

Tabla 4. Grado de correlación de lo estadístico Rho de Spearman

Valor de Rho de Spearman	Significado literal
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación negativa nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADOS

4.1.1. Tabla Estadística Variable 1: Uso de la Redes Sociales

Tabla 5. Variable 1: Uso de las Redes Sociales

	Estadísticos	Frecuencia	Porcentaje
Niveles	A veces	0	0,00%
	Casi siempre	8	12.00%
	siempre	22	88.00%
	Total	30	100,0

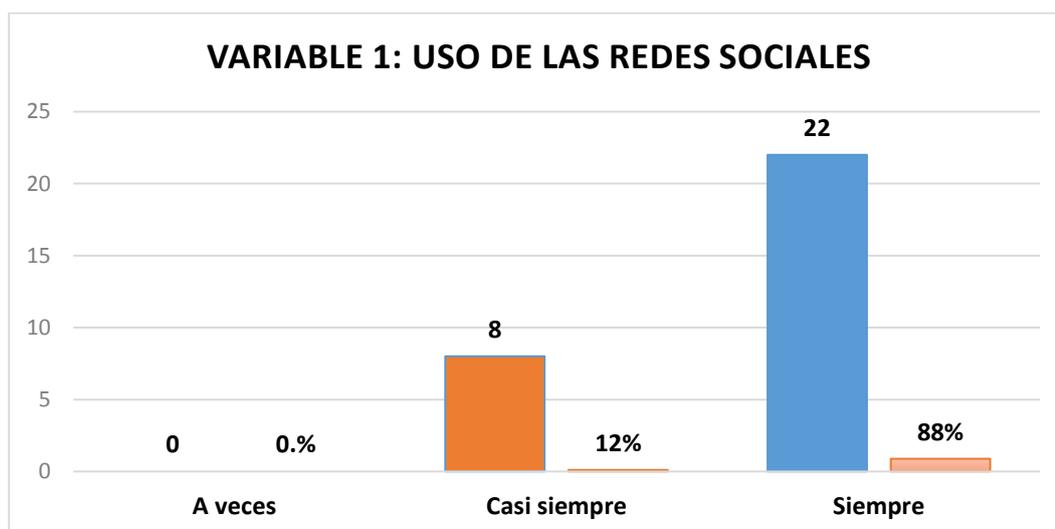


Figura 1. Variable 1: Uso de las Redes Sociales

Interpretación:

La tabla y figura, muestran que el 88% que representa 22 estudiantes del 5º Grado "A" de la I.E. Jorge Chávez Observados muestran SIEMPRE, que usan las Redes Sociales, para diferentes actividades, y un 12% que representa 8 estudiantes observados muestran CASI SIEMPRE, utilizan las redes sociales para sus diferentes actividades.

Tabla 6. Dimensión 1: Social

	Estadísticos	Frecuencia	Porcentaje
Niveles	A veces	0	0,00%
	Casi siempre	3	8.00%
	Siempre	27	92.00%
	Total	30	100,0

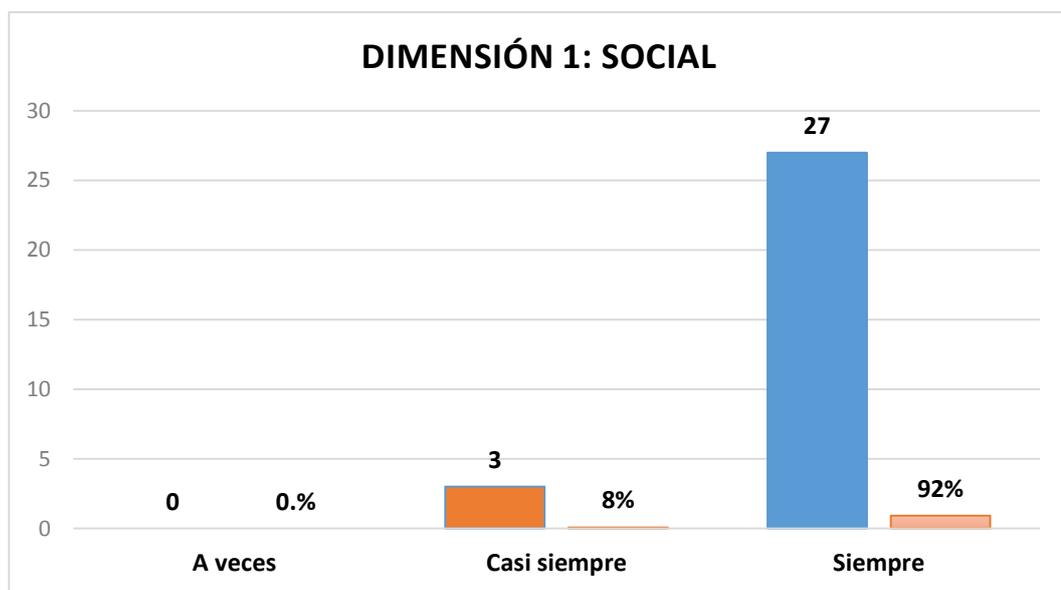


Figura 2. Dimensión 1: Social

Interpretación:

La tabla y figura, muestran que el 92% que representa 27 estudiantes del 5º Grado "A" de la I.E. Jorge Chávez Observados muestran SIEMPRE, están conectados en las redes sociales en lo SOCIAL, para diferentes actividades, y un 8% que representa 3 estudiantes observados muestran CASI SIEMPRE, están conectados en lo SOCIAL con las redes sociales para sus diferentes actividades.

Tabla 7. Dimensión 2: Cultural

	Estadísticos	Frecuencia	Porcentaje
Niveles	A veces	0	0,00%
	Casi siempre	4	7.00%
	Siempre	26	93.00%
	Total	30	100,0

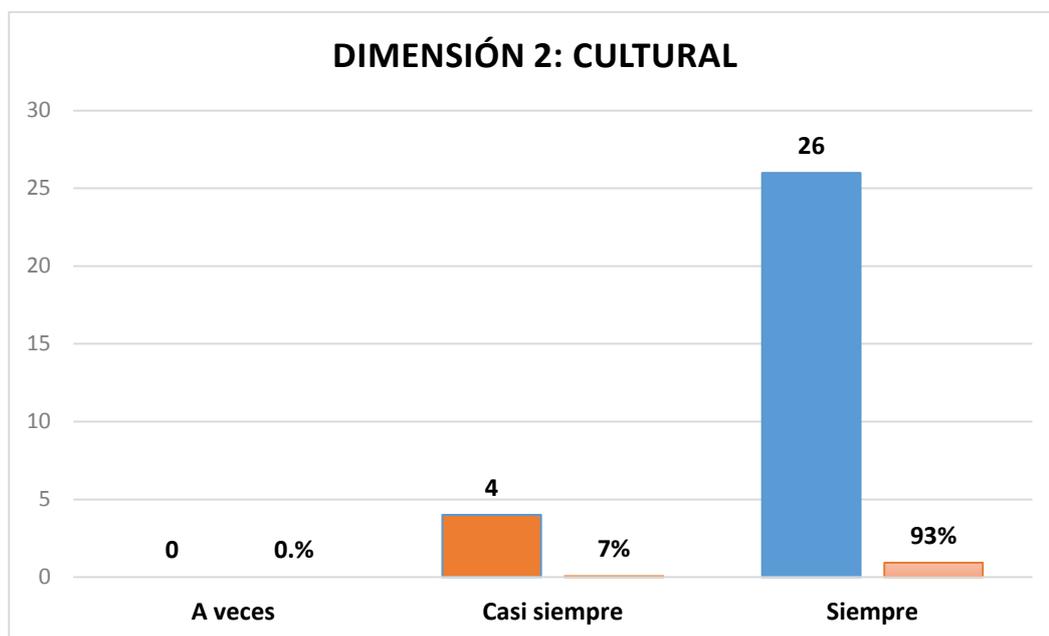


Figura 3. Dimensión 2: Cultural

Interpretación:

La tabla y figura, muestran que el 93% que representa 26 estudiantes del 5º Grado "A" de la I.E. Jorge Chávez Observados muestran SIEMPRE, están conectados en las redes sociales en lo CULTURAL, para diferentes actividades, y un 7% que representa 4 estudiantes observados muestran CASI SIEMPRE, están conectados en lo SOCIAL con las redes sociales para sus diferentes actividades.

Tabla 8. Dimensión 3: Económico

	Estadísticos	Frecuencia	Porcentaje
Niveles	A veces	0	0,00%
	Casi siempre	28	99.00%
	Siempre	2	1.00%
	Total	30	100,0

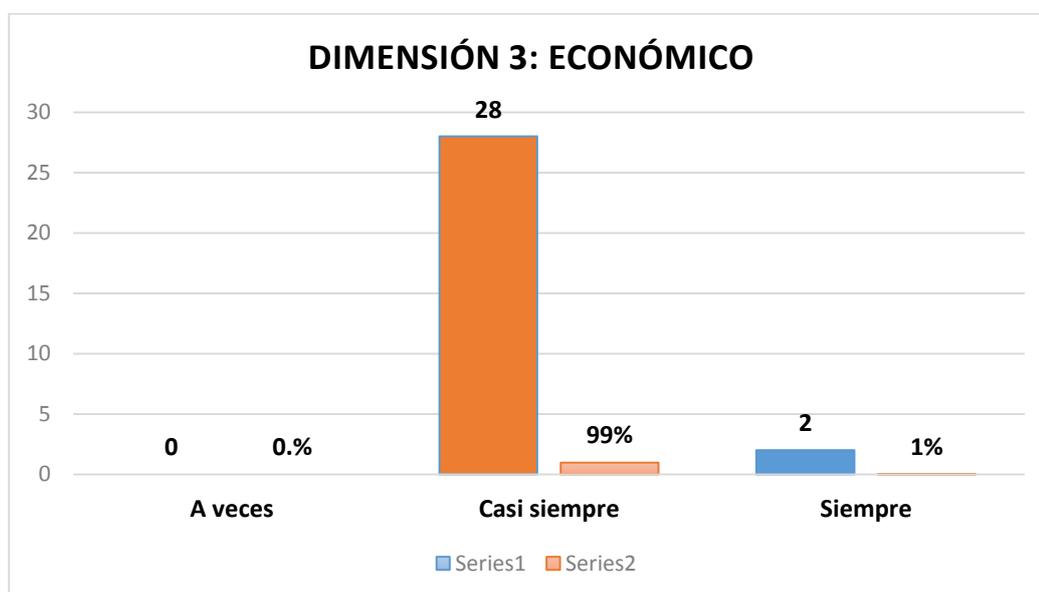


Figura 4. Dimensión 3: Económico

Interpretación:

La tabla y figura, muestran que el 1% que representa 2 estudiantes del 5º Grado “A” de la I.E. Jorge Chávez Observados muestran SIEMPRE, están conectados en las redes sociales en lo ECONÓMICO, para diferentes actividades, y un 99% que representa 28 estudiantes observados muestran CASI SIEMPRE, están conectados en lo ECONÓMICO con las redes sociales para sus diferentes actividades.

4.1.2. Tabla Estadística Variable 2: La Personalidad

Tabla 9. Variable 2: La Personalidad

	Estadísticos	Frecuencia	Porcentaje
Niveles	A veces	0	0,00%
	Casi siempre	5	23.00%
	Siempre	25	77.00%
	Total	30	100,0

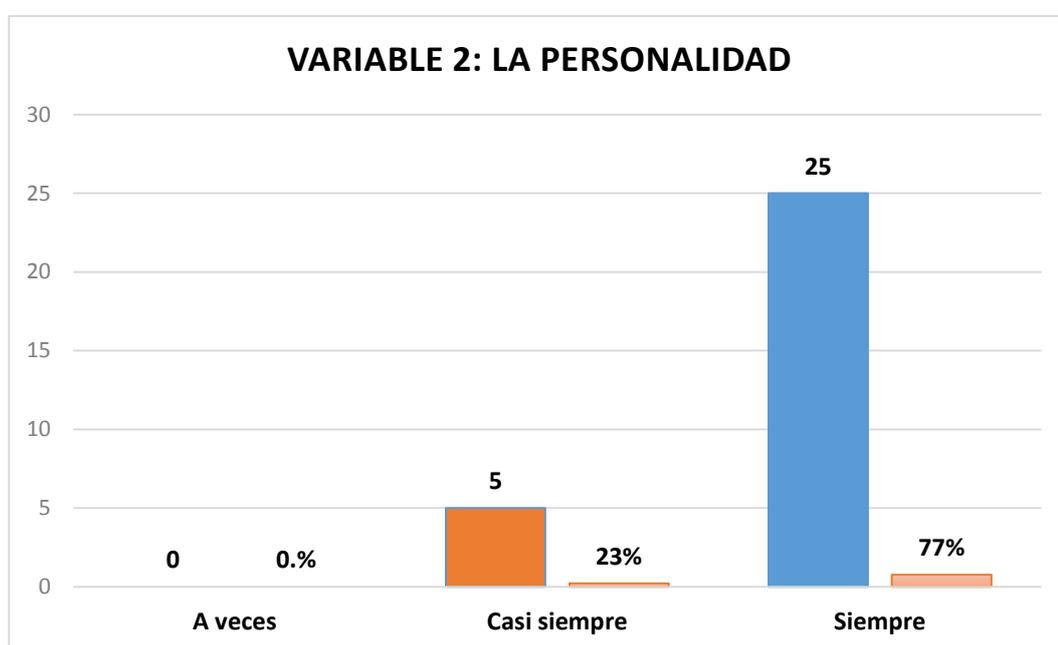


Figura 5. Variable 2: La Personalidad

Interpretación:

La tabla y figura, muestran que el 77% que representa 25 estudiantes del 5º Grado "A" de la I.E. Jorge Chávez observados muestran SIEMPRE, una personalidad estable, frente a las diferentes actividades, interpersonales, intrapersonales y un 23% que representa 5 estudiantes observados muestran CASI SIEMPRE, una personalidad estable, frente a las diferentes actividades, interpersonales e intrapersonales.

Tabla 10. Dimensión 1: Personalidad Emprendedora

	Estadísticos	Frecuencia	Porcentaje
Niveles	A veces	0	0,00%
	Casi siempre	3	5.00%
	Siempre	27	95.00%
	Total	30	100,0

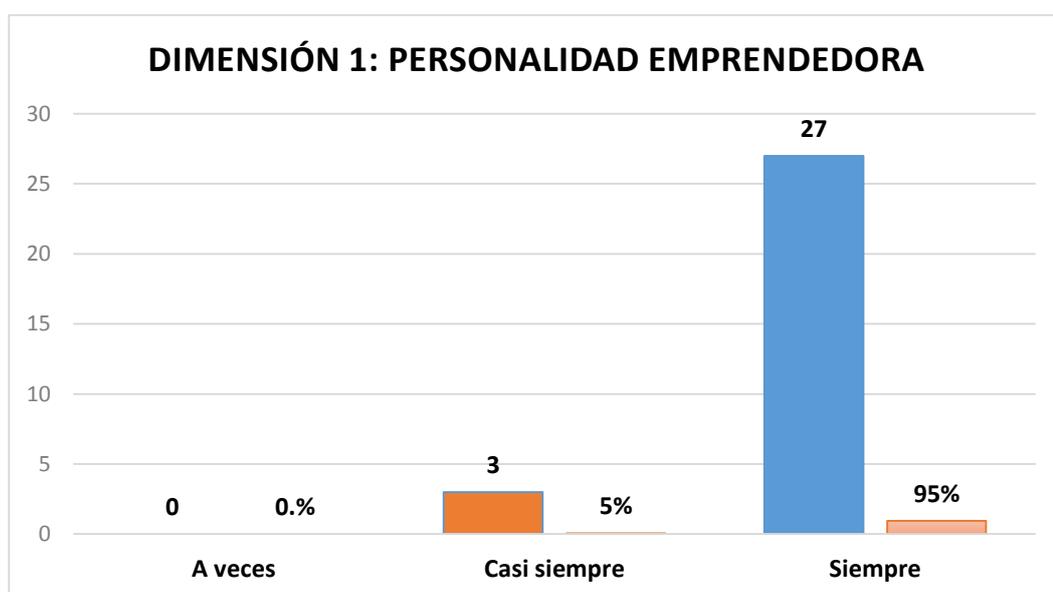


Figura 6. Dimensión 1: Personalidad Emprendedora

Interpretación:

La tabla y figura, muestran que el 95% que representa 27 estudiantes del 5º Grado "A" de la I.E. Jorge Chávez observados muestran SIEMPRE, una personalidad emprendedora, frente a las diferentes actividades, y un 5% que representa 3 estudiantes observados muestran CASI SIEMPRE, una personalidad emprendedora, frente a las diferentes actividades.

Tabla 11. Dimensión 2: Personalidad Técnica

	Estadísticos	Frecuencia	Porcentaje
Niveles	A veces	0	0,00%
	Casi siempre	13	42.00%
	Siempre	17	58.00%
	Total	30	100,0

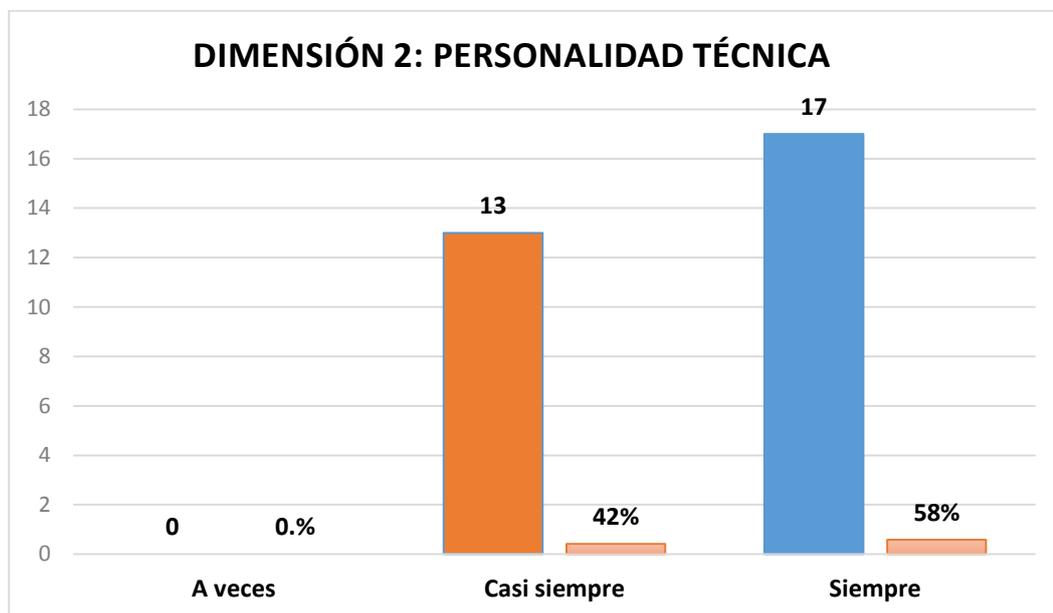


Figura 7. Dimensión 2: Personalidad Técnica

Interpretación:

La tabla y figura, muestran que el 58% que representa 17 estudiantes del 5º Grado “A” de la I.E. Jorge Chávez observados muestran SIEMPRE, una personalidad técnica, frente a las diferentes actividades, y un 42% que representa 13 estudiantes observados muestran CASI SIEMPRE, una personalidad técnica, frente a las diferentes actividades.

Tabla 12. Dimensión 3: Personalidad Directiva

	Estadísticos	Frecuencia	Porcentaje
Niveles	A veces	0	0,00%
	Casi siempre	8	15.00%
	Siempre	22	85.00%
	Total	30	100,0

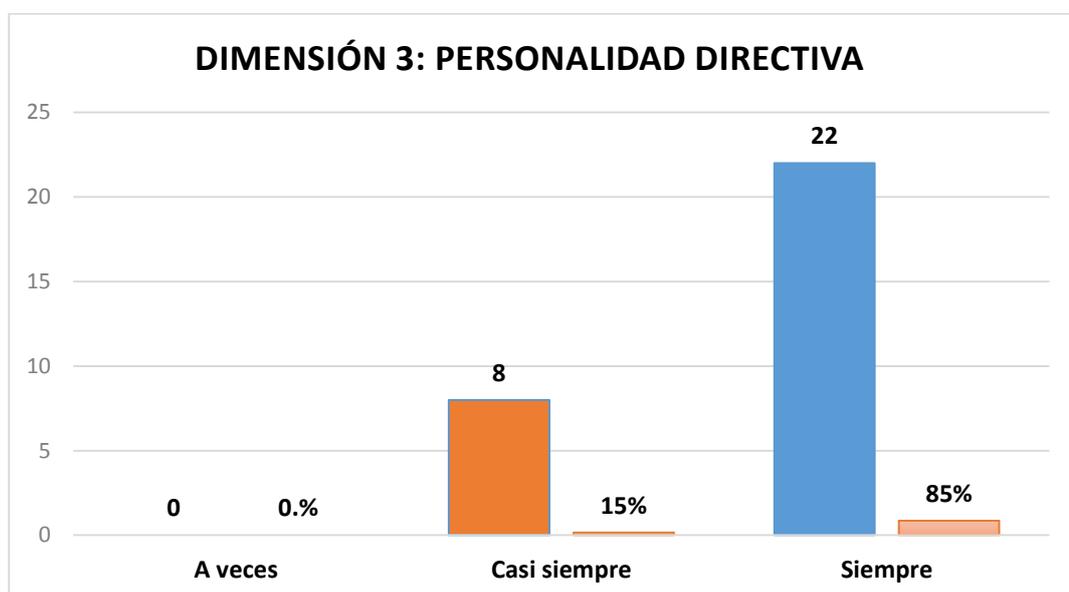


Figura 8. Dimensión 3: Personalidad Directiva

Interpretación:

La tabla y figura, muestran que el 85% que representa 22 estudiantes del 5º Grado "A" de la I.E. Jorge Chávez observados muestran SIEMPRE, una personalidad directiva, frente a las diferentes actividades, y un 15% que representa 8 estudiantes observados muestran CASI SIEMPRE, una personalidad directiva, frente a las diferentes actividades.

4.2 PRUEBA DE HIPÓTESIS

4.2.1 Prueba de Hipótesis General

Tabla 13. Prueba de normalidad

	Kolmogoro Snirnova			Shapiro Wilk		
	Estadístico	gl	sig	Estadístico	gl	sig
Redes Sociales	,505	30	,000	417	30	,000
La Personalidad	,496	30	,000	417	30	,000

Fuente. SPSS.25.

Interpretación:

Luego de aplicar la prueba de normalidad para determinar el tipo de distribución de los datos, se selecciona la variable de Shapiro-Wilk según el tamaño de la muestra. Al aplicar la variable se concluye que las dos variables involucradas tienen una distribución no normal o no paramétrica (sig.000), por lo que también corresponde la aplicación de estadísticas relacionadas con la misma naturaleza, por lo que se aplicarán las estadísticas Rho de Spearman.

Tabla 14. Rho de Spearman. Hipótesis general

			Redes Sociales	La Personalidad
Rho Spearman	Redes Sociales	Coefición de correlación	1,000	,615
		Sig. (Bilateral)		,000
		N	30	30
	La Personalidad	Coefición de correlación	,615	1,000
		Sig. (Bilateral)	,000	
		N	30	30

Fuente: SPSS. 25.

Descripción:

Luego de la prueba de correlación, el resultado es $Rho = .615$ y valor de $p = 0.000$, lo que indica que existe una correlación positiva moderada. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y la hipótesis alternativa Existe una relación significativa entre las redes sociales y la personalidad de los estudiantes de la Institución Educativa Jorge Chávez.

4.2.3 Prueba de la Hipótesis Específica 1**Tabla 15. Rho de Spearman. Hipótesis Específica 1**

Prueba de correlación Spearman		Variable 2: La personalidad
Variable 1: Redes Sociales (Social)	Coeficiente de correlación Rho	0.716
	Sig. (bilateral)	0.004
	N	30

Interpretación:

Como se puede observar en la tabla adjunta, el coeficiente de correlación Rho de Spearman obtenido es de 0,716, lo que significa que existe una alta correlación positiva entre las dos variables (ver Tabla 11), y también se obtiene sig. Bilateral o p-valor = 0,004, lo que nos lleva a concluir que las redes sociales (Social), se correlacionan positivamente con la personalidad.

Tabla 16. Rho de Spearman. Hipótesis Específica 2

Prueba de correlación Spearman		Variable 2: La personalidad
Variable 1: Redes Sociales (Cultural)	Coeficiente de correlación Rho	0.714
	Sig. (bilateral)	0.003
	N	30

Interpretación:

Como se puede observar en la tabla adjunta, el coeficiente de correlación Rho de Spearman obtenido es de 0,714, lo que significa que existe una alta correlación positiva entre las dos variables (ver Tabla 12), y también se obtiene sig. Bilateral o p-valor = 0,003, lo que nos lleva a concluir que las redes sociales (Cultural), se correlacionan positivamente con la personalidad.

Tabla 17. Rho de Spearman. Hipótesis Específica 3

Prueba de correlación Spearman		Variable 2: La personalidad
Variable 1: Redes Sociales (Económica)	Coeficiente de correlación Rho	0.750
	Sig. (bilateral)	0.003
	N	30

Interpretación:

Como se puede observar en la tabla adjunta, el coeficiente de correlación Rho de Spearman obtenido es de 0,750, lo que significa que existe una alta correlación positiva entre las dos variables (ver Tabla 13), y también se obtiene sig. Bilateral o p-valor = 0,003, lo que nos lleva a concluir que las redes sociales (Económica), se correlacionan positivamente con la personalidad.

4.3 DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Variable 1, muestran los resultados obtenidos que el 88% que representa 22 estudiantes del 5º Grado "A", de la I.E. Jorge Chávez observados muestran SIEMPRE, que usan las Redes Sociales, para diferentes actividades, y un 12% que representa 8 estudiantes observados muestran CASI SIEMPRE, utilizan las redes sociales para sus diferentes actividades. Lo cual demuestran que la alta confiabilidad de los resultados obtenidos entre las dimensiones que lo conforman.

Con respecto a la variable 2, se muestran que los resultados obtenidos que el 77% que representa 25 estudiantes del 5º Grado "A", de la I.E. Jorge Chávez Observados muestran SIEMPRE, una personalidad estable, frente a las diferentes actividades, interpersonales, intrapersonales y un 23% que representa 5 estudiantes observados muestran CASI SIEMPRE, una personalidad estable, frente a las diferentes actividades, interpersonales, intrapersonales, lo cual muestran la alta confiabilidad de los resultados obtenidos entre las dimensiones que lo conforman.

Con respecto a la Hipótesis la prueba de normalidad se determinó el tipo de distribución de los datos, se selecciona la variable de Shapiro-Wilk según el tamaño de la muestra. Al aplicar la variable se concluye que las dos variables involucradas tienen una distribución no normal o no paramétrica (sig.000), por lo que también corresponde la aplicación de estadísticas relacionadas con la misma naturaleza, por lo que se aplicarán las estadísticas Rho de Spearman.

En cuanto a la Hipótesis General la prueba de correlación, el resultado es $Rho = .615$ y valor de $p = 0.000$, lo que indica que existe una correlación positiva moderada. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y la hipótesis alternativa Existe una relación significativa entre las redes sociales y la personalidad de los estudiantes de la Institución Educativa Jorge Chávez.

En cuanto la Hipótesis Específica 1 el coeficiente de correlación Rho de Spearman obtenido es de $0,716$, lo que significa que existe una alta correlación positiva entre las dos variables (ver Tabla 11), y también se obtiene sig. Bilateral o p-valor = $0,004$, lo que nos lleva a concluir que las redes sociales (Social), se correlacionan positivamente con la personalidad.

En cuanto a la Hipótesis Específica 2 el coeficiente de correlación Rho de Spearman obtenido es de $0,714$, lo que significa que existe una alta correlación positiva entre las dos variables (ver Tabla 12), y también se obtiene sig. Bilateral o p-valor = $0,003$, lo que nos lleva a concluir que las redes sociales (Cultural), se correlacionan positivamente con la personalidad.

En cuanto la Hipótesis Específica 3 el coeficiente de correlación Rho de Spearman obtenido es de 0,750, lo que significa que existe una alta correlación positiva entre las dos variables (ver Tabla 13), y también se obtiene sig. Bilateral o p-valor = 0,003, lo que nos lleva a concluir que las redes sociales (Económica), se correlacionan positivamente con la personalidad.

En cuanto a la confiabilidad del Alfa de conbrach Instrumento 1 arrojó los resultados siguientes de 0,887332 cuyo cálculo se mantiene en el programa SPSS. 25 en conclusión, el Instrumento 1 es confiable para el desarrollo del proyecto de investigación.

El estadístico de Alfa de Conbrach del Instrumento 2 arrojó los resultados siguientes de 0,97582 cuyo cálculo se mantiene en el programa SPSS. 25 en conclusión, el Instrumento 2 es confiable para el desarrollo del proyecto de investigación.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

1. Aunque las redes sociales existen solo en entornos virtuales, son lugares donde las personas comparten información diversa, es decir, promueven la interacción con otras personas y se conectan entre sí, se comunican a través del diálogo y cooperan con la comunidad mediante la integración de grupos afines. Promoviendo la acción común. El propósito principal es conectar con las personas de esta manera, para que puedan estar seguros de que son una comunidad similar a la comunidad física que todos conocen.
2. Utilizarlos a nivel personal y corporativo tiene algunas ventajas, como reencontrarse con conocidos, establecer contactos profesionales, realizar foros, conocer los productos que interesan a los consumidores y establecer relaciones directas con los clientes. Al mismo tiempo, existen algunas deficiencias, como datos que nada tienen que ver con la imagen de la empresa, abuso de plataforma, violación de privacidad, adicción, uso para conducta delictiva, etc.
3. A pesar de las novedades existentes, está claro que al permitir la interacción social, las redes sociales evolucionarán con el tiempo y por tanto permitirán una mejor comunicación, pero es necesario tomar las precauciones necesarias como la privacidad y la

moderación. Utilice y disfrute de las herramientas que ofrecen a todo tipo de personas de esta forma.

5.2 RECOMENDACIONES

Para muchos padres, conseguir que sus hijos participen en las redes sociales es un problema permanente y que no siempre saben cómo solucionar. Para ello, se plantean algunas sugerencias para que los menores puedan disfrutar de forma segura y responsable de las ventajas de WhatsApp, Facebook, Instagram y Twitter.

- 1.** La edad mínima para acceder a tales instancias debe ser alrededor de los 14 años: si necesitas acceder a las redes sociales antes de esta edad, debes obtener el consentimiento de los padres. Sin embargo, por ejemplo, la edad promedio de inicio de los teléfonos móviles es de aproximadamente 10 a 12 años. En estos casos, es mejor no alquilar servicios de Internet para dispositivos móviles, restringiendo así el acceso a ellos solo desde las computadoras del hogar y la escuela.
- 2.** Es importante estimular el valor de la comunicación directa entre niños y jóvenes, más que la comunicación mediada por objetos técnicos, y retrasar el acceso a las redes sociales u otras redes tanto como sea posible. Hasta los 10 años, la familia y/o cuidador deben tener una supervisión directa y muy específica.

3. Siéntese con los niños mientras usan Internet y nunca los deje sentarse solos frente a la pantalla. Entre los 11 y los 14 años, los adolescentes tempranos tienen más experiencia en Internet, pero no deben ser supervisados y controlados cuando están en línea, para no estar expuestos al mundo exterior y ser vulnerables a materiales inapropiados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arévalo, R. (2019). Vigencia de redes sociales y percepción de aprendizaje de conocimientos significativos de proposiciones en estudiantes universitarios. (Tesis de doctorado). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- AEIC, Facultad de Ciencias de la Comunicación, 31 de enero-2 de febrero, Santiago de Compostela.
- Barrio Fernández, Á. y Ruiz Fernández, I. (2014). "Los adolescentes y el uso de las redes sociales". *International Journal of Developmental and Educational Psychology* 1 (2014): 571-576.
- Boeree, G. (1998). Teorías de la personalidad. *Pennsylvania: Universidad de Shippensburg*.
- Bolander, Brook y Locher, Miriam A. (2015). «Peter Is a Dumb Nut»: Status Updates and Reactions to Them as, «Acts of Positioning» in Facebook". *International Pragmatics Association* (2015): 99-122
<https://hub.hku.hk/bitstream/10722/227160/1/content.pdf> [20/08/2017]
- Burke, P. (2000), Historia social del conocimiento, Paidós, Barcelona.
- Boeree, G. (1998). Teorías de la personalidad. *Pennsylvania: Universidad de Shippensburg*.
- Carrasco. (2015). *Técnicas de la investigación*. España: Maritex
- Candale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Colindancias-Revista de La Red de Hispanistas de Europa Central*, (8), 201-220
- Congosto, M.; Fernández, M.; Moro, E. (2011). Twitter y política: Información, opinión y ¿ Predicción?.

- Casani, F.; Rodríguez, P.; Sánchez, F. (2012). Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: Emociones y redes sociales. *Universia Business Review*.
- González, G. (2019). Teorías de la personalidad.
- Congosto, M.; Fernández, M.; Moro, E. (2011). Twitter y política: Información, opinión y ¿ Predicción?
- Castells, M. (2007). La transición a la sociedad red. Barcelona: Ariel.
- Noguera, J. (2011). Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online. Barcelona: Editorial UOC
- Candale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Colindancias-Revista de La Red de Hispanistas de Europa Central*, (8), 201-220.
- Casani, F.; Rodríguez, P.; Sánchez, F. (2012). Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: Emociones y redes sociales. *Universia Business Review*.
- Domínguez, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.
- Das, T.; Teng, B. (1997). Sustaining strategic alliances: Options and guidelines. *Journal of General Management*, 22(4), 49-64.
- Del Fresno, G.; Daly, A.; Supovitz, J. (2015). Desvelando climas de opinión por medio del Social Media Mining y Análisis de Redes Sociales en Twitter. El caso de los Common Core State Standards. *Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 26(1), 53-75.

- Fernández, M. (2007). Habilidades sociales en el contexto educativo. Tesis para optar al Grado de Magister en Educación con mención en Orientación. Universidad del Bío Bío. Chillán, Chile. Recuperado en: <http://es.slideshare.net/yelitzasanchezortiz/tesishabilidades-sociales-en-el-contexto-educativo>
- González, GAS (2019). Teorías de la personalidad.
- García, W. (2013). E- Branding personal y corporativo. Una guía para construir tu marca digital. Perú: Editorial Macro.
- Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, P. (2010). Metodología de la. *Ciudad de México: Mc Graw Hill*, 12, 20.
- Igarza, R. (2011). Nuevas formas de consumo cultural: Por qué las redes sociales están ganando la batalla de las audiencias. *Comunicação Mídia e Consumo*, 7(20), 59-90.
- Mendoza, S.; Vargas, L. (2014). Evaluación por estándares de la gestión directiva en secundaria. *Revista Iberoamericana de educación*, 64(1), 99-113.
- Mattelart, A. (2007). Historia de la sociedad de la información, Paidós, Barcelona.
- Macho, A.; Carabaza, C.; González, Á.; Valverde, E.; Ordaz, R.; Iglesias, J. (2020). Personalidad emprendedora y género. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 38(1), 85.
- Mercado, H. (2014). La red social Facebook como recurso educativo complementario al aprendizaje de las habilidades orales del inglés en estudiantes de quinto año de educación secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana. (Tesis de maestro, Universidad

- Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima). Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/5783>
- Macho, A.; Carabaza, C.; González, Á.; Valverde, E.; Ordaz, R.; Iglesias, J. (2020). Personalidad emprendedora y género. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 38(1), 85.
- Marsé, B. (2012). Youtube: Las claves para aprovechar todas sus potencialidades. Barcelona: Profit Editorial.
- Mendoza, S.; Vargas, L. (2014). Evaluación por estándares de la gestión directiva en secundaria. *Revista Iberoamericana de educación*, 64(1), 99-113.
- Rojas, O. (2007). Web2.0. (Manual no oficial). Madrid. ESIC Editorial.
- Romero, J.; De Espinosa, M. (2015). El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 13(2), 73-94.
- Sánchez y Reyes (2015). *Instrumentos de Investigación cuantitativa*.
- Suárez, C. (2010). RUSC. Universities and Knowledge Society Journal. Vol. 7, núm. 2. Recuperado de:
<http://rusc.uoc.edu/rusc/ca/index.php/rusc/issue/download/v12n3/182-77-PB.pdf>
- Sabater, M. (2012). Los espacios digitales de la intimidad y la privacidad en los jóvenes y adolescentes de 14-20 años de la comunidad autónoma de Rioja. (Tesis de maestría, Universidad de Deusto, España).
- Sánchez, J.; Lanero, A.; Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario (Determinant Variables

of the Entrepreneurial Intention in the University Context). *Revista de psicología social aplicada*, 15(1).

Timoteo Álvarez, J. (2008). "Red social en formato mapa de burbujas: puerta del futuro en las relaciones con los medios", Congreso Fundacional.

Zubieta, M. (2013). Facebook como medio de información de contenidos y el aprendizaje colaborativo en estudiantes del nivel secundaria - USMP 2013. (Tesis de doctorado, Universidad de San Martín de Porres, Lima-Perú).

Recuperado de:

http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1170/1/zubieta_rmf.pdf.

ANEXOS

ANEXO 2

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

A. FICHA TÉCNICA

VARIABLE: REDES SOCIALES

CUESTIONARIO ARS

A continuación, se presentan 24 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existe respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

		RESPUESTAS				
N°	DESCRIPCIÓN	S	CS	AV	RV	N
1.	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2.	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes					
3.	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4.	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
5.	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
6.	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
7.	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
8.	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
9.	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
10.	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había					
11.	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12.	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
13.	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
14.	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes					
15.	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16.	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes					
17.	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18.	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19.	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20.	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21.	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22.	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23.	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24.	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

B. FICHA TÉCNICA

VARIABLE: DESARROLLO DE LA PERSONALIDAD

Finalidad: El presente tiene por finalidad, recoger datos relevantes y suficientes respecto a La Personalidad.

Instrucciones: Marca con una X en los casilleros según criterio que estimes conveniente, o se acerque a la respuesta correcta: sabiendo que:

1: A veces 2: Casi siempre 3: Siempre

N°	Ítems	Respuestas		
		1	2	3
Personalidad Emprendedora				
01	Resuelve con autonomía problemas cotidianos.			
02	Se reconoce como tal.			
03	Lidera con eficiencia y responsabilidad.			
Personalidad Técnica				
12	Tiene apoyo de su entorno.			
13	Busca integrarse con sus pares.			
14	Es autónomo en su entorno.			
Personalidad Directiva				
16	Se siente solo y sin apoyo.			
21	Busca incorporarse a su entorno.			
22	Busca afecto en su entorno.			

Muchas gracias.

ANEXO 3

FICHAS DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

A. FICHAS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO PARA LA VARIABLE REDES SOCIALES



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
Facultad de Educación y Ciencias Sociales
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Apellido y Nombre de Experto: Flor Lizeth Torrejón Guevara

Cargo que ejerce en la Institución donde labora: Lic. En Comunicación Social

Nombre del Instrumento: **Redes Sociales**

Autores del Instrumento: Bach. Amelia Escelina Julca Panduro

Bach. Evelyn Nuñez Nahui

Items	Preguntas	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
2	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
3	¿Las dimensiones se han tomado en cuenta son adecuado a la realización del instrumento?	X		
4	¿El Instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
5	¿La estructura que presenta el instrumento es en forma clara y precisa?	X		
6	¿El número de Items es el adecuado?	X		
7	¿Los ítems del instrumento son válidos?	X		
8	¿Se debe de incrementar el número de Items?		X	
9	¿Se debe de eliminar algún os Items?		X	

Muchas gracias por su participación.....

Aportes y sugerencias:.....

Firma:

Fecha: 18/11/2020



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
Facultad de Educación y Ciencias Sociales
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Apellido y Nombre de Experto: Carlos Eduardo Arévalo Encinas.

Cargo que ejerce en la Institución donde labora: Lic. En Comunicación Social.

Nombre del Instrumento: **Redes Sociales**

Autores del Instrumento: Bach. Amelia Escelina Julca Panduro

Bach. Evelyn Nuñez Nahui

Items	Preguntas	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
2	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
3	¿Las dimensiones se han tomado en cuenta son adecuado a la realización del instrumento?	X		
4	¿El Instrumento responde a la operacionalizacion de las variables?	X		
5	¿La estructura que presenta el instrumento es en forma clara y precisa?	X		
6	¿El número de Items es el adecuado?	X		
7	¿Los items del instrumento son válidos?	X		
8	¿Se debe de incrementar el número de Items?		X	
9	¿Se debe de eliminar algún os Items?		X	

Muchas gracias por su participación.....

Aportes y sugerencias:.....

Firma:

Fecha: 18/11/2020



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
Facultad de Educación y Ciencias Sociales
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Apellido y Nombre de Experto: Jenny Marcela Ruiz Falcón

Cargo que ejerce en la Institución donde labora: Directora de Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Ucayali

Nombre del Instrumento: **Redes Sociales**

Autores del Instrumento: Bach. Amelia Escelina Julca Panduro

Bach. Evelyn Nuñez Nahui

Ítems	Preguntas	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	x		
2	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	x		
3	¿Las dimensiones se han tomado en cuenta son adecuado a la realización del instrumento?	x		
4	¿El Instrumento responde a la operacionalización de las variables?	x		
5	¿La estructura que presenta el instrumento es en forma clara y precisa?	x		
6	¿El número de ítems es el adecuado?	x		
7	¿Los ítems del instrumento son válidos?	x		
8	¿Se debe de incrementar el número de ítems?		X	
9	¿Se debe de eliminar algunos ítems?		X	

Muchas gracias por su participación.....

Aportes y sugerencias:.....

Firma:

Fecha: 21/11/2020


 UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
 FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
 ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Mg. Jenny Marcela Ruiz Falcón
 DIRECTORA

B. FICHAS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO PARA LA VARIABLE: LA PERSONALIDAD



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
Facultad de Educación y Ciencias Sociales
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Apellido y Nombre de Experto: Flor Lizeth Torrejón Guevara

Cargo que ejerce en la Institución donde labora: Lic. En Comunicación Social

Nombre del Instrumento: **La Personalidad**

Autores del Instrumento: Bach. Amelia Escelina Julca Panduro

Bach. Evelyn Nuñez Nahui

Ítems	Preguntas	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
2	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
3	¿Las dimensiones se han tomado en cuenta son adecuado a la realización del instrumento?	X		
4	¿El Instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
5	¿La estructura que presenta el instrumento es en forma clara y precisa?	X		
6	¿El número de <u>Ítems</u> es el adecuado?	X		
7	¿Los ítems del instrumento son válidos?	X		
8	¿Se debe de incrementar el número de <u>Ítems</u> ?		X	
9	¿Se debe de eliminar algún os <u>Ítems</u> ?		X	

Muchas gracias por su participación.....

Aportes y sugerencias:.....

Firma:

Fecha: 18/11/2020



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
Facultad de Educación y Ciencias Sociales
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Apellido y Nombre de Experto: Carlos Eduardo Arévalo Encinas.

Cargo que ejerce en la Institución donde labora: Lic. En Comunicación Social.

Nombre del Instrumento: **La Personalidad**

Autores del Instrumento: Bach. Amelia Escelina Julca Panduro

Bach. Evelyn Nuñez Nahui

Items	Preguntas	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
2	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
3	¿Las dimensiones se han tomado en cuenta son adecuado a la realización del instrumento?	X		
4	¿El Instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
5	¿La estructura que presenta el instrumento es en forma clara y precisa?	X		
6	¿El número de Items es el adecuado?	X		
7	¿Los ítems del instrumento son válidos?	X		
8	¿Se debe de incrementar el número de Items?		X	
9	¿Se debe de eliminar algún os Items?		X	

Muchas gracias por su participación.....

Aportes y sugerencias:.....

Firma:

Fecha: 18/11/2020



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
Facultad de Educación y Ciencias Sociales
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Apellidos y nombres de Experto: Jenny Marcela Ruiz Falcón

Cargo que ejerce en la Institución donde labora: Directora de Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Ucayali

Nombre del Instrumento: **La Personalidad**

Autores del Instrumento: Bach. Amelia Escelina Julca Panduro

Bach. Evelyn Núñez Ñahui

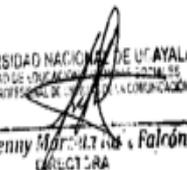
Ítems	Preguntas	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
2	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
3	¿Las dimensiones se han tomado en cuenta son adecuado a la realización del instrumento?	X		
4	¿El Instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
5	¿La estructura que presenta el instrumento es en forma clara y precisa?	X		
6	¿El número de ítems es el adecuado?	X		
7	¿Los ítems del instrumento son válidos?	X		
8	¿Se debe de incrementar el número de ítems?		X	
9	¿Se debe de eliminar algunos ítems?		X	

Muchas gracias por su participación

Aportes y sugerencias:.....

Firma:

Fecha: 21/11/2020


 UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
 FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES
 ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 Mg. Jenny Marcela Ruiz Falcón
 DIRECTORA

ANEXO 4 BASE DE DATOS

Variable 1: Redes Sociales

1	Dimensión 1			Dimensión 2			Dimensión 3			Variable 1
	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	
2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	15
3	3	1	2	3	1	2	3	1	1	12
4	3	1	2	3	1	2	3	1	1	22
5	2	1	2	2	1	2	2	1	1	25
6	3	2	3	3	2	3	3	2	2	24
7	1	2	3	1	2	3	1	2	2	13
8	2	3	3	2	3	3	2	3	3	22
9	2	3	2	2	3	2	2	3	3	22
10	1	3	2	1	3	2	1	3	3	23
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
12	3	2	3	3	2	3	3	2	2	21
13	3	1	2	3	1	2	3	1	1	22
14	2	1	3	2	1	3	2	1	1	15
15	1	1	3	1	1	3	1	1	1	21
16	2	2	3	2	2	3	2	2	2	21
17	2	3	3	2	3	3	2	3	3	24
18	1	2	2	1	2	2	1	2	2	25
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
20	1	2	2	1	2	2	1	2	2	23
21	3	1	1	3	1	1	3	1	1	23
22	2	1	1	2	1	1	2	1	1	22
23	2	2	1	2	2	1	2	2	2	21
24	2	3	2	2	3	2	2	3	3	23
25	3	3	1	3	3	1	3	3	3	22
26	3	2	1	3	2	1	3	2	2	24
27	3	2	2	3	2	2	3	2	2	25
28	2	1	2	2	1	2	2	1	1	21
29	2	1	2	2	1	2	2	1	1	16
30	1	2	1	1	2	1	1	2	2	15

ANEXO 5

BASE DE DATOS

Variable 2: La Personalidad

1	Dimensión 1			Dimensión 2			Dimensión 3			Variable 1
	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	
2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	15
3	3	1	2	3	1	2	3	1	1	12
4	3	1	2	3	1	2	3	1	1	22
5	2	1	2	2	1	2	2	1	1	25
6	3	2	3	3	2	3	3	2	2	24
7	1	2	3	1	2	3	1	2	2	13
8	2	3	3	2	3	3	2	3	3	22
9	2	3	2	2	3	2	2	3	3	22
10	1	3	2	1	3	2	1	3	3	23
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
12	3	2	3	3	2	3	3	2	2	21
13	3	1	2	3	1	2	3	1	1	22
14	2	1	3	2	1	3	2	1	1	15
15	1	1	3	1	1	3	1	1	1	21
16	2	2	3	2	2	3	2	2	2	21
17	2	3	3	2	3	3	2	3	3	24
18	1	2	2	1	2	2	1	2	2	25
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
20	1	2	2	1	2	2	1	2	2	23
21	3	1	1	3	1	1	3	1	1	23
22	2	1	1	2	1	1	2	1	1	22
23	2	2	1	2	2	1	2	2	2	21
24	2	3	2	2	3	2	2	3	3	23
25	3	3	1	3	3	1	3	3	3	22
26	3	2	1	3	2	1	3	2	2	24
27	3	2	2	3	2	2	3	2	2	25
28	2	1	2	2	1	2	2	1	1	21
29	2	1	2	2	1	2	2	1	1	16
30	1	2	1	1	2	1	1	2	2	15

ANEXO 6

CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Cálculo, análisis de los datos estadísticos Alfa de Cronbach del Instrumento 1

Alfa de Cronbach	Ítems
0,887332	9

Fuente: Software SPSS

Interpretación:

El estadístico que representa al Alfa de Cronbach del Instrumento 1 arrojó los resultados siguientes de 0,887332 cuyo cálculo se mantiene en el programa SPSS. 25 en conclusión, el Instrumento 1 es confiable para el desarrollo del proyecto de investigación

Cálculo y análisis estadísticos Alfa de Cronbach del Instrumento 2

Alfa de Cronbach	Ítems
0,97583	9

Fuente: Software SPSS. 25

Interpretación:

El estadístico de Alfa de Cronbach del Instrumento 2 arrojó los resultados siguientes de 0,97582 cuyo cálculo se mantiene en el programa SPSS. 25 en conclusión, el Instrumento 2 es confiable para el desarrollo del proyecto de investigación.

ANEXO 7

RESOLUCIÓN DE EJECUCIÓN Y DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN



Universidad Nacional de Ucayali

FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES

UCAYALI - PERÚ

DECANATO



RESOLUCIÓN N°006- 2020- D - FFEyCsSs - UNU

Pucallpa, 09 de enero del 2020

Visto:

El Expediente del Proyecto de Tesis de las estudiantes de la Facultad de Educación y Ciencias Sociales;

Considerando:

Que, las alumnas de la Facultad de Educación y Ciencias Sociales AMELIA ESCELINA JULCA PANDURO y EVELYN NUÑEZ ÑAHUI han presentado el proyecto de tesis denominado: "USO DE REDES SOCIALES Y LA PERSONALIDAD EN ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA "JORGE CHAVEZ", PUCALLPA-2019";

Que, con Oficio N°001-2020-P-CG y FFEyCsSs-UNU La Directora de la Comisión de Grados y Títulos de la FFEyCsSs-UNU, eleva a la Decanatura el proyecto de tesis denominado: "USO DE REDES SOCIALES Y LA PERSONALIDAD EN ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA "JORGE CHAVEZ", PUCALLPA-2019" Para su aprobación por el Comité de Planeamiento;

Que, la tesis es un trabajo de investigación científica inédito que realizan los estudiantes a partir del noveno ciclo, siempre que no adeuden asignaturas de ciclos anteriores, en temas que deben estar enmarcados dentro de las áreas de investigación educativa, concordantes con el plan estratégico de la Facultad y de la UNU

En uso de las atribuciones conferidas al Señor Decano por la Ley Universitaria 30220 y el Estatuto de la UNU y; con cargo a dar cuenta al Comité de Planeamiento

Se Resuelve:

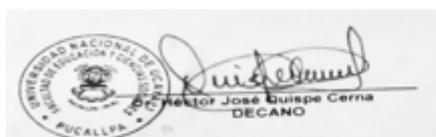
PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR, la ejecución del proyecto de tesis denominado: "USO DE REDES SOCIALES Y LA PERSONALIDAD EN ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA "JORGE CHAVEZ", PUCALLPA-2019"

Presentado por:

- | | |
|------------------------------------|----------|
| • JULCA PANDURO AMELIA | Ejecutor |
| • EVELYN NUÑEZ ÑAHUI | Ejecutor |
| • Mg. JHONN ROBERTR UIZ DE LA CRUZ | Asesor |

SEGUNDO: DAR A CONOCER la presente resolución a la Decanatura de la Facultad, Comisión de Grados y Títulos, e interesados.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.



DISTRIBUCIÓN: Decanato, C.GyT, Interesados, Archivo 2020.

ANEXO 8

CONSTANCIA DE APLICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN



PERÚ

Ministerio
de Educación

INSTITUCIÓN EDUCATIVA N°64006
"JORGE CHAVÉZ"



DIRECCIÓN REGIONAL DE UCAYALI

UGEL CORONEL PORTILLO

"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

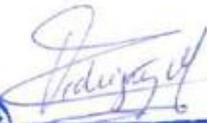
CONSTANCIA DE INVESTIGACIÓN

LA DIRECTORA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA N° 64006 "JORGE CHAVÉZ" QUE SUSCRIBE HACE CONSTAR QUE:

EVELYN NUÑEZ ÑAHUI Y AMELIA ESCELINA JULCA PANDURO, EX ALUMNAS DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES DE LA CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI, HA REALIZADO CON EFICIENCIA LA PARTE PRÁCTICA DEL TRABAJO DE LA INVESTIGACIÓN TÍTULADO: "USO DE LAS REDES SOCIALES Y LA PERSONALIDAD EN ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA "JORGE CHAVÉZ", PUCALLPA, 2019.

SE EXPIDE LA PRESENTE CONSTANCIA A SOLICITUD DE LA INTERESADA PARA LOS FINES QUE CONSIDERE PERTINENTE.

CALLERÍA, 10 DE SETIEMBRE 2020.




Lic. Celia V. Rodríguez Guerra
C.M. 1004084123
DIRECCIÓN REGIONAL DE UCAYALI

ANEXO 9 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS







