



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y SU
RELACIÓN CON EL COMPORTAMIENTO DE LOS JÓVENES DE 15
A 17 AÑOS DEL COLEGIO PARTICULAR SAN JOSÉ DE LOS
HERMANOS MARISTAS DEL DISTRITO DE HUACHO DEL AÑO**

2018

PRESENTADA POR
JORGE RODOLFO VILLAVICENCIO BISSO

ASESORA
MARIA JACQUELINE SOLANO SALINAS

TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2020



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN ,TURISMO
PSICOLOGIA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y SU RELACION CON
EL COMPORTAMIENTO DE LOS JOVENES DE 15 A 17 AÑOS DEL
COLEGIO PARTICULAR SAN JOSE DE LOS HERMANOS MARISTAS DEL
DISTRITO DE HUACHO DEL AÑO 2018**

TESIS PARA OPTAR

**EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

PRESENTADO POR

JORGE RODOLFO VILLAVICENCIO BISSO

ASESOR

DRA. MARIA JACQUELINE SOLANO SALINAS

LIMA-PERU

2020

INDICE

CARATULA	
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	ix
INTRODUCCION.....	xi
CAPITULO I: MARCO TEORICO	1
1.1 Antecedentes de la investigación.....	1
1.1.1 Antecedentes internacionales.....	1
1.1.2 Antecedentes nacionales.....	8
1.2 Bases teóricas.....	13
A Modelo de comunicación de Schramm.....	13
B Teoría de los grafos.....	14
C Teoría de los seis grados de separación.....	15
1.2.1 Herramienta de comunicación digital.....	16
1.2.1.1 Facebook.....	24
1.2.1.1.1 Contenido del mensaje.....	32
1.2.1.1.2 Interacción.....	35
1.2.1.1.3 Conectividad.....	35
1.2.1.2 Twitter.....	36

1.2.1.2.1 Pensamiento estratégico.....	41
1.2.1.2.2 Creatividad.....	42
1.2.1.2.3 Tendencia.....	43
1.2.1.3 Instagram.....	46
1.2.1.3.1 Calidad de relaciones.....	49
1.2.1.3 Empatía.....	51
1.2.1.3.3 Valores.....	52
1.2.2 Comportamiento.....	53
1.2.2.1 Afiliación.....	57
1.2.2.1.1 Afecto.....	58
1.2.2.1.2 Pertenencia.....	61
1.2.2.2. Seguridad.....	63
1.2.2.2.1 Estabilidad.....	65
1.2.2.2.2 Eficiencia.....	66
1.2.2.3 Responsabilidad.....	67
1.2.2.3.1 Logros.....	68
1.2.2.3.2 Aprendizaje.....	69
1.3 Cronología e historia de la comunicación digital.....	71
CAPITULO II HIPOTESIS Y VARIABLES.....	85
2.1 Formulación de hipótesis principal y específicas.....	85
2.1.1. Formulación de hipótesis principal.....	85
2.1.2 Formulación de hipótesis específica.....	85
2.2 Operacionalización de las variables.....	85
CAPITULO III METODOLGIA.....	87
3.1 Diseño metodológico.....	87

3.1.2 Tipo de investigación.....	87
3.1.3 Nivel de investigación.....	88
3.1.4 Método de investigación.....	88
3.1.5 Enfoque de la investigación.....	89
3.2 Diseño muestral.....	89
3.2.1 Población.....	89
3.2.2 Muestra.....	90
3.3 Técnica de recolección de datos.....	90
3.3.1 Técnica de recolección de datos de la información.....	90
3.3.2 Instrumento de recolección de ratos.....	91
3.4 Confiabilidad y valoración de instrumentos.....	91
3.4 Procedimientos estadísticos para el proceso de la información.....	92
3.5.1 Presentación y análisis de resultados.....	92
3.5.2. Prueba de hipótesis.....	93
CAPITULO IV: Resultados.....	95
CAPITULO V: Discusión.....	96
Conclusiones.....	146
Recomendaciones.....	149
Fuentes de información	150
Anexos.....	170
MATRIZ DE CONSISTENCIA	
MODELO DE INSTRUMENTO	
VALORACION DE JUECES	

DEDICATORIA:

A Dios por guiar cada día de mi existencia,
mis Padres por sus enseñanzas de vida.

RESUMEN

La aparición de las nuevas Tecnologías de la información y comunicación han cambiado definitivamente el modo de comunicarnos y en un alto grado de consumo en nuestros adolescentes, lo cual nos llevó a la realización del presente trabajo de investigación planteándonos como objetivo general conocer la relación que existe entre las herramientas de comunicación digital y el comportamiento de los adolescentes de 15 a 17 años del Colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho. Año 2018.

Los adolescentes reciben una realidad alterada en donde mezclan un mundo lúdico conjuntamente con el mundo real y ficticio que es aquello que cautiva al usuario. Sin embargo, los adolescentes carecen de capacidad analítica, por ende, todo cuanto “consume” en las redes sociales y en el internet le asignan un grado de veracidad.

Así mismo, se podrá entender muchas de sus necesidades e interrogantes que los llevan casi a un ostracismo autogenerado, ya que se está tratando un problema que implica una serie de situaciones en las cuales los protagonistas son adolescentes con potencial y proyectos de vida que de ser orientados se convertirán en seres exitosos, porque tienen mayor acceso y conocimiento en el uso de la tecnología, algo completamente impensado en generaciones anteriores.

El presente trabajo servirá como aporte para investigaciones sucesivas ampliando el estudio a conveniencia, emanando pautas que sugieren planteamientos y aportes con la finalidad que los adolescentes sean entes productivos, comunicativos y mejores individuos en la sociedad.

Palabras clave: Herramientas de comunicación digital, comportamiento, Facebook, Twitter, Instagram, afiliación, seguridad, responsabilidad.

ABSTRACT

The emergence of the new Information and Communication Technologies have definitely changed the way we communicate and to a high degree of consumption in our adolescents, which led us to carry out the present research work by considering us as a general objective to know the relationship that exists between the tools of digital communication and the behavior of adolescents from 15 to 17 years of the San José Private School of the Marist Brothers of the Huacho District. Year 2018. Teenagers receive an altered reality where they mix a playful world together with the real and fictional world which is what captivates the user. However, teenagers lack analytical capacity, so everything you "consume" on social media and on the internet assigns you a degree of veracity

Likewise, you will be able to understand many of their needs and questions that lead them almost to a self-generated ostracism, since a problem is being addressed that involves a series of situations in which the protagonists are teenagers with potential and life projects that if oriented will become successful beings, because they have greater access and knowledge in the use of technology , something completely unthinkable in previous generations. This work will serve as a contribution for successive research by expanding the study to convenience, emanating guidelines that suggest approaches and contributions in order that adolescents be productive, communicative and better individuals in society.

Keywords: Digital communication tools, behavior, Facebook, Twitter, Instagram, affiliation, security, responsibility.

...

INTRODUCCION

Las herramientas de comunicación digital generan cambios de patrones de vida en la sociedad moderna en especial entre los jóvenes, creando necesidades y generando adicciones. Toda esta problemática tiene su origen en la televisión creando la predisposición y modificando la conducta del televidente, a través de las emociones y sentimientos en base a estímulos preparados con fines meramente comerciales; posteriormente, solo cambia la denominación de televidente a usuario.

Con el surgimiento de las nuevas tecnologías la sociedad obtiene un facilismo nunca antes conocido, las cuales pasan a convertirse en parte esencial en la vida de las personas especialmente de los adolescentes y jóvenes, creándose una necesidad de vida al estar contenidos en estas plataformas sociales como son el facebook, el twitter y el instagram.

La comunicación tradicional evoluciona y se convierte en una comunicación interactiva llamada la web 2.0, en donde los usuarios son participantes activos de esta, retornando a la fuente emisora, para ello existen muchos códigos, como, por ejemplo: el escrito, fotográfico, emoticones o simplemente una aceptación mediante un ansiado “me gusta” o un triste “me disgusta”.

Con estas plataformas sociales los jóvenes asumen el protagonismo, marcan tendencias logrando influir en muchos campos de la sociedad, los usuarios sufren una identificación total en la mayoría de casos cambiando gustos y preferencias, modificando conductas y trastocando comportamientos. A grandes rasgos podemos dilucidar que las herramientas de comunicación digital guardan una estrecha relación con el comportamiento juvenil.

Todas estas plataformas resultan muy atractivas especialmente para los jóvenes, estos que por naturaleza son altamente consumistas debido a la gran publicidad que recibe por medio de las redes que llegan a través de personajes icónicos.

En el nuevo milenio da inicio al apogeo del “blogging” poniendo énfasis en lo político; posteriormente aparecen las tendencias en las redes sociales. Al aparecer facebook y twitter crecen en forma exponencial generando cambios en el comportamiento de los usuarios. Los adolescentes por encontrarse en desarrollo y crecimiento emocional son los más proclives a la adicción a estas, es así que un gran porcentaje de la juventud conoce estas plataformas sociales y de alguna manera tiene acceso a ellas.

Estas nuevas tecnologías utilizan mecanismos sutiles y atractivos para introducirse en la vida diaria de los usuarios. El comportamiento sufre alteraciones generando nuevos valores y antivalores que necesariamente conllevan a establecer nuevas formas de clasificación, así como una legislación acorde a estas nuevas herramientas de comunicación digital.

La utilización de líderes de opinión o “influencers” son necesarias para los cometidos de comunicación de las empresas y estos deben cumplir con ciertos estereotipos, como por ejemplo tener conocimientos, ser carismáticos y tener credibilidad, facilidad de palabra, son requisitos indispensables para ser seguidos a través de las redes sociales. Esta nueva forma de comunicación cambió la manera tradicional de la publicidad.

Las nuevas tecnologías permiten tener una comunicación de retorno, logrando mejorar sus productos, en donde la información es personalizada e inmediata, conociendo gustos, preferencias y aceptación a través de las plataformas sociales

como Facebook, twitter e instagram respectivamente. Por ello planteamos la siguiente pregunta:

¿De qué manera las herramientas de comunicación digital se relacionan con el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los Hermanos Maristas del distrito de Huacho del año 2,018? De igual forma los siguientes problemas específicos:

¿De qué manera el Facebook como herramienta de comunicación digital se relaciona con la afiliación del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2,018?

¿De qué manera el twitter como herramienta de la comunicación digital se relaciona con la seguridad del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2,018?

¿De qué manera el Instagram como herramienta de la comunicación digital se relaciona con la responsabilidad del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2,018?

El presente trabajo tiene como objetivo general: Establecer la relación que existe entre las herramientas de comunicación digital y el comportamiento de los adolescentes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los Hermanos Maristas del distrito de Huacho del año 2,018. Y cómo objetivos específicos: Establecer la relación que existe entre el Facebook como herramienta de comunicación digital y la afiliación del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2,018. Establecer la relación que existe entre el twitter como herramienta de comunicación digital y la seguridad del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17

años del colegio particular San José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2,018. Establecer la relación que existe entre el Instagram como herramienta de comunicación digital y la responsabilidad del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2,018.

El presente trabajo en su metodología responde a un diseño no experimental con un corte transversal en donde se efectuó la medición en un momento determinado y único tiempo, teniendo como propósito describir variables y su incidencia de relación, empleando un nivel descriptivo correlacional en donde se mide la relación existente entre las variables empleando un enfoque cuantitativo basado en cantidades numéricas y con resultados procesados y elaborados estadísticamente para establecer la correlación entre las variables. Todo ello otorga el respaldo necesario para concluir en apreciaciones generales en el presente trabajo de investigación.

Tomándose una muestra de 240 adolescentes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2,018.

El trabajo en mención cuenta con la parte humana esencial, financiamiento propio y material así como la unidad de tiempo aplicada a la búsqueda del material informativo.

La información necesaria para su realización fue obtenida de la biblioteca de nuestra casa de estudios encontrando medios electrónicos, repositorios universitarios, entrevistas, encuestas y conversatorios con maestros. Así mismo la participación de los adolescentes de 15 a 17 años del colegio San José de los HHMM de la ciudad de Huacho.

El presente trabajo de investigación está constituido por cinco capítulos:

En el primer capítulo tenemos el Marco Teórico conformado por los antecedentes internacionales y nacionales, las bases teóricas y las definiciones de términos básicos.

En el segundo capítulo se encuentran las hipótesis y variables, tanto la general como específicas, así como la operacionalización de las variables.

En el tercer capítulo se desarrolla la metodología, en donde podemos deducir el diseño metodológico, tipo, nivel método y enfoque de la investigación. Así como los instrumentos de recolección de datos, la confiabilidad de estos instrumentos, los procedimientos estadísticos en el proceso de la información.

El cuarto capítulo es exclusivamente de los resultados de nuestra investigación cuantitativa, así como las tablas graficas representada por la escala psicométrica de Likert.

El quinto capítulo es eminentemente acerca de la discusión en donde se comprueba el grado de relación y se utiliza la defensa de los resultados, para llegar a la comprobación final del trabajo de investigación.

CAPITULO I MARCO TEORICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Antecedentes Internacionales:

Gallo (2012) la tesis titulada: La influencia del Facebook en las interacciones comunicativas de los adolescentes de 15 – 16 años del primer año de bachillerato. Con este trabajo la investigadora tiene el propósito de conocer la interacción existente entre los jóvenes a través de las comunicaciones digitales, específicamente en la red social Facebook. El inicio de su investigación la realiza analizando la comunicación a través de internet y de qué manera estas nuevas tecnologías, así como las herramientas de la comunicación digital llegan rápidamente y se afianzan en nuestro sistema, dando sustento a una infraestructura nueva, de la vida cotidiana.

Todo el trabajo teórico realizado, así como el uso de instrumentos que permitieron conocer una realidad hasta ahora desconocida, esto dio una direccionalidad nueva por estar dirigida a un grupo focal de estudiantes del primer año de bachillerato de un colegio de Quito en la república del Ecuador. Con la evaluación final, luego de aplicar los instrumentos y herramientas respectivas, llego a la conclusión que el Facebook está presente en los adolescentes de manera cotidiana, de esta manera se convierte en una herramienta mediatizada a través de ordenadores que día a día crece y se fortalece enormemente frente a los tradicionales medios de comunicación, de esta manera los jóvenes encuentran un lugar nuevo de encuentro, aunque

bastante efímero por cierto pero con una influencia bastante significativa entre los estudiantes. .

En nuestro trabajo de investigación encontramos cierta similitud con la tesis descrita anteriormente en que se trata de una investigación que describe, explica y deduce una realidad respecto al uso de las herramientas de comunicación digital, así como el comportamiento de los jóvenes al interactuar con ellas.

Reyes (2016) la tesis titulada: La comunicación digital y las herramientas virtuales en la universidad técnica de Ambato (UTA) Ecuador. La aparición de los medios digitales crean nuevas necesidades, es así que internet se convierte en el espacio solicitado por los usuarios a fin de satisfacer sus ansias de conocimiento, distracción, es el nacimiento de algo nuevo para el público, porque interactúan unos con otros, tanto emisor como receptor muy diferente a los medios tradicionales, este es un momento icónico para el sistema de comunicaciones, es inmediato con una participación real.

Todo este contexto cambia el internet y la utilización de sus herramientas digitales convierte a los usuarios en protagonistas de esta manera comparten publicaciones, Ideas, fotografías e información en múltiples plataformas de forma inmediata, herramientas como la transmisión de contenidos de video y audio en tiempo real es algo fascinante para el usuario.

También debemos analizar el contenido de los mismos porque cualquier usuario se convierte en un protagonista y a la vez en un comunicador empírico, estos perfiles son manejados sin estrategias de comunicaciones definidas, limitándose solo a informar sobre eventos académicos, obras en

ejecución, proyectos entre otros, desaprovechando el potencial que tienen estas herramientas virtuales de comunicación digital.

En la investigación realizada la tesista aplicó herramientas que permitieron en la recolección de información llevar a una demostración efectiva de su trabajo, en tal sentido trabajo utilizando la encuesta y la entrevista, de esta forma la información recolectada guiara al investigador en la problemática existente con claro conocimiento y criterio de la realidad sostenida como problemática.

Encontrando características similares en la preocupación por la influencia de herramientas de comunicación digital en los jóvenes tratando conceptos muy cercanos en la investigación que fueron muy útiles para el desarrollo del presente trabajo de investigación, coincidiendo en una de las variables enmarcadas dentro de la investigación a realizar, como es la variable herramientas de comunicación digital.

Teniendo como principal objetivo identificar las herramientas virtuales utilizadas por el departamento de comunicaciones de la universidad técnica de Ambato determinando su incidencia y operatividad, posteriormente realiza el diseño de una guía de uso de herramientas virtuales de comunicación digital y medir su alcance que tienen dichas herramientas virtuales de comunicación.

López (2013) la tesis titulada: Estrategias de comunicación digital a través de redes sociales en línea (Facebook, twitter) un estudio comparativo en El Salvador. El autor sostiene: que la tecnología nos abre un mundo de nuevas posibilidades de comunicaciones en internet modificando la sociedad, ahora la concebimos de otra forma, esto ha permitido que los grupos humanos

interactúan entre sí, comunicándose y creando vínculos, fuera de la realidad conocida , la estructura social se ha movido hacia la internet denominándoles “sociedad red”, como lineamiento primordial del presente trabajo es comparar las diversas estrategias de comunicación digital, así como el uso de herramientas de la comunicación digital que utiliza para su proyección, convocación e información de los movimientos sociales juveniles en red Salvadoreños y el movimiento yo soy de México a través del Facebook y twitter creando líneas similares básicas al construir estrategias de comunicación digital a través de redes sociales en línea ,usando las dos redes más usadas por los jóvenes como son el Facebook y el twitter, cada una con características propias , por ejemplo twitter tiene especificaciones en una interacción de la información de usuarios de manera continua y concreta, utilizando un máximo de 280 caracteres .En cambio Facebook es una de las redes sociales diseñada por la publicación de información de usuarios en particular de manera más extensa ,inclusive se puede adjuntar fotos e informaciones sobre eventos y actividades.

El investigador en su estudio abarcó los conceptos fundamentales como son activismo digital, ciber activismo y ciberturba, podemos darnos cuenta como es el proceso en el que un activista digital logra captar la información problemática y luego a través de las herramientas tecnológicas realiza un ciber activismo y la denominada ciberturba es el fin del proceso, precisamente con la movilización callejera.

En tal sentido identifica en primer lugar la actividad que realiza a través de las redes sociales, posteriormente se señalan los planes a seguir en forma

detallada para los que se crean las actividades llevadas a cabo por los movimientos juveniles.

Tal es así que la teoría fundamentada conlleva a tres categorías de análisis, una codificación abierta fácil de entender en el uso de las redes sociales, la codificación axial lleva a detectar las actividades realizadas por medio del activismo digital y la selectiva que otorga lineamientos de identificación de fines, es decir los elementos estratégicos que desarrollan con el grupo. Utiliza un enfoque cualitativo basando su estudio en un alcance exploratorio constituyéndose principalmente en un análisis visual.

El estudio llevado a cabo brinda luces de comprensión con solidez porque llega a un punto convergencia de la situación estudiada. Coincidencias que tipificamos como nuevas formas de conocer procedimientos sociales que se desarrollan en un medio natural, de esta forma existen ciertas incidencias que serán valiosas para el desarrollo de nuestra investigación.”, también tenemos en común la variable independiente denominada : herramienta de comunicación digital y una somera coincidencia en la variable dependiente : comportamiento porque trata específicamente movimientos sociales y juveniles que equivale a decir comportamientos adquiridos.

Molina (2014) la tesis titulada: Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio a realizarse en 4 colegios de la ciudad de Cuenca con los alumnos del primer año de bachillerato.

El presente estudio resulta de una investigación llevada a cabo en la ciudad de Cuenca, jóvenes del primer año de bachillerato cuyo objetivo del presente trabajo es un análisis y la influencia de herramientas de la comunicación digital en diversas , en áreas como: lo personal, familiar y social

y por supuesto el rendimiento académico de los jóvenes en cuestión llevando a cabo un cuestionario para profesores y otro para estudiantes llegando a la conclusión en un nivel final que la gran mayoría de estudiantes no encuentran demasiada afectación por las redes en las áreas de estudio, también debemos de tener en cuenta el año de realización del presente trabajo, en el cual se detectó el uso de tres horas diarias ingresando hasta cinco veces por día a diversas plataformas. Podemos concluir que después de la realización del trabajo se analizó el impacto de las herramientas digitales sociales dentro de la familia, las relaciones interpersonales y la comunicación de adolescentes y jóvenes, en tal sentido dentro de la familia genera una leve desestabilización de las relaciones, porque el uso de este medio lleva al agrupamiento según edades de los usuarios, creando espacios especiales en torno a sus conveniencias y necesidades, gustos y preferencias, también son protagónicos virtuales que es lo más atractivo para los llamados “nativos digitales”, la autora empleó un trabajo de campo de carácter descriptivo de enfoque cualitativo para el desarrollo de su trabajo de investigación aplicando cuestionarios diseminados en 4 áreas como son : social, académica, personal y familiar con una serie de 48 ítems, del mismo modo realizó una encuesta a los docentes con 12 ítems. Una vez realizada la triangulación concluyó: que si bien es cierto no existe un consumo excesivo del grueso de los entrevistados, es algo significativo, también deduce que existe un porcentaje que utiliza las redes hasta por 7 horas diarias y un mínimo porcentaje que señaló una adicción total de todo el día de uso. Existe convergencia con el tema en desarrollo respecto a las herramientas de comunicación digital que es sujeto de nuestro estudio, en el cual tocamos las

diversas herramientas tecnológicas y también logramos cierta similitud al estudiar el comportamiento de jóvenes respecto al uso de las mismas, en tal sentido nos nutrimos del presente trabajo para seguir ahondando nuestra investigación.

Gómez (2017) la tesis titulada: Impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y sus relaciones interpersonales en Iberoamérica en los últimos diez años Colombia. La investigadora intenta poner en evidencia el impacto que generan las herramientas tecnológicas y redes sociales en el comportamiento de los jóvenes y su interacción con el mundo real, tomando en cuenta el Facebook, twitter, what App, YouTube, snachpt entre otros. El hecho de haber nacido en la época de la tecnología digital o el mundo liquido los convierte en nativos tecnológicos , por ende son diestros en el manejo de estos instrumentos, conocen intuitivamente cada una de estas herramientas tecnológicas, Todo esto ha convertido a la tecnología en pasatiempo, los jóvenes se han fusionado con todos los avances de esta era y lo entienden como una forma de independencia, precisamente todo ello conlleva a un cambio de vida, transformando lo social en virtual, convirtiendo este medio en requisito indispensable para su día a día.

Trata de informar el problema real que atraviesa nuestra sociedad juvenil, como es la influencia generada por las redes sociales precisamente en la población más vulnerable que es la juventud. Esta nueva tendencia mella las relaciones reales llevándolo a un aislamiento social, generando a muchos antivalores, La investigadora identifico las redes sociales de mayor influencia y como intervienen en su desarrollo e interacción personal .La modificación del comportamiento tanto personal como familiar y grupal social , para ello

utilizo la correlación entre sus variables como son la conducta del adolescente y sus relaciones interpersonales presentando un diseño transeccional descriptivo con una recolección de datos bastante nutrida. Como instrumento de estudio trabajo con un diseño no experimental, realiza una observación y análisis de la problemática concentrándose en la comprensión del fenómeno.

Podemos hallar cierta similitud en una de las variables que trata sobre la conducta del adolescente, en nuestro trabajo de investigación presentamos la variable comportamiento de los jóvenes que converge en las relaciones interpersonales y la influencia de las herramientas de comunicación digital, la influencia de la tecnología y de qué manera logra influenciar en el segmento juvenil, la participación de los usuarios en las diversas plataformas como son: YouTube, twitter e instagram.

1.1.2. Antecedentes nacionales

Salcedo (2017) en su trabajo de tesis: Redes sociales y autoestima de estudiantes del VII ciclo de la institución educativa beata Ana María Javouhey, Callao 2017. El trabajo de la tesista tiene por finalidad crear una relación entre su variable redes sociales y autoestima en alumnos utilizando muestras de estudiantes y aplicando encuestas para poder determinar el uso de redes sociales y por ende la autoestima y su nivel académico respectivo. Emplea un tipo básico de investigación deductivo, de nivel descriptivo correlacional, utilizando la técnica de la encuesta y cuestionarios sobre redes sociales como instrumentos de medición, llegando a la conclusión que existe una relación positiva entre el uso de las redes sociales y el desarrollo de la autoestima.

Podemos dilucidar que el trabajo de investigación “la influencia de las herramientas de la comunicación digital en el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los hermanos Maristas del distrito de Huacho del año 2,018”. Una de las variables coincidentes serán tratadas nutriéndose de información brindada por la tesista en mención también será necesario la utilización de instrumentos de medición como encuestas para luego hacer su respectiva medición, el instrumento permite conocer la percepción que tienen los jóvenes respecto al uso de las redes sociales.

Salcedo (2016) la tesis titulada: Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una Universidad de Lima.

En el presente trabajo plantea las situaciones críticas que atraviesan algunos jóvenes en su comportamiento como por ejemplo dependencia de las plataformas digitales, así mismo plantea la baja autoestima que presentan en su vida cotidiana, podemos dilucidar que todo esto encuentra cierta congruencia con nuestra variable de estudio el comportamiento en los jóvenes.

El comportamiento en los jóvenes varía según la influencia del uso del internet, existiendo algunos que tienen la conciencia y la madurez suficiente para poder controlar este suceso, también podemos encontrar otros que por su situación de vida no pueden manejarlo.

La investigadora presento como objetivo de qué manera se relacionan el uso de las plataformas sociales con la autoestima en los usuarios usando un diseño transversal de tipo descriptivo correlacional, evaluando a 346 alumnos de ambos sexos, también utilizo una escala de autoestima propuesta por

Stanley y Coopersmith y su respectivo cuestionario de adicción a redes sociales, como resultado arrojo una relación negativa entre las variables. Respondiendo de esta manera ante el comportamiento.

Cuando se trate de investigaciones en las cuales tengan como variable el ser humano y su modificatoria conductual siempre estaremos hablando de comportamiento, de conducta, de valores de situaciones intangibles que debemos realizar una investigación para poder escudriñar la verdad sostenida en nuestras hipótesis de la presente investigación y su posterior corroboración. La variable comportamiento de nuestro estudio tiene ciertas características del trabajo antes descrito, así mismo emplearemos un respectivo cuestionario acerca de las principales redes sociales como facebook, twitter e instagram que las dimensiones de la primera variable.

Cárdenas (2015) la tesis titulada: La comunicación digital mediante las redes sociales de organizaciones públicas.

La comunicación es sujeto de estudio desde hace más de 50 años en las organizaciones públicas, es por ello que esta disciplina desde sus inicios se torna en pieza clave cimentando el progreso y por ende una eficiente gestión corporativa. Como es bien sabido los avances tecnológicos en estos últimos años crean y generan necesidades acordes al campo de las comunicaciones organizacionales.

La investigadora tiene como finalidad aportar nuevos conocimientos frente al proceso de comunicación virtual, así como conocer herramientas de comunicación digital. La tecnología se desarrolla a una velocidad exponencial por tanto es necesario el conocimiento y un adecuado uso de las redes sociales a fin de lograr objetivos positivos en los usuarios que reviertan en el

plano social. Precisa la justificación de su trabajo por la necesidad que tienen las oficinas gubernamentales para desempeñar eficientemente la función en este nuevo desafío.

En todo este contexto el internet ha evolucionado en una forma de interacción y este factor ha dinamizado al medio, la denominación de la web 2.0 ha creado una especie de subyugación en los usuarios que ahora se convierten en sujetos protagónicos entre personas naturales y a nivel de organizaciones públicas y privadas en donde pueden ser leídos.

El estudio tiene incidencia en los procesos de comunicación virtual que se llevan a cabo las instituciones y de qué manera los especialistas han manejado la información para hacerla atractiva y entendible en las redes sociales con la finalidad que los usuarios puedan captar fácilmente el mensaje.

La autora realiza una investigación de tipo básica con diseño descriptivo sin manipulación en su entorno, solo observa situaciones existentes, al tomar un espacio de tiempo la investigación se vuelve transversal, solo describe las variables con un método deductivo apoyándose en la base teórica, utiliza nuevos instrumentos de medición debido a la naturaleza de la comunicación.

Concluyendo que: la comunicación a nivel de instituciones es positiva , solo en algunos casos y debe manejarse la información actualizada a nivel de institución usuario, estas plataformas sirven de manera positiva para solucionar sus problemas e inquietudes con participación del usuario por la web 2,0 y por ultimo a nivel de usuario con otros usuarios ,resulta bastante beneficiosa porque pueden compartir la información y llegando a muchos con un grado de confianza, debido a que el reenvió o compartir la información

proviene de personas conocidas. Coincide con el trabajo a desarrollar “la influencia de las herramientas de comunicación digital en el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2,018”, en el estudio tocamos una de las variables herramienta de la comunicación digital que es nuestra variable independiente y en nuestras dimensiones comparamos las herramientas más usadas según criterio propio, las cuales para efecto de estudio se les denominó dimensiones tales como: Facebook, twitter e instagram respectivamente.

Reátegui (2017) la tesis titulada: Uso de la red social Facebook como recurso de posicionamiento para las mypes de calzado: caso Meninas de la ciudad de Trujillo en el año 2017”.

La investigadora presenta una investigación no experimental con diseño descriptivo correlacional, tomando una muestra de 384 personas del sexo femenino jóvenes, de la ciudad de Trujillo en un muestreo aleatorio simple. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo conocer y determinar si la red social Facebook como parte de las herramientas de comunicación digital sirve en el posicionamiento de marcas a la hora de preferencias entre los usuarios.

Al final del trabajo sustentado concluye que: existe la relación entre el uso del Facebook y el posicionamiento de la mype de calzado quien Utilizo la red social Facebook por ser la de más aceptación entre la juventud, según anteriores estudios se observó que de cada 10 usuarios jóvenes 9 utilizan constantemente esta red por ello la autora la prefirió para realizar el estudio.

La aparición de la web 2.0 logra que los usuarios interactúen y la comunicación sea vertical por ello es:

Fácil entre los usuarios compartir y opinar acerca de las marcas de preferencia, como en este caso el manejo de los contenidos es decir la publicidad empleada llegó a casi todos los usuarios por medio del Facebook, posicionándose en primer lugar frente a otras existentes.

En el presente trabajo la autora aporta cierto grado de conocimiento, debido a que la investigación a realizarse “la influencia de las herramientas de comunicación digital en el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los hermanos Maristas del distrito de Huacho del año 2018”, utilizamos la medición de una de nuestras dimensiones como parte de las herramientas de la comunicación digital en este caso la denominada red facebook, por lo expuesto anteriormente que conforma una de las de mayor preferencia entre los jóvenes. Esta plataforma al igual que YouTube, twitter e instagram son las más populares entre los jóvenes, porque en ellas pueden escribir sus pensamientos, ideas, reflexiones, comunicarse, intercambiar fotografías o exponer ante sus amigos y ante el mundo sus criterios propios, tornándose en elementos escuchados y visto

1.2 Bases teóricas

A Teoría de Comunicación de Schramm

En este modelo de comunicación de masas que se envían múltiples mensajes idénticos a través de los medios, estos mensajes son recibidos por el público que se encuentra conformado por perceptores y estos inmersos en

grupos sociales, precisamente ellos interpretan los mensajes para su grupo de influencia, según este modelo la cultura es un factor determinante para la comunicación

Se considera a este modelo de comunicación consistente con el tipo de comunicación ofrecido por internet y en especial plataformas sociales, observamos que el mensaje sufre una redifusión, debemos tener en cuenta que depende de la influencia que posee el emisor sobre los usuarios frente a determinado tema (de rechazo o aceptación) sea tomado por los receptores, tocamos el proceso mediante el cual esa efervescencia de mensajes multiplicados exponencialmente, en donde el receptor logra hacer una selección de aquellos que para él, representan un menor esfuerzo en entender su contenido (Rodrigo, 2001, p.6).

El proceso no es lineal ya que cada persona es fuente y destino, transmite y recibe, y se transmiten una cantidad de mensajes. Por ejemplo, en un foro de discusión una persona (el moderador) da información y los participantes de este perciben la idea, la analiza y dan su punto de vista al moderador que analiza y cifra un nuevo mensaje y opinión (Cortez, 2009, p.5)

B Teoría de los grafos

Planteamiento teórico que estudia las características, particularidades y propiedades de los grafos o gráficos. La denominación de grafo la hace a un conjunto, que presenta características de no encontrarse vacío de objetos, llamados vértices o nodos y una selección de vértices pares, denominadas aristas que pueden ser orientadas o denegadas normalmente vemos que un

grafo es representado por una serie de puntuaciones y nodos de la teoría de los grafos (Álvarez, 2013, p.1).

Esta teoría se ajusta al presente trabajo de investigación de tesis por la aplicación que encuentra en las ciencias sociales, en donde existe una relación

que describe con gran facilidad el concepto de red social, reemplazando los nodos por actores sociales o usuarios, verificando el lugar central e importancia de cada uno dentro de la red. Mediante ello es posible cuantificar y analizar relaciones complejas, la estructura social es representada gráficamente.

Básicamente, las plataformas digitales tienen como objetivo relacionar a dos personas o más que a su vez logran conectarse dos personas que a su vez establecen relaciones entre ellas creando un grafo de usuarios conectados por un vínculo amical cibernético. Reemplazando, como se dijo cada punto o nodo nos muestra a una persona y cada línea o arista crea una relación amical entre dos nodos. Este grafo, que es una estructuración lógicamente matemática permitiendo establecer casuísticas cotidianas, de estructura y funcionamiento bastante lógico (Salingaros, 2005, p.2).

C Teoría de los seis grados de separación

Este fundamento teórico sostenido en una narración “chains”, para explicar los seis grados de separación. Este concepto basado en la idea de que cada persona conoce un promedio de 100 personas durante su vida y el número de conocidos crece de forma exponencial, si contamos el número de persona que conoce cada uno de los contactos, necesitando un número reducido de conexiones para que el grueso de contactados se transforme en toda una sociedad participativa (Fowler, 2010, p. 26)

Este fundamento teórico de los seis grados de separación tiene su nacimiento a fin de probar que cualquier individuo que existe en el mundo podría relacionarse con cualquier otra persona por medio de una establecida red de usuarios con no más de cinco nexos (con esto prueba que ambas personas se unen con no más de seis conexiones).

La aparición del libro “los seis grados en una era conectada” en donde se afirma que podemos relacionarnos con cualquier ser humano del mundo con seis “grados de separación, también denominados saltos (Watts, 2012, p.18).

Para demostrar esta teoría se realizó un experimento, denominado “experimento del pequeño mundo” que consistía en seleccionar al azar una serie de sujetos del oeste americano y enviarle tarjetas a una persona desconocida del cual conocían el nombre, la localización aproximada y la ocupación; el sistema consistía en enviar la tarjeta postal a la persona conocida con más probabilidad de conocer al extraño, dándole instrucciones para que hiciera a su vez lo mismo. Aunque se esperaban decenas o cientos de enlaces, los paquetes llegarían con un número sorprendente bajo de enlaces (5 a7), otorgándole la denominación de los 6 grados (Milgram, 1967 p.128).

D Teoría de Shannon y Weaver

Esta teoría tan bien es denominada como la teoría matemática de la información, presentada por Claude Shannon y Warren Weaver en la década de los años de 1940, teoría relacionada con leyes matemáticas que rigen la transmisión y el procesamiento de la información y de la representación, así también de la capacidad de los sistemas de comunicación para transmitir y procesar informaciones.

En realidad es el sistema general de información que parte de una fuente de información en donde un transmisor emite una señal que viaja por un canal y en este viaje es interferido por un mensaje, la señal que sale del canal, llega a un receptor que decodifica la información convirtiéndola en mensaje que pasa a un destinatario. Esta teoría de la información es la más práctica y segura en la forma de codificar un mensaje, sin ruidos que compliquen la transmisión.

Esta teoría fácilmente aplicada a la tecnología de la información cuenta con los siguientes elementos: fuente y sus tipos, mensaje, código, información y la entropía de la información.

Fuente: todo aquello que emite mensajes, por ejemplo una fuente puede ser una computadora y mensaje sus archivos, un dispositivo de transmisión de mensajes y los datos enviados.

Tipos de fuente: puede ser aleatoria o determinante, en la aleatoria no se puede predecir, cuál será el próximo mensaje a emitir por los mismos, mientras que en su estructura conocemos el nivel y es posible comprimir la información a fin de lograr un mejor envío.

Mensaje: es un conjunto de ceros y unos (sistema binario) que luego es decodificado y convertido en un alfabeto.

Código: los mensajes transmitidos en el sistema binario son codificados con otra numeración diferente pero siempre usando el sistema binario con algún algoritmo.

Información: la información contenida en un mensaje es proporcional a la cantidad de bits que se requiere como mínimo para predecir alguna omisión en la decodificación, por ejemplo recibimos una alta información con cadenas que tengan por inicio la letra p al decodificarla es probable que se omita una de ellas en alguna palabra pero nos llega el cuerpo restante y nosotros podemos predecir la letra faltante. Ejemplo se usan muchas p en la información y llega la palabra robabilidades, podemos predecir que la letra faltante es la letra "p".

Entropía de la información y la fuente: la información es tratada como una magnitud física, caracterizando la información de una secuencia de símbolos utilizando la entropía que es el valor medible de un desorden o ciertas combinaciones consideradas como incertidumbre. (Álvarez, 2015.p.401)

1. 2.1 Herramientas de Comunicación Digital

Hablar de la teoría de la comunicación es remontarnos a Aristóteles en el pasado clásico y defendida por Scudder (1980) sostiene que "todo organismo vivo que tiene su existencia terrenal posee indiscutiblemente una capacidad innata de poder relacionarse mediante la comunicación entre ellos".

A este proceso denominado comunicación y que se brinda a través de los movimientos o manifestación de los sonidos múltiples, reacciones intermitentes, cambios físicos o reacciones a veces imperceptibles para nuestros sentidos, lenguaje propio, jadeos, respiraciones, transformaciones y gamas de colores entre otros. Para que exista una comunicación como bien sabemos debe existir un emisor, un receptor y un mensaje o código que no necesariamente es emitido mediante sonidos. (Scudder, 1980, p.24)

En tal sentido Requena (2008) manifiesta que una sociedad conformada por seres humanos, presenta muchas características que van a ir uniéndose y formando un conjunto académico de disciplinas influyen en el diario acontecer, ciencias como la psicología, la filosofía, la educación, la comunicología nos muestra tendencias e inciden en la comprensión del fenómeno audiovisual, además todas las disciplinas recurren a los mismos para explicar sus desarrollos en sus múltiples campos como lo hace la emisión y recepción, sino también incluye a los individuos (p.139).

En tal sentido podemos deducir que la comunicación digital en calidad de medio de comunicación masivo entretiene e informa a la vez realiza el papel integrador y mediador en las diversas actividades humanas del individuo dentro del marco social. Este medio de comunicación ha logrado que el avance sea multidimensional es decir que se pueda participar de él, en muchas realidades al mismo instante, dado el crecimiento de los medios y plataformas en la web 2.0, los avances tecnológicos de vanguardia cada vez se optimiza más los resultados y por ende dinamiza la sociedad, convirtiendo las herramientas de la comunicación digital en una necesidad vital para las personas como las comunicaciones en forma inmediata de esta generación digital. "Es necesario, por consiguiente, pensar, tanto en términos generales

como de forma precisa, en las verdaderas relaciones entre las tecnologías de la comunicación”. (Requena, 2008, p.42). También considera que el receptor socio cultural y la señal recibida serían elementos de un proceso de comunicación y a la vez, sostiene que es compleja la comprensión y la aprehensión. Por tanto, las sesiones en las plataformas enmarca que los sujetos no aparecieron como usuarios, por el contrario fueron generando con el diario acontecer una contribución en armonía con la recepción del medio (p.42).

En la revisión de las teorías de la sociedad en materia de comunicaciones y las pedagógicas incluyendo el comportamiento juvenil y el aprendizaje descubrimos una importante reflexión sobre los acontecimientos de las comunicaciones en los medios masivos y la educación formalizada y no formalizada. El en su teoría llega a concebir la educación como algo autónomo que interactúa con otras disciplinas sistematizadas se podría entender a todas luces que el sistema educativo se subordina al sistema social.

Por consiguiente, nos dice que esta teoría de comunicación social logra señalar identificadamente los elementos intervinientes en los procesos educacionales. (Williams, 1972, p.8).

Dejando de manifiesto la posición del receptor en varias teorías, cuando se inicia el crecimiento de los medios, como respuesta a los avances tecnológicos digitales de medios de comunicación. Los americanos los llamaron “mass media”, que no es otra cosa que medios masivos. Después consintieron en que deberían llamarse medios de comunicación social.

Esto dio origen que los medios masivos podrían convertirse en medios manipuladores de masas a través de su influencia en el público receptor, llevándolos al consumo de determinados patrones, fueron introduciendo el sentido mercantilista para llegar a los usuarios y tener un público cautivo para la exposición de productos y finalmente lograr el objetivo establecido.

Todo este conjunto de señales transmitidas modifica el comportamiento de los individuos convirtiéndolos en un público cautivo y mucha más facilidad encuentra en el contexto juvenil por no tener claro sus límites ni objetivos. Se crean nuevas estrategias de comunicación y persuasión, diversos métodos inclusive llegan a utilizar hasta los métodos subliminales, sin importar las consecuencias o modificación de los patrones, lo más importante es conseguir el objetivo trazado y lanzar la comunicación a través de los canales en este caso los diversos estudios preparan el camino, de esta manera decodificaran la información según sus propios criterios (Williams, 1972, p.32).

Cuando hablamos de comunicación digital debemos entender las teorías primigenias de la comunicación, con sus elementos conocidos como emisor, mensaje y receptor, pero con una serie de interacciones entre los individuos de la comunicación, esto la convierte en una comunicación altamente participativa, en donde se puede verter opiniones de muchas maneras, escritas, visuales o por medio de iconos o simplemente dando una satisfacción convertida en “like” que equivale a decir me gusta, estoy de acuerdo.

La comunicación actual dejó de ser vertical para convertirse en una comunicación verdadera de forma horizontal donde todos pueden interactuar,

esto es lo que la convierte en la web 2.0, que no es otra cosa que todos los receptores pueden convertirse a la vez en emisores, la comunicación tiene un flujo de ida y otro de vuelta, esto hace entender mejor todos los mensajes, hoy en día las plataformas digitales haciendo de esto un comportamiento nuevo, nadie del mundo socialmente hablando puede resignarse a no estar en la web, significa no tener una identidad, estar muerto socialmente, es por ello que los jóvenes principalmente son los más arraigados con estas tecnologías, no podrían concebir un mundo sin comunicación digital, como podríamos decir las plataformas virtuales acercan a los usuarios que se encuentran lejos ,pero los aleja de los que se encuentran cerca, es algo muy paradójico pero real.

La tecnología con influencia marcada en la sociedad, si hablamos de redes sociales, están definidas por el autor como la forma de interactuar socialmente, constituyendo una interrelación llena de dinamismo que puede ser entre usuarios, grupos e instituciones unidos por necesidades y preferencias comunes. (Sáez, 2015, p.48).

Merino (2009) define: “que el uso de las redes sociales se ha situado en una necesidad social, usando con mucha frecuencia y dando creación a una sociedad virtual en donde interactúan con gente desconocida pero unida por gustos y preferencias. (Merino, 2009, p.64).

De igual forma Naranjo y Campoverde (2014) sostienen que: las redes sociales en calidad de fenómeno de nuestro tiempo, viene generando un gran impacto en las estructuras sociales, con predominio total de las generaciones nuevas, creando estilos muy diversos de relaciones, haciéndose no necesaria

la presencia real o física entre emisor, mensaje y receptor (Naranjo y Campoverde 2014, p.18).

De igual manera el investigador Campos (2013) escribe acerca de este fenómeno llamado redes sociales tienen características propias y estas son: comunidad y concepto a través de las redes los usuarios que comparten preferencias también aportan conocimientos y comunicación. (Campos, 2013, p.68).

“Las plataformas digitales y su resonancia en los jóvenes podemos concebirla de manera comprobatoria cuando el usuario tiene una personalidad vulnerable, proviene de hogares disfuncionales y una relación social poco disminuida”. (Corral, 2012.p.37).

Es fácil con estos antecedentes señalados claramente por Corral (2012) que el joven desarrolle una adicción, es así que estos promueven hábitos de recompensa, casi inmediatos, estos pueden ser por estrés ,tenemos jóvenes con problemas escolares, presión en el entorno social o carencia de afecto, muchas veces se agudiza por la competencia con algún hermano en casa, observamos de igual manera muchos casos de vacío existencial, estos provienen de aislamiento social o carencia de objetivos, siguiendo muchas veces el patrón de los padres, estas conductas son propensas a sufrir adicciones (p.37).

Las Herramientas de la comunicación digital para representan un concepto que ha ido ganando gran importancia a través de los últimos años, según Echevarría (2012) sostiene que:

Estas son de gran importancia en el mundo moderno e imprescindibles para las comunicaciones tecnológicas, la posibilidad de aplicarlas y usarlas es

infinitas, es algo que revoluciono el mundo y permitió una forma muy diferente de comunicación.

Tenemos por ejemplo: herramientas de administración de las redes sociales), herramientas estadísticas o llamadas de marketing digital, herramientas para monitoreo de reputación, herramientas para medios de influencia en donde mayormente se usan las redes sociales como Facebook, twitter, Instagram.

Las herramientas de la comunicación digital, esta denominación recibe los instrumentos digitales que nos brindan facilidad en la comunicación por internet, los usuarios de este tipo de comunicación, pueden interactuar, exponer sus opiniones, sus ideas son expresadas, descargar multimedia y aplicaciones con la finalidad de realizar proyectos, pueden compartir fotografías, subirlas, crear archivos de texto y editarlos.

Las herramientas de la comunicación digital no son tangibles, quiere decir que es algo que no podemos tocar, por tanto, al hablar de intangibilidad nos referimos a lo abstracto, esto lo podemos encontrar instalado como aplicaciones y programas de cómputo, al interior de las páginas web. Todo ello crea un gran facilismo al usuario que puede comunicarse en forma inmediata a través de video, texto y audio (Echevarría, 2012, p.62).

Dada la naturaleza de nuestra investigación en donde el sujeto de estudio son seres humanos, entonces debemos considerar la interacción comunicativa como un resultado de participación emisor receptor. Sencillamente manifiesta que la comunicación va a ser variable dependiendo del fondo de la misma o contexto directamente de la manera en que nos comunicamos nos centramos en un punto social, es allí donde afirmamos

nuestro estudio en la comunicación horizontal, que equivale a decir la comunicación digital o web 2.0 donde existe la interacción y el receptor participa activamente.

Nuestra comunicación digital es un contexto nuevo y novedoso muy variado en relación al mensaje que es producto de la creación de múltiples usuarios que es creado para ser decodificado a un modo particular y luego concluir con

Enfoques propios. Precisamente de eso trata las herramientas de la comunicación. (Contreras, 2006, p4).

Captar el mensaje y luego compartirlo, después de interpretarlo según su nivel y experiencias de vida, esto quiere decir que un mensaje o noticia no representa lo mismo para un joven que para un adulto si lo analizamos basándonos en la edad, experiencia y madurez emocional. El vértice crítico dice que la comunicación es sencillamente un modo de beneficiar a las personas a manifestar sus pensamientos y criterios sobre otros seres humanos, (Seligman, 2016, p.72).

Para comprender este fenómeno tecnológico de las herramientas de comunicación digital, Castañeda (2007) las define en dos tipos: sincrónica, que es aquella comunicación que se da en tiempo real, es un concepto de comunicación mediado por un computador, un intercambio de información por internet y la asincrónica, que es definida como aquella que permite la comunicación entre personas de forma no simultánea. (Castañeda, 2007, p.2).

	Chats, mensajería Instantánea	Permite hacer un intercambio de mensajes de texto con los usuarios, así como entre ellos se puede
--	-------------------------------	---

SINCRONICAS	Redes sociales	crear salas de chat.
	Conferencia en Línea	Puede ser audio o video conferencia, de mucha utilidad cuando es necesaria la capacitación.
	Aplicaciones compartidas	Permite compartir ventanas o programas con los usuarios, que a su vez tienen la posibilidad de interactuar y controlar la pantalla con tu permiso.
	Pizarrones digitales	Se puede compartir información visual y los usuarios pueden interactuar con aquel que proporciona la información, permitiendo la retroalimentación y un aprendizaje dinámico
	Votaciones	Esta herramienta permite tomar decisiones en conjunto con los usuarios, así como establecer acuerdos y fechas

Fuente: Cuadro de elaboración propia

ASINCRONICAS	Correos electrónicos	Puedes comunicarte de manera personal o colectiva con los usuarios para intercambiar información.
	Foros de discusión	Los usuarios y tú pueden comunicarse en diferentes horarios mediante comentarios visibles para todos los integrantes del foro.
	Wiki	Son páginas web que pueden ser editadas en línea, los cambios realizados se guardan al momento y no se necesita tener un conocimiento amplio de programación.
	Blog Web casting	Son herramientas de fácil uso con formato "diario de vida" que te permite compartir contenido. Audios y videos, para informar y capacitar.

Fuente: Cuadro de elaboración propia

1.2.1.1 Facebook

Pérez (2013) define esta como plataforma, presentada como un elemento ideal de virtualidad, en donde cada uno de los contenidos de imágenes nos

dicen historias poniendo de manifiesto la vida de las personas, así mismo la compenetración de los usuarios identificada por una fotografía es relevante.

Es una herramienta digital importante hablar de Facebook es referirnos a una plataforma creada en el 2004 que revoluciono el mundo de los usuarios y el mundo real quedo más globalizado que nunca, permitiendo la interacción de los usuarios con una serie de características es por eso que rápidamente ocupó las primeras preferencias del mundo, marcó un antes y un después en cuanto a redes sociales.

Creció exponencialmente en la actualidad cuenta con más de dos mil millones de usuarios, en esencia esta plataforma funciona de una forma muy sencilla ya que es una red que conecta a usuarios con otros usuarios. Al momento de abrir una cuenta en Facebook estas entrando en una red social que conecta a amigos, familiares y socios de negocios. (<https://definicion> del Facebook/2018).

Debemos entender que desde su aparición Facebook fue pensada como un espacio de fotografía virtual, con la capacidad de unir lazos entre sus integrantes, con un diseño para la utilización de sus usuarios es una vitrina en donde se hace una exposición de la vida de las personas a través de imágenes, Piscitelli enmarca que: “ se privilegia los contenidos de imágenes ,las plataformas digitales en su cotidianidad y uso es como compartir la cercanía de una conversación o tomar un café con un amigo y hablar con desenfado emocional”(Piscitelli,2010,p.28).

La comunicación es única las formas diversas, los seres humanos vivimos en una permanente conexión comunicativa, por lo tanto “presentan como una

red social en la que se entretajan múltiples elementos que conforman el desarrollo de la comunicación intencional” (Piscitelli, 2002, p.126).

Siendo una red desde su creación como un espacio de fotografía virtual, en donde los usuarios pueden tener un espacio de intimidad y a la vez interactuar,

en donde se muestra parte de la vida y sus vivencias, así deja constar Piscitelli observando que:” se privilegia la imagen de Facebook como una biblioteca desorganizada” (Piscitelli, 2010, p.75).

Tal como describe Piscitelli (2010) el facebook ha logrado de alguna manera unificar al mundo, conjugando los verbos pasado y presente a través de sus millones de usuarios, son ellos precisamente los que aquellos que dan formación a la necesidad de la creación de nuevas redes. Quizás lo más atractivo para los nuevos usuarios fue la introducción de la fotografía digital. Tal como sucede en la realidad ,las personas se agrupan por afinidad, llegando a comunicarse unas con otras por diversos tipos de relaciones de esta manera la red de usuarios se va acrecentando , ahora gracias a la ayuda de la tecnología no es necesaria la presencia física, más bien la conexión es virtual, que equivale a decir mi cuerpo no está enfrente del otro individuo, pero estamos conectados por un vehículo digital , en donde mis pensamientos, emociones pueden ser manifestadas a otros individuos (p.76).

Facebook es una plataforma tremendamente adictiva así considera Virilio (1998) en su libro titulado estética de la desaparición, “la tecnología es una revolución de la conciencia [...] reemplazar el estado de vigilia Racional por un estado artificial de vigilia paradójica”. (p.46)

Sin lugar a dudas esta plataforma es sobre la que se cimentan las demás aplicaciones, a partir de ella se derivan muchas plataformas, es la madre de las plataformas sociales, Pérez (2013) anuncia que:

Las herramientas de la comunicación digital llevan flujos de información constante, capturando la atención de los usuarios, todo cuanto expresan inclusive hasta los pensamientos plasmados en la pantalla del ordenador, estando obligado permanentemente a actualizar la cuenta con la finalidad que no se pierda el vínculo de virtualidad, los usuarios que no presentan su fotografía en el perfil rápidamente pasan a ser olvidados o se mantienen en el anonimato.

La red social facebook tiene un funcionamiento colectivo e integrador, una de sus características es que promueve amistad permitiendo la ampliación constante de la red creando nuevos vínculos. La sociabilidad, comunicación e interacción llevando a conocer nuevas personas y crecer con nuevos amigos, todo esto es logrado por medio de un perfil que pasa a constituir un nicho socialmente definido de uso público global o mundial.

En facebook no solamente se transita, es para quedarse, una enorme cantidad de internautas se encuentran navegando en la red, son capaces de crear comunidades a las cuales se puede acceder mediante invitación, lógicamente que los usuarios van agregándose de acuerdo a las preferencias y afinidades. Es un lugar sin restricciones, pueden convivir toda clase de individuos, desde un niño hasta una persona de edad avanzada, estos son los que integran los colectivos virtuales intercambiando mensajes, participando de esta comunicación moderna y al alcance de todos, es una nueva forma de socializar, pero siempre la interacción que se da en las redes sociales es de

una incipiente calidad, que jamás será superior a las antiguas formas de interacciones decir las presenciales.

En el Facebook se alojan usuarios con propósitos comunes, grupos e individuos que apoyan una diversidad de causas, todos ellos se vuelven activamente en una unidad global que aprovecha las competencias de cada uno, entremezclando el mundo real con el virtual.

Por este medio los individuos encuentran un lugar que les permite existir, alternando con otros y reconociéndose en base a sus necesidades, gustos y preferencias, quedando el espacio totalmente anulado, lo más relevante de este tipo de encuentros es la velocidad de la conexión a la red, es ella la que da pautas de tiempo.

Facebook existe en el digitalmente, su mundo se basa en la existencia de una pantalla unida a una computadora, un móvil, una Tablet o una laptop, estos vehículos los van a llevar a un espacio totalmente diferente al mundo real, en donde las personas utilizan las palabras, gestos, emociones y un gratificante contacto físico. En los denominados colectivos virtuales los usuarios se expresan igual que en la vida real, dejando atrás sus cuerpos, no existe la conexión física, solamente imaginaria, aun así, pueden suceder muchas cosas dentro de los parámetros virtuales. ([https:// definiciones. de Facebook/2018](https://definiciones.de/Facebook/2018)).

Para el filósofo Piscitelli la red social Facebook presenta una estructura narrativa: “la narrativa es el género literario que se da en el proceso de contar experiencias de nuestra realidad vivida a partir de diferentes estructuras y tipos de lenguaje y practicas tecnológicas estratégicamente diseñados en su proceso selectivo” (Piscitelli, 2010, p.63).

Es decir, con cierta orientación a que los individuos hablen de sí mismos, así determinó Piscitelli (2010) este proceso de construcción de una narrativa multimedia inmediata sobre la vida de cada uno, esto se logra por medio de un perfil, exponiendo contenidos asociados en la red, que constantemente sufre actualizaciones.

El perfil de la red social facebook logra constituirse como una herramienta digital, permitiendo su proyección al mundo por medio del proceso de incidencia en el, formando comunidades, diseñando, dando nacimiento a nuevas palabras, es una experiencia liberadora y esta herramienta se instaló para quedarse en la vida de los usuarios (p.63).

Corroborar esta apreciación Portocarrero (2013) afirmando que: esta red de comunicación tiene su asidero legal en el mundo real, por ello se coloca una foto real, con datos reales de los usuarios, aunque también se presta para albergar perfiles falsos. En tal sentido esta red solicita de cada uno datos personales todos estos requisitos hacen que el perfil represente un grado mayor de seriedad y lo ubique dentro de un contexto universal real.

El Facebook se empodera con la foto que situamos en la portada, girando todo alrededor de ella, las fotografías pueden ser usadas con filtros, retocadas poniendo en relevancia la importancia de la persona. Una buena produce un gran impacto de forma emocional que no es conseguido mediante el texto escrito, este ocupa un segundo lugar en los detalles del sujeto.

Debido a la rapidez de estas redes sociales no hay tiempo para la reflexión, la información es muchas veces sujeta a las unidades de sentido, comprimiéndose y acelerándose, es por consiguiente un espacio de vertedero de conceptos, que tiene acceso a un inmenso público virtual, dirigido al

comentario que es la parte donde concentra las miradas sujetas a opiniones. Facebook es sin duda un lugar en continuo crecimiento respecto al modo de comunicarse y uno de los más grandes si hablamos de los medios virtuales , en donde se unen culturas heterogéneas que colaboran, audiencias con un grado de participación, logrando cautivar y a la vez interactuando con ellos, estos a la vez en producción de contenidos a la vez que consumen medios audiovisuales y gráficos. Por encima de todo se sociabiliza y se logra una perfecta comunicación por medio de intereses compartidos, construyendo lazos, sin importar el lugar físico en el cual se posicionan realmente, solamente se debe mantener el tiempo real.

En tal sentido social podemos ver que Facebook genera que los individuos la solidaridad como una experiencia de colaboración, en una dimensión participativa, es así que se forman comunidades de ayuda de todo tipo, colectivas por medio de un interés común, logrando la interacción de los usuarios, que se encuentran en etapa de producir y consumir contenidos al mismo tiempo.

El grado de inmediatez de la información y la sencilla forma de reproducir esta, por medio de la red posee una forma documentada, así mismo mediante archivos puede guardarse por lo tanto una de sus características es la perdurabilidad, todo cuanto se es expuesto públicamente puede ser guardado mediante archivos, fotos, videos, hasta una simple conversación, siendo un medio efectivo y sencillo para recuperar información con la libertad de guardar aquello necesario.

También acompañamos por medio del lenguaje el cual nos permite sugerir, dirigir, llevando hasta el engaño, creando la interacción de un dialogo,

intercambio y una conversación, todo esto convierte en emisores, receptores, no dependientes de los medios clásicos, se puede enviar información en forma inmediata y masiva a todo el planeta si se desea. ([https:// definiciones de facebook/2013](https://definicionesdefacebook/2013)).

Como sostiene Manuel Castell (1999) una “auto comunicación de masas”, va en una dirección con intencionalidad de muchos a muchos, “las redes de comunicación son las pautas creadas por el flujo de mensajes entre distintos comunicadores en el tiempo y en el espacio” (Castells, 1999, p.88).

El Facebook se presta también para construir ficciones con un toque de realidad, el usuario disfruta de lo real y lo virtual, en el uso de las redes digitales el tiempo se acorta y conlleva a realizar una serie de actividades. El perfil tecnológico en las redes sociales ha desplazado la calidez y calidad de la comunicación humana directa.

En ese sentido Kirkpatrick (2010) dice que el facebook representa un enlace masivo, es decir que permite la comunicación global, es por ello que mediante el uso de esta herramienta de la comunicación digital se puede difundir ideologías pensamientos, comentarios y demás formas del expresar humano.

Existen mecanismos que controlan los perfiles en internet, pero lógicamente no garantizan que estos puedan ser falsos, también representa una vulnerabilidad en cuanto a la privacidad del usuario, en este sitio abundan los hackers, utilizan sus conocimientos para invadir información privada y restringida, de mostrando de esta manera su inteligencia sea por un hecho meramente de atención o por lucro personal.

Facebook, posee un record en cuanto a perfiles falsos se trata, porque existe libertad en cuanto a revelar los datos personales en estos perfiles, fotos, comentarios, videos, pensamientos y más. El usuario se desprende de su derecho personal y otorga la concesión de su privacidad. Esta red tiene la libertad de adjudicarse la información de los usuarios, aunque se diga que existe seguridad en los datos públicos con carácter de privados. La información está vigilada y sometida a innumerables filtros permanentemente, entrando todos a un banco de datos, formando parte de una red de información.

Somos testigos como en los últimos años se han transmitido en tiempo real diversas revueltas, golpes de estado, tomas de poder y abusos de autoridad, todo esto transmitido desde Facebook, algo incontrolable y sin edición profesional, un desbordante flujo informativo, un sistema de comunicación sin restricciones, simplemente que el poder de las comunicaciones pasa a las manos del pueblo que solamente necesita un teléfono celular.

Podemos deducir claramente que las redes sociales son de gran relevancia en la estructura mundial, es el momento de la democratización informativa, la red está siempre a la vanguardia y las campañas electorales no son ajenas a ellas, creando las empresas de marketing, publicidad y de manejo político estratégico para sumar votos, estas herramientas de la comunicación digital hace tiempo que dominan la mente del usuario convirtiéndolo fácilmente en preferencias y requerimientos. Está al alcance de todos, su difusión es prácticamente gratuita y con un enlace o presionando

una tecla se puede convertir en una noticia global (Kirkpatrick, 2010, pp. 54-55).

1.2.1.1.1 Contenido del Mensaje

Según la teoría de Rehgold (2007) manifiesta que el contenido del mensaje, es el recado virtual que un individuo envía a otro, este contenido lleva características propias, símbolos, señales que son objeto de comunicación. El mensaje por lo tanto es el contenido de la comunicación.

Sin lugar a dudas vamos a hablar de algo de suma importancia y trascendencia en toda comunicación, conjuntamente con el emisor y el receptor, porque sin este, no existiría comunicación, en cualquier forma de entablar una relación de comunicativa vamos a percibir que existe un canal y por ende una estructura del lenguaje con reglas y signos, según sea el lenguaje, de oralidad o escrito, este debe por fuerza tener la trascendencia, esto es referirnos al contexto del mismo (p.35).

Este mensaje puede ser de varias formas con una intencionalidad de comunicar, así lo cree por conveniente Castells (1999) que todos estos mensajes pueden presentarse de varias maneras y combinaciones según las necesidades de cada individuo.

Sin lugar a dudas que referirnos al contenido del mensaje es algo sumamente variable, que un nuevo sistema de comunicación ha llegado, que representa un lenguaje propio, que es digital y a su vez se volvió universal. El contenido de este mensaje está integrado y codificado, podría decirse que la

suma de todas estas partes crea las identidades y temperamentos de los individuos (p.28).

1.2.1.1.2 Interacción

Según Katz (2005) nos detalla que la interacción suele fomentar una calidad mayor de la comunicación y una secuencia más explícita de las contribuciones, con esto entendemos que la interacción mediada puede llegar a ser “hiperpersonal”.

En el mundo moderno hablar de interacción es concebir en forma inmediata la asociación con los teléfonos celulares y el uso de las herramientas de comunicación digital, es la manera en que los seres humanos interactúan unos con otros, sea por entretenimiento o diversión, cada vez existe más avances tecnológicos y las características de interacción se modifican.

En estos momentos la interacción asocia rápidamente a todos los dispositivos con tecnologías que permiten que estos se vuelvan más eficientes. Este contexto nos brinda la oportunidad de una nueva vida que antes ni siquiera podía ser imaginada (p.217).

En estos tiempos no es posible interactuar con alguien en forma presencial con las demás personas, casi no existen los contactos cara a cara entre los jóvenes, en este sentido Reyes (2007) señala que “la comunicación del ser humano es un modelo específico de relación en que las personas participan De alguna de sus expresiones propias de su ser, [...] en forma y sentido para sus comunicantes” (p.65).

Con la finalidad de integrar nuevos elementos sociales, de interacción que se hace a través de las redes sociales, es más fácil mantener este tipo novedoso de relaciones, se interactúa de igual manera, aunque se suprime el contacto, también existen las muestras de agrado o desagrado e inclusive aceptación, cariño y hasta “amor” por medio de los emoticones.

Interacción también es la acción que se impone en forma recíproca entre las personas u objetos, es necesaria la participación de ambas partes

La persona humana es un ser que continuamente se encuentra en interacción con el entorno, es por ello que el comportamiento de los individuos no puede ser investigada en forma individual sino debe ser analizado en influencia con el medio, para ello debemos tener en cuenta el lugar de nacimiento de los individuos, las características del entorno familiar en la que han crecido, que equivale a decir todas las características de desarrollo de vida (reyes, 1997, p.65).

La interacción manifiesta que entre dos sujetos, alguien realiza una acción y otra persona recibe esta acción, causando un efecto en el medio y en el individuo. Ongallo (2007) enriquece la definición diciendo que: “la comunicación humana supone diálogo, que tiene una implicancia en cada uno de los interlocutores, mediante el cual existe una aceptación del individuo como individuo diferente y autónomo” (p.13).

El autor en mención nos quiere decir cual es la variante que podemos tener en cuenta para entender la característica personal del ser humano y la manera de sentir. La forma de interactuar con los demás sujetos nos enseña las habilidades sociales necesarias para tener y entablar lazos sólidos que nos llevan a relaciones duraderas.

1.2.1.1.3 Conectividad

Existen diferentes formas de conectividad, más por la naturaleza del trabajo estamos utilizando la terminología conectividad en el propio campo de las herramientas de comunicación digital.

El tráfico en las redes no son parte de un grupo social, sino que estas van apareciendo en un determinado contexto, por ello se puede decir que tienen su existencia en la lógica. Al respecto, De Ugarte (2011) nos deja ver que los movimientos aparecen crecen y son autores regulables, no podemos hacer nada, quiere decir que tienen la capacidad de agruparse en forma espontánea, por ende no hay planificación, porque no sabemos el que hasta que el quien haya actuado (p.64).

La conectividad es la capacidad de lograr conexiones comunicativas, un vínculo. Este concepto suele aludirse a la disponibilidad que tiene un dispositivo o un usuario de conectarse a una red, el proceso de comunicación ha ido más allá del uso de una plataforma, como radio, televisión o simplemente las personas multiplicando sus canales de comunicación por medio del internet y sus características. Digamos que las acciones que se dan en ese entorno, desde crear información, ocio, relaciones humanas, todas ellas se realizan en un nuevo entorno de comunicación. En el mundo moderno la conectividad de una computadora está dada por su capacidad para conectarse a una red como internet a través del wifi.

Al respecto, Ruiz (2006, p.36) nos refiere que debemos distinguir entre el concepto de conectividad y de conexión, mientras que la conectividad se mantiene a lo largo de la vida de un dispositivo hasta que se actualizan o

mejoran sus partes, las conexiones comienzan y terminan dentro de un mismo contexto.

Por otro lado, Reingold (1994) deja ver que la realidad del internet tiene una exclusividad virtual, por tanto crea un espacio mágico que nos transporta a otra realidad, que resulta incomprensible en muchas ocasiones para la mayoría de usuarios, abarcando desde moléculas a mentes (p.23).

1.2.1.2 Twitter

Inicialmente Jack Dorsey (2006) crea la idea de una red social llamada Twitter inspirada en el hecho de que los códigos de mensajes americanos no superaban los cinco caracteres; en octubre del mismo año, la aplicación es lanzada al mercado y recibe su nuevo nombre: Twitter. Posteriormente, en el año 2007, se establece un límite máximo de 140 caracteres por mensaje y poco tiempo después Twitter se constituye como una empresa independiente. Para el año 2010 Twitter recibió ganancias de más de 5.17 millones de dólares.

Según la empresa creadora, “Twitter es una red de información en tiempo real que te conecta con las últimas historias, ideas, opiniones y noticias sobre lo que encuentras interesante. Simplemente localiza las cuentas que te resulten más atractivas y sigue sus conversaciones.” (Twitter, 2012). La red se basa en el envío y recepción de pequeños mensajes instantáneos llamados tweets. Twitter está diseñado de forma tal que los tweets de todos los usuarios son públicos y accesibles para cualquier usuario de la red. De esta manera, los tweets son compartidos de forma masiva a nivel mundial. Los usuarios de Twitter pueden seguir a otros usuarios que consideren

interesantes y así mismo pueden ser seguidos por otros usuarios. Actualmente, las personas pueden acceder a la información que ofrecen algunos usuarios de Twitter, sin necesidad de crear una cuenta en esa red social. Esta forma de ingreso a los contenidos de Twitter es una opción que la empresa le ofrece a quienes no desean abrir una cuenta oficial en esa red virtual.

Según Orihuela (2012) Twitter se ha convertido en el boom de la Web 2.0. Este autor también afirma que Twitter es una aplicación del microblogging. Esta aplicación beneficia a los usuarios que deseen comunicar textos breves desde cualquier lugar en el que se encuentren. Orihuela menciona la rapidez con que se juzga una aplicación, y refiriéndose específicamente a Twitter comenta que se tiende a pensar que es una forma de perder el tiempo leyendo y publicando mensajes irrelevantes; sin embargo, muchas herramientas, incluyendo Twitter, han demostrado su gran potencial y funcionalidad para la comunicación social.

Según el autor, Twitter ha empezado a desarrollar una cultura y un nuevo lenguaje, que valdría la pena explorar; además, afirma que se debe aprovechar en otras áreas como la educación, el periodismo y el marketing. Es una de las formas más rápidas y efectivas para alertar acerca de un incendio, de un desastre natural.

En el Twitter, se pueden identificar los siguientes elementos: ¿What's happening?: es el espacio en el que los usuarios pueden publicar mensajes instantáneos, de menos de 140 caracteres. • Followers: Son los contactos que cada usuario que se pueden enviar entre usuarios. • Favoritos (FAV): Son los tweets que cada usuario marca como favoritos. • Hashtag: Es etiquetar los

tweets que tratan sobre temas específicos, anteponiendo la tecla numeral (#). Algunos recursos notables relacionados con Twitter disponibles en Internet son: • Twit Rank: Ranking de los 150 principales usuarios en función de la cantidad de seguidores (followers), de la cantidad de usuarios seguidos (following) y de la cantidad de entradas publicadas (updates). Twitter a lo largo de diversos períodos temporales. Según Dans, (2012) Twitter es una herramienta diseñada para unir, no para aislar.

El autor realiza un análisis de por qué las personas deciden, de un momento a otro, involucrarse con esta red social. Afirma que Twitter, como tal, es simple, es naturalmente contagioso y su diseño permite una sana competencia en lo que se refiere a tener más amigos o mensajes publicados. Toda la dinámica de Twitter se basa principalmente en involucrar a los usuarios en lo que pareciera ser un juego, en el cual es necesario publicar nuevos mensajes para no quedarse atrás y poder aprovechar al máximo la sensación de proximidad y pertenencia a los diferentes grupos. 35 El fenómeno de interrupción hace referencia al número de veces que tiene alrededor del Mundo.

Tipificada como red social de “micro blogging”, nombrado de esta manera porque da acceso a 280 caracteres por envío de contenido, llamados tweets. El envío de estos mensajes puede ser realizado por el sitio web de twitter. Por SMS desde cualquier celular, pueden ser contenidos de mensajerías instantánea o desde aplicativos diversos de otros usuarios, entre ellas tenemos Facebook, tuenti, turpial, uber social, Sony Erickson entre otras.

Todas estas actualizaciones son visibles en el perfil de cada uno de los usuarios, también llegan a otros usuarios de manera inmediata, a todos aquellos que se interesan en recibirlas, para esto existe una función opcional, A estos usuarios también se les puede cancelar el acceso de esta, equivale a decir que solo podrán verlo el círculo de amigos designado, también puede decidirse si se quiere un acceso global de todos los usuarios. Denominada opción por omisión.

Desde la página de twitter estos usuarios pueden recibir las actualizaciones, esto se da por medio de mensajería instantánea, SMS, correos electrónicos.

y desde entonces a la fecha twitter se ha convertido en una de las aplicaciones más relevantes para los usuarios.

Twitter, estuvo en uso durante un tiempo haciéndose de los servicios publicitarios con el nombre de adsense de google, el fin era conseguir más usuarios por eso descartan los ingresos provenientes de la publicidad.

En abril del año 2010 twitter da inicio a un nuevo sistema dedicado al rubro publicitario llamándolo como un servicio anexado a los usuarios, promoción de tweets Simplemente son tuits con el patrocinio de alguna empresa que aparece como primer resultado cuando se realiza la búsqueda de mensajes.

En el mes de marzo del año 2,015, twitter introduce periscope, aplicativo que permite ver video en tiempo real, al siguiente año ya contaba con más de 200 millones de usuarios transmitiendo en vivo.

En julio del 2,018, la compañía inicia la depuración de cuentas falsas, el objetivo de esto fue devolver la seguridad y credibilidad de la plataforma, buscar mejor conversación entre usuarios reales.

Twitter en Español

Twitter en Español aparece el 4 de noviembre del 2009 precisamente el 8 de octubre, el microblogging hace publica una aplicación con traducciones en español, francés, Italiano y alemán. Siendo la primera en traducirse la versión en Español.

Twitter presenta un interfaz que mantiene los contenidos en un servidor que funciona con programa de software. Se encuentra permanentemente abierta para cualquier tipo de desarrolladores, haciéndose muy ventajosa para todos aquellos usuarios que se integran a la red, tanto en su servicio como en otras aplicaciones.

Como cualquier red social, twitter gira en torno a los seguidores, esto sucede cuando usted elige seguir a otro usuario de twitter, estos tweets hacen su aparición en orden cronológico inverso, por ejemplo, si elegimos a una veintena de sujetos, podremos apreciar una unión de tweets avanzar hacia debajo de la página: un sin número de aplicaciones y eventos que se podrán ir leyendo constantemente.

El 30 de abril del año 2009 twitter cambios diseño, adicionando un indicador de búsqueda y una barra de temas del momento, siendo lenguaje común que se visualiza en la actualidad en los mensajes.” Por eso las actualizaciones públicas enviada a twitter desde cualquier parte del planeta se pueden registrar en forma inmediata son colgadas para búsquedas reales e inmediatas”, Twitter se convierte en una importante fuerza para encontrar en forma inmediata lo ocurrido. (Carvajal, S. , 2012). recuperado [http:// repository.ean.edu.co/bitstream carvajalschirley2013.pdf](http://repository.ean.edu.co/bitstream/carvajalschirley2013.pdf)

1.2.1.2.1 Pensamiento Estratégico

El pensamiento estratégico se encuentra muy bien definido en el artículo escrito por Mendoza y López (2015) en donde definen el pensamiento como aquel que se plantea un fin, analiza claramente los medios con los que cuenta para llegar a la meta establecida, de esta manera dispone todo de tal forma que faciliten en la realización de sus objetivos, aprovechando de la mejor manera posible los recursos y obteniendo el máximo de beneficios. Para ello se necesita tener intuición, lógica, observación, metas específicas trazadas, la motivación necesaria para lograr aquello impuesto por cada individuo.

El pensamiento estratégico es un pensamiento que debe ser flexible, porque es capaz de volver a organizar los medios cuando se pierde la línea del objetivo y por ende se readapta a los cambios del momento.

El reto del pensamiento estratégico es dar ayuda personas u organizaciones en descubrir desafíos futuros, aquellos que se pueden prever en la línea de tiempo y también aquellos que son imprevisibles. El pensamiento estratégico es una de competencia inclinada a los nuevos retos

Según los autores del presente trabajo de investigación hacen referencia a Cendros (2001) quien refiere que este pensamiento es el conjunto estudiado de teorías, paradigmas y postulados que son relacionados entre sí para temas de estudio. Así mismo señala el autor que dentro del pensamiento estratégico existe enfoques definidos como por ejemplo el que se hace frente a las situaciones, como abordar los objetivos se hacen planificaciones y luego se actúa. Así mismo consideran a Fred (2006) que plantea la estrategia planificada para llegar al plan final ,no desmereciendo el trabajo de Ocaña

(2006), el pensamiento estratégico es sinérgico, porque adopta un papel activo que acomoda el afuera al adentro, es analítico, flexible, creativo y racional porque establece criterios de valoración para la toma de decisiones, porque se hace menos costoso, se da una máxima rentabilidad o puede mejorar la imagen, es un sistema de percepción de la realidad que abre nuevas posibilidades competitivas. Recuperado de: dialnet pensamiento estratégico. pdf

1.2.1.2.2 Creatividad

Según el Diccionario de la Real Academia de la lengua Española (1992) define por primera vez el concepto de creatividad como: “facultad de crear, capacidad de creación, es universal. (p.593).

Hablar de creatividad es referirnos a una elevada potencialidad propia de la especie humana, así lo refiere Esquivias (2004) en donde sostiene que los procesos cognitivos son integrados sin mucha complicación e inclusive los pensamientos superiores se unen con la finalidad de lograr algún fin, en el campo abstracto como idea o pensamiento. Reafirma que la creatividad es propia del humano por tanto se encuentra vinculada a su naturaleza, teniendo su existencia en la historia de la especie, desde siempre, sin embargo, es un tema con poco estudio, recién en el nuevo siglo aparecen teóricos que intentan profundizar sobre el tema, desarrollando trabajos y lógicamente aportan un bagaje enriquecedor. Recuperado: <http://www.revista.unam>.

La virtualidad descrita por Piscitelli (2010) define la existencia de una forma de ser que definitivamente logra favorecer los procesos creativos,

brindando oportunidades, en tal sentido las plataformas digitales ayudan en este sentido,

Aunque de contexto superficial pero inmediato (p.68).

Consideramos otras definiciones según el blog creador (2015) en donde los autores definen el concepto de creatividad moderno como por ejemplo Acuña (2010) en donde nos dice que la creatividad es una cualidad atribuida al comportamiento siempre y cuando este o su producto presenten rasgos de originalidad. Reafirma Bianchi (2012) tal concepto argumentando que la creatividad es un proceso que compromete la totalidad del comportamiento psicológico de un sujeto y su correlación con el mundo para concluir en un cierto producto que puede ser considerado nuevo, valioso y adecuado a un contexto de realidad, ficción o identidad. Recuperado www.fundacioncreativacio.org.blog

1.2.1.2.3 Tendencia

Para definir el termino tendencia tenemos que referirnos a Salgado (2020), consultora experta en tendencias, quien afirma que se trata de un proceso de cambio, en el cual aparecen nuevas necesidades, existiendo deseos, variaciones de conductas y comportamientos inclinándose a nuevos servicios y productos. Esto se basa a lo largo de la historia en donde el hombre como ser social y perteneciente a una sociedad elige determinadas características con las cuales será reconocido dentro de su esfera social.

Las tendencias forman parte esencial de la sociedad y de la cultura, en el continuo avance histórico dejan huella por sus diferentes productos, ropa, tecnología, utensilios entre otros, estos crean precedentes de épocas

marcadas siguiendo ciertas tendencias naturales. La tendencia no es otra cosa que el deseo natural de seguir a individuos distintos sin ponerse de acuerdo previamente, es un evento cíclico, quiere decir que la tendencia nunca desaparece. La tendencia no necesariamente es comercial, abarca un sinnúmero de campos hasta los servicios que designan una forma de vida. Existe una cantidad enorme de tendencias desde las de muy corto plazo que tienen una vigencia muy breve de horas incluso minutos, hasta tendencias que duran hasta por periodos de cincuenta años o más marcando etapas de vida.

Recuperado de: [www. Circulo de tendencias.com](http://www.Circulo de tendencias.com)

Capriotti (2019), en una disertación denominada “tendencias actuales en comunicación y relaciones públicas “, explico el significado de tendencia en las plataformas digitales y su condicionamiento en la manera de comunicarse corporativamente. El especialista en ciencias de la comunicación hizo una presentación y valoración de las tendencias actuales y del futuro en el campo de las comunicaciones y también en el desarrollo de las relaciones publicas que hoy están inmersas en todas las disciplinas , el profesional trabajo sobre cómo afecta el funcionamiento de todo el ecosistema digital, la relación entre las organizaciones y los públicos, y además la relevancia de la medición y evaluación de actividades de comunicación para poder conocer su impacto

Dijo claramente que existe un cambio de paradigma, aquello que antes era una comunicación vertical ahora es horizontal y el control ya no es de las organizaciones, sino el individuo anónimo se ha empoderado y determina los sucesos. La tendencia está en manos de gente anónima o personas que construyen su imagen mediante algún acto mediático. El uso de las

plataformas ha hecho que las tendencias alcancen el grado de viralidad en cortos periodos de tiempo. Hoy en día el uso de plataformas ha conllevado a crear expectativas en cuanto al uso de medición y evaluación como parte del conocimiento de estas tendencias.

Podemos entender el verdadero significado de tendencia cuando una idea, un movimiento luego de ser pensado y procesado se encamina hacia un final específico con una intencionalidad, que por lo general crea algún tipo de impacto en las personas durante algún tiempo, en estos tiempos tendencia se puede sostener que se trata en base a la moda, también en cuestiones de contenidos virales por medio de las redes sociales que logran impacto social.

Tendencia también encaja como sinónimo de todo acto que crea una significación por medio de un contenido de moda, en el sentido de tratarse de un acto regulador que frente a lo social va a ser contenido en diversas maneras en los individuos. Una tendencia, un estilo, un hábito o costumbre deja una huella, una marca por un periodo de tiempo y en un lugar. Por ejemplo, la moda era una tendencia muy diferente en los años 60 y 70 a la era actual, en esa época la tendencia eran los atuendos coloridos, cadenas, pulseras enormes y los pantalones conocidos como “pata de elefante”, por la enormidad de sus terminaciones.

Debemos tener claramente que toda tendencia deja fuera siempre a un grupo de personas, este fenómeno es algo natural y lógico, porque resulta concebir que todos los seres humanos compartan una misma predilección en lo que respecta a un gusto o preferencia, puede ser por motivos estéticos o de gustos o simplemente por meras razones económicas debido a que carecen de los medios adquisitivos para entrar en la moda.

Sin temor a dudas podemos decir que las tendencias actuales sitúan a los teléfonos celulares y las redes sociales, si analizamos estas podemos darnos claramente que los enunciados son comprobables, estas redes sociales han crecido exponencialmente precisamente por convertirse en tendencia del momento. Lo personajes mediáticos o influencers son aquellos destinados a encaminar gustos o preferencias y a delimitar que es una tendencia y que deja de serlo o simplemente no va. Recuperado [www.universidad](http://www.universidad.com.ar) .com.ar

1.2.1.3 Instagram

Se trata de otra de las herramientas digitales, una aplicación muy novedosa y de mucha aceptación tal como lo dice Liberos (2013), el funcionamiento es muy sencillo se hace una foto y se aplica uno de los muchos filtros con que cuenta la aplicación, luego se sube el contenido a la aplicación, esta plataforma tiene todas las características de una red social y permite compartir la foto con todos los contactos agregados previamente. (Libero, 2013, p.437).

En el profundo trabajo de investigación acerca de instagram como herramienta de comunicación publicitaria y plataforma social Madrigal (2015), Nos refiere que hablar de instagram, es encuadrarnos en una red social que presenta características propias al igual que otras redes, a la vez comparten muchas similitudes que son necesarias para mantener la cantidad de usuarios que la integran en forma satisfecha con sus aplicativos. Una de las preferencias que convierten a esta red en usada por un determinado público es la creación de una edición y aparición de fotografías de forma cuadrada haciendo remembranzas a las fotos de las cámaras polaroid que eran

cuadradas sin el uso de los bordes blancos, la posición de las mismas puede ser horizontales o verticales.

También se puede aplicar filtros con diversos colores, darle un matiz diferente al contenido fotográfico, cuenta con un sitio de contenidos de privacidad en donde se puede conversar con tranquilidad este es el instagram directa el resto de coincidencias las encontramos al igual en las diversas aplicaciones.

Los creadores de esta plataforma son Kevin Systrom y Mike Kneger, instagram fue lanzada en octubre del 2,010, esta aplicación gano rápidamente popularidad, llegando a tener más de 100 millones de usuarios activos en abril del año 2,012 y más de trescientos millones de usuarios en diciembre del año 2,014,.Instagram fue diseñada principalmente en sus inicios para iPhone y a su vez está disponible para Ipad A principios de abril del año 2,012 se hizo pública una versión para Android y en el año 2,013 se lanzara la versión beta para Windows 10 en el 2,016.

Con la aparición de la versión 4.0 la aplicación se puede captar videos de duración de más de un minuto y las imágenes presentan mejor calidad gracias a que se estabilizan, instagram en la actualidad cuenta novecientos millones de usuarios activos, y trescientos millones de seguidores.

En octubre del 2,010, el novedoso contenido fue introducido en la tienda virtual de aplicaciones, se le asignó el nombre de instagram en Enero, es allí cuando aumenta su versión con la creatividad del famoso “hashtags”, que sirve para la identificación de manera sencilla de las fotografías de otros internautas colgaban en la red. Aquí se podía compartir a la vez introducir mensajes de contenido que resultaban mucho mejor que un me gusta icónico.

En Abril del 2012 fue estrenada la versión pública, esta fue para Android y consiguió en un día acercarse al millón y en un plazo de tan solo 3 meses este aplicativo se revisó más de un millón por cibernautas que entraban a Google, rápidamente obtuvo la aceptación de los usuarios, en diciembre del 2012 realizó instalaciones en términos de privacidad, en este aplicativo se puede etiquetar. Bajar formatos directos. Aplicaciones de música, manos libres entre otros. (Madrigal, C.2015.p.18-35).

Esta aplicación novedosa crece de forma vertiginosa, así lo deja ver algunos alcances de la aplicación Instagram publicados por Chrome (2020), señalando que en el año 2018, apareció Instagram Televisión, con características de transmisión en vivo. Es así que una determinada marca muestra su producto etiquetado y con un respectivo precio, con estas directivas el usuario puede entrar a la línea de la tienda a fin de dar por terminada la compra.

Instagram posee una característica muy novedosa y es la de los filtros, estos son los que emanan de Polaroid, hacen remembranza y a la vez nos dan la idea que fueron tomadas por la misma máquina del pasado. Hay una variedad de filtros, de intensidades, texturas. Matices, iluminaciones y más, todo cuanto podamos imaginar para dar rienda suelta a nuestra creatividad en el marco fotográfico y los matices de las mismas fotos digitales.

El crecimiento de esta aplicación ha sido de forma exponencial tal es así que en el año 2011 Instagram ganó como mejor aplicación de fabricación local, así mismo fue reconocida por Apple Inc., como la aplicación del año. En el año 2015 Instagram fue número uno en el ranking de las cien aplicaciones más solicitadas, dicho evento fue organizado por Mashable, quienes dijeron

que instagram era una de los aplicativos de más influyentes del mundo. En junio del 2,017, MTV miaw reconoció a instagram como adicción del año 2,017.

Constantemente están renovándose las redes sociales, este año 2,019 instagram tiene un nuevo algoritmo, este es un conjunto de reglas que se van renovando con las actualizaciones de esta aplicación, no existe la solución perfecta para vencer el algoritmo, pero si algunos trucos para esquivar la bajada de visibilidad, pero con todas estas nuevas aplicaciones al final el usuario terminara pagando por anunciarse y que sus fotos no caigan en el olvido.

Esta nueva forma de lenguaje tiene autores que están de acuerdo porque el nuevo lenguaje digital requiere de brevedad por la misma estructura de las diversas plataformas, así como inmediatez y rapidez En estas salas de chat principalmente reciben adolescentes y jóvenes en donde participan activamente del sistema tecnológico, es poquísima la interacción personal que sufren al interior de la misma y en algunos casos es nula, se vuelven activos mediante las plataformas y los espacios de entretenimientos como los juegos en línea o en red como son denominados, en donde pueden permanecer por espacios prolongados inclusive noches enteras, creando un problema de comportamiento y adicción.

Recuperado de: <https://concepto definición. De /instagram/Chrome, 69, 57,1054utf>

1.2.1.3.1 Calidad de Relaciones

Refiriéndose a la calidad de relaciones: Gonzales (2019) tomando la frase de Drucker en la que hace referencia a la importancia de la comunicación, que esta radica en escuchar lo que se dice, en el caso de las herramientas de comunicación digital, es difícil verificar este punto, porque no estamos observando a nuestro interlocutor. Claramente nos dice que en una conversación existen muchos momentos, gestos, hasta una cantidad increíble de muecas que no tienen ningún sonido, pero si dicen mucho, sin embargo, para las nuevas tecnologías de la información, todos estos detalles se pierden.

Estas nuevas formas de comunicarse están cambiando el mundo, la sencillez de las conversaciones del pasado fueron modificadas, también aparecen particularidades en estas nuevas formas de comunicarse, equivale a decir que no podemos interpretar como es nuestro interlocutor, debido a que no está presencialmente delante de nosotros, todo esto va a representar algunas complicaciones por la ausencia presencial. Sin embargo, Gonzales no cree que sea un punto negativo, considera la existencia solo de algunas interferencias, por ello no afirma que la forma virtual de comunicarse sea menos

Ventajosa que la forma tradicional, solo es distinta y sirve para propósitos diferentes, en la actualidad existen video llamadas que mejoran la calidad de relaciones, aunque nunca es igual que la tradicional, porque no se puede tener

Contacto físico con el interlocutor. Nos dice que esta nueva tecnología debe ser usada para comunicarnos con aquellas personas que se encuentran

lejanas, pero también hay que dejarlas de lado para comunicarnos con los que están en nuestro entorno

. Recuperado de [https:// la mente es maravillosa.com](https://la-mente-es-maravillosa.com) ppgnutf

Esta calidad de relaciones se da tanto en lo personal como a nivel de grupos humanos, en tal sentido refiere Costa (2001) que: “las empresas ya no se manifiestan solamente a partir de lo que hacen, sino también de cómo lo hacen expresando así lo que son y finalmente a través de cómo comunican todo ello (Costa, 2001, p. 79). En el sentido de la calidad de las relaciones Pérez (2012), especifica que perdiéndose muchas cosas en las relaciones modernas, existe una independencia del mensaje, en vuelta en una calidad inédita con sentimientos y autonomía. Una buena calidad de relaciones es sin duda la relación de empatía y afinidades en donde en forma voluntaria las personas se despojan de todo estereotipo y de todo interés ajeno al verdadero propósito generador de la relación. Recuperado de:

http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_1/nr_10/a_106/106.

ht

1.2.1.3.2 Empatía

Según lo define el Diccionario de la Real Academia Española (2019) la empatía es la capacidad que tenemos de ponernos en el lugar de alguien y percibir los sentimientos ajenos como propios. A grandes rasgos podríamos decir que gracias a esta aptitud sentimos el deseo de ayudar a otros individuos cuando presentan problemas a lo largo de la vida, no todos tenemos desarrollada esa capacidad en un grado igual, pero es inherente al ser humano. Recuperado de: <https://designificado.com/empatia/>

Según Kaplun (1998) pone de manifiesto que la acción propia de la comunicación “se deriva de la raíz latina communis” que significa poner en común algo con otro, en este intercambio de emociones, de información, de emitir no es otra cosa que crear un sistema de empatía (p.60). Definitivamente la comunicación es inherente al ser humano, porque se necesitan entender emociones, de este modo lo afirma Castillo (2004) que: “comunicar es relacionarse y el ser humano no puede vivir sin relacionarse “, sin la presencia del otro no hay comunicación y lógicamente este sistema de comunicarse lleva implícito el sello de la empatía los grados diferentes (p.57).

Podríamos entender según RAE. (2019) La persona asertiva defiende sus propias convicciones en cambio el individuo empático entiende las convicciones de las demás personas.

Recuperado de: <https://designificado.com/empatia/>

1.2.1.3.3 Valores

Según la Real Academia de la Lengua (2019) la definición otorgada a valor Grado de utilidad o aptitud de las cosas, para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite. Recuperado de: <https://www.rae.es>

Los valores en el ser humano es un estadio exclusivo de la especie humano, así lo determina Seijo (2009) en su trabajo acerca de las principales teorías axiológicas, es el individuo quien asigna el valor a las cosas, este no puede ser diferente al sistema valorativo y su existencia, solo podemos darnos cuenta en las distintas reacciones que los individuos produzcan. En definitiva, las cosas no son valiosas por si mismas; es el sujeto quien asigna un grado de valor con su valoración.

Esto no termina allí enfatiza, sino que también va a depender de la aceptación del grupo social, de manera que algo se define como malo, bueno acorde a la valoración que otorgue en una sociedad la mayoría de sus ciudadanos (pp.147, 148).

En conclusión, los valores van a tener valor por sí mismos, sin importar cualquier realidad física o psíquica, así lo entiende Méndez (2001) al referirse a los seres humanos que los captan a través de experiencias sensibles, reafirmando que los valores son cualidades independientes de las cosas y actos humanos (p.6).

Sabiendo que los valores son un estadio humano que “no se trata de nuestras reacciones personales subjetivas, sino de ideas propias y no de particularidades de cada uno, sino de aquellas que rigen el pensamiento de todos los hombres, solo así sabremos que es valioso o no” (Marín, 1976, p.15).

1.2.2 Comportamiento

El diccionario psicológico Plethora (2014) define el comportamiento como la acción y reacción de los organismos al encontrarse frente a un determinado estímulo. Esta disciplina psicológica estudia únicamente aquellas respuestas que son observables, teniendo en cierta manera el control conductual. Recuperado de: consulta-psicologica.com/206-comportamiento.html

Es el modo de ser del individuo y las muchas acciones llevadas a cabo para que este pueda adaptarse al entorno. “el comportamiento es la respuesta a la

Motivación en la que se involucran componentes psicológicos, fisiológicos y de motricidad” (Roche, R.2002 p.123).

El comportamiento humano es de suma complejidad en tal sentido Atoche, I. (2009) refiere claramente la existencia de factores, que explica de la siguiente manera:

A. factores del comportamiento

a. factores genéticos o hereditarios: estos básicamente son los instintos que tienen todos los seres al nacer, (innato).

B. factores de situación por el entorno: refiere al comportamiento frente a una determinada circunstancia, (esto es algo aprendido).

c. factor personal: es producto de lo innato y lo aprendido ejerciendo influencia

Sobre el propio comportamiento.

Así como el comportamiento tiene factores también presenta características

Propias entre las que destacan:

a. comportamiento motivado: es aquel que nos empuja y nos sentimos guiados

por preferencias, estímulos e intereses a realizar acciones propias.

b. complejo: la integridad de los fenómenos psíquicos indefectiblemente va de la mano con los biológicos.

c. singular: porque podemos ver el carácter de cada uno en la manera en que

exista la identificación con la personalidad y el temperamento.

d. estable: en la permanencia de los fenómenos psíquicos refleja la conducta.

En términos generales la manera de actuar de los individuos enmarca el concepto de comportamiento, lógicamente podemos deducir que el comportamiento escolar es la forma de actuar de los alumnos en las aulas. Es la conducta de estos escolares que siendo visible puede ser observable y medible, teniendo en cuenta que cada estudiante es dueño de un número de Tendencias emotivas, heredadas o adquiridas y cuando existe una armonía podemos concluir que existe una adaptación al entorno, aunque se debe estar preparado con conocimiento de causa que también existen conductas negativas (. pp.22, 23,24).

“El estudiante en su manera de comportarse solo es una representación de sus emociones, sentimientos, e ideas que se ponen de manifestación a través de características de observación como es la conducta” (Roche, R, 2002p.175).

Castillo (2009) en su trabajo de investigación describe que el comportamiento escolar se encuentra sujeto a variantes externas como internas que provienen del núcleo familiar, eminentemente al trato que le dan los padres en el hogar. El miedo, por ejemplo es un factor determinante en la conducta del sujeto, crea inseguridad, desconfianza, también existe la capacidad para ocultar los sentimientos, debería dejarse fluir este tipo de conducta en el hogar, brinda seguridad, autoestima, el ser humano en etapa de crecimiento necesita esta valoración familiar, sentirse aceptado, que se le diga cuanto representa, un abrazo es propicio en muchas circunstancias no hay que negarlo pensando en que no es necesario

El egoísmo y los celos siempre estarán presentes a lo largo de nuestra existencia, pero estas características irán variando en intensidad a medida que el horizonte se amplía en la medida que nuestro círculo social crece.

Argumenta del mismo modo que existen factores determinantes en el comportamiento de los estudiantes, las carencias en alimentación, salud, afecto, recreación, amor son sin lugar a dudas las características más importantes la carencia de alguno de estos ocasionaran problemas de aprendizaje, conducta y adaptación al entorno. No se debe dejar de lado la relación padres e hijos que es fundamental en la cimentación del Comportamiento, así como también la forma de enseñar, de reforzar el aprendizaje influye en el desenvolvimiento conductual, por eso los castigos deben ser acorde al conflicto ocasionado, lo más sensato es no recurrir al castigo físico, ni psicológico, hay maneras de hacerle entender lo errado de su comportamiento. Aquello correcto sería una “autodisciplina”, esto proceso debería ser enseñado, guiado y luego aprendido, basándose en el principio que existen deberes y derechos, que mientras solo se impartidos en teoría, no existirán resultados favorables.

En los últimos tiempos el comportamiento de los estudiantes se ha empobrecido, no hay resultados favorables, las medidas correctivas no están funcionando, por lo tanto, no existen resultados positivos.

Los estilos del comportamiento del estudiante y los efectos en el desarrollo social, influyen en la personalidad, existen padres que son autoritarios y estos determinan un tipo de comportamiento, los pares democráticos aquellos que conversan no imponen ni manipulan, lógicamente que obtienen mejores logros en el desarrollo del estudiante, en ese sentido las teorías y modelos de

la persuasión, también reciben el nombre de teorías del comportamiento. (Castillo, pp.22, 30).

El comportamiento humano afirma Cobo (1998) que de acuerdo a la psicología son un conjunto de actividades que se expresan en forma física por El sujeto humano en el que se incluyen procesos elaborados mentalmente, expresiones orales, sentimientos y formas de pensamiento que este individuo va a mostrar cuando pueda hallarse en un momento social en particular.

Según su apreciación cada ser humano tiene diversas respuestas hacia las cosas o individuos del mundo y las actitudes son solamente formas de reacción de conducta, comportamiento, o algún estímulo que ha producido un ser vivo o por alguna otra cosa (p.116).

Definiciones acerca del comportamiento existen muchas al igual que teorías

Todas ellas involucran organismos, estímulos y respuestas. Al igual que ocurre con la mayoría de los organismos son susceptibles de modificación, existiendo dos fuentes, la primera como aquella que se antepone al comportamiento, llamada también conducta involuntaria, La segunda fuente es aquella que tiene que ver propiamente con la conducta, ella no es condicionada por estímulos o antecedentes, sino que resultan de ser la consecuencia, simplemente una conducta voluntaria, el resultado de algo pensado por el organismo vivo (p.190).

El comportamiento en lo que respecta a las nuevas herramientas digitales es esencialmente igual a los conceptos estudiados, un individuo con cierta vulnerabilidad en su personalidad, debilidad en su estructura familiar, pobre en relaciones sociales, es fácil y proclive que entre en cualquier adicción, en

este caso obtiene recompensas inmediatas, posee el objeto de adicción a mano, siente la presión del grupo ,a pesar de todo se siente sometido a circunstancias de stress, un gran número de estudiantes sufren de; ansiedad trastornos de sueño, depresión e incluso suelen llegar hasta el síndrome de abstinencia con el exceso de uso de las plataformas digitales conllevándolos al fracaso académico, todo esto se da de forma gradual, el sujeto piensa manejar la situación ,pero su debilidad de carácter frente a la adicción lo traiciona.(Katz, Rice.2005p.213).

1.2.2.1 La Afiliación

Según la definición de RAE (2019), entendemos por afiliación la acción de afiliar o afiliarse. También puede ser efecto de afiliar o afiliarse. Recuperado de <https://dle.rae.es/afiliacion>

Pérez, Merino (2015) define la Afiliación como el acto de afiliar También se entiende como sumar a un determinado individuo hacia algo y que este gozara de ciertas prerrogativas o comodidades, existiendo diferentes tipos de afiliación, como por ejemplo a un club, a un partido político, afiliación judicial a la paternidad de un menor, afiliación al seguro social entre otras.

En lo que respecta el sentido de afiliación con relación al comportamiento, es el sentido de estar inmerso dentro de una escala social y esta condición nos da ciertos derechos y a la vez

La afiliación es un acto definible como propio de los seres humanos, aunque en la escala animal existe la agrupación por instinto de conservación en las diferentes especies, en nuestro caso esta afiliación es pensada, porque

se basa en una serie de patrones que van con nuestras características a fin de insertarnos en un determinado medio. Recuperado de: <https://definición.De/afiliación/>

Según Cobo (2003) hace referencia que cada uno de nosotros, tiene actitudes hacia objetos o individuos que existen en la sociedad de forma real, por ello la necesidad de afiliación es aquella que va a originar actitudes, que son las que van a dar paso permisible a que exista una relación social con otros. Las personas que son identificadas con este tipo de patrón son aquellas que tienen preferencias por obtener reconocimientos en base a sus actitudes que van orientadas hacia los demás sin tener interés alguno, es una actitud totalmente desinteresada (p.119).

1.2.2.1.1 Afecto

La definición de “afecto” según Grippo (2012) es considerar el estado de emotividad, el hecho penoso o el sentir agradable, dudoso o certero, suponiendo algo emotivo. El autor nos dice que: Freud (1915) definía el afecto así” los afectos y los sentimientos corresponden a procesos de descargas cuyas manifestaciones finales son percibidas como sensaciones.

Retomando la definición de Grippo es la inclinación de alguien hacia algo, o podría ser también hacia algo, en especial son términos subjetivos que se podrían entender como sentimientos de amor o cariño. El afecto es imprescindible en las relaciones humanas, aunque en términos de uso se emplea más el afecto que el amor para referirnos a los objetos, por ejemplo, podemos tener afecto por fotografías antiguas es más lógico que expresar un sentimiento de amor por objetos, el amor está más relacionado con los seres

vivos, especialmente entre humanos. /Recuperado de:
psiconautas.com/afecto-222.html

Barrul, P. Gonzales P. y Marteles P. (2000) nos dicen que el afecto es una necesidad del ser humano, que es difícil brindar un razonamiento que pueda ser entendible, los seres humanos pueden darse cuenta de la importancia del afecto en nuestro día a día, mas no podemos entender lo que es en sí ni el porqué de su importancia.

Hasta el momento no puede explicarse su verdadera naturaleza del afecto y en consecuencia llegar a comprender la razón de su necesidad. Para explicar que el afecto es una necesidad básica parten de un planteamiento hipotético en donde crean una interrogante que es dejar un recién nacido en una isla, con alimento y agua inclusive con una persona que suministrara alimentación, lógicamente que morirían es lo que sostienen, porque crecería y no sabría distinguir por si solo con que alimentarse podría comer algún alimento venenoso, caerse y sufrir fracturas, enfermedades, heridas que lo lleven a la muerte. Es allí donde aparece la familia, pero inclusive esta puede ser una familia toxica y más bien ocasionaría daños irreversibles que podrían causarle la muerte por una depresión o ansiedad, tal vez se podría considerar más personas, pero al final nos orienta a darse cuenta que el niño necesita afecto, allí viene lo complicado, porque el afecto, el amor, el cariño son conceptos son cosas subjetivas, no materiales.

Los autores del presente trabajo de investigación Barrul et.al. (2000) consideran que este es el error de la psicología tradicional, volviendo al caso del niño, sostienen que inclusive el niño puede crecer con alimentación y una familia, pero es indispensable el afecto, porque a pesar de ser subjetivo a

simple criterio ,es difícil entender como prodigar cuidados que deriven en beneficio del niño si no existe la parte efectiva, no podríamos cuidar,curar,alimentar si no tenemos esa parte por lo tanto es imposible pensar en seprado,entonces representa una necesidad primaria del ser humano.

Enmarcan que el afecto es la base de la vida social, porque el ser humano es sociable por naturaleza y es esa característica la que hace que pueda sobrevivir en cualquier circunstancia por difícil que esta fuere, la vida en grupo es el resultado de un instinto de supervivencia primario, la especie humana es realiza es en base a la suma de experiencias anteriores, tal vez alguien descubra algo, pero en realidad el mérito no es solo suyo es la suma de todos los esfuerzos anteriores, simplemente el autor del descubrimiento enfoco el problema y lo resolvió pero tomando en cuenta experiencias anteriores, no partió desde cero.

Ahora resulta más fácil comprender como la carencia de afecto causa enfermedad y muerte, porque inevitablemente necesitamos del concurso de nuestra especie para seguir avanzando y no terminar extinguiéndonos como especie, nos apoyamos unos en otra generación tras generación. Recuperado de: <https://www.biopsychology.org/biopsicologiaarticulos/.afecto-necesidad-primaria.htm>

1.2.2.1.2 Pertenencia

Para los autores Pérez, Gardey (2011) definen el sentido de pertenencia como la relación existente de una o varias cosas, con quien tiene derecho a ellas. En términos comprobable se habla de aquello que es propiedad de una

persona, esto es cuando se refiere al proceso individual por el contrario si lo definimos a nivel social, la pertenencia es la circunstancia de formar parte de un grupo, una comunidad o cualquier otro tipo de conjunto, Sería la satisfacción personal de integrarse a un determinado grupo, el individuo de este modo se siente identificado con el resto de integrantes con el cual existe una conexión plena. El sentido de pertenencia es un acto consciente ya que sufre una verdadera identificación viéndose reflejado en la forma de integrarse al grupo con similitud de valores y costumbres.

Con estas características comunes los individuos difunden su grupo o inclusión a la sociedad de manera pública ,un ejemplo claro seria si ubicamos un determinado sujeto relacionado a un país, el lugar de su nacimiento adicionado a la manera de crianza y la educación impartida va a generar un sentido de pertenencia llevando a sentir identificación con personas nacidas y criadas en el mismo territorio, procesando mentalmente el deseo de desear un bienestar, aun así cualquier lazo puede deteriorarse por muchos factores, sin embargo el lazo deportivo es el más fuerte ,especialmente el fútbol.

El sentido de nación muchas veces desaparece por la continua migración, es un cambio de territorio en donde el individuo se reinventa y vuelve a sentir el mismo proceso de pertenencia, el sentido de pertenencia más estable, el más estrecho es que el uno mismo establece con los seres que están cerca de su entorno, aquellos que cada día nos acompañan con sus ideas, pensamientos, actitudes y más. Por ejemplo, un sentido de pertenencia existente entre los lobos es el más indisoluble que existe, agrupado en una sola idea que es de lograr el bien común y con ello asegurar su supervivencia.
Recuperado de: [htt://](http://)

Definición de sentido –de pertenencia

Brea (2014) El sentido de pertenencia sirve para identificar a la persona en un sentimiento con un determinado grupo o lugar establecido. Por consiguiente, existen lazos afectivos y por ende las personas generan actitudes positivas hacia el entorno en el cual se describe socialmente, de esta manera va a retribuir en la sociedad ese sentimiento, también existe una relación directa entre este sentimiento y actitudes del alumnado, estas actitudes representan desde una motivación, bienestar físico como psicológico, crecimiento académico y profesional.

La investigadora nos dice claramente que existe el sentido de pertenencia individual, qué es aquello que los individuos construyen por sí mismos y que se van anexando por similitudes y el sentido de pertenencia e identidad social, en el cual la autora de la investigación hace referencia a los siguientes autores:

Tajfel (1978) quien define la identidad social como " aquellos aspectos de la imagen del yo de un ser que deriva del conocimiento (...) existiendo un significado valorativo y emocional asociado a esta pertenencia" (p.443).

Brea (2014) especifica que: al llevarse a cabo esta valoración conlleva a que los individuos se identifiquen con un grupo y tengan en su mente una óptica de sus semejantes quedando claro que el sentido de pertenencia es un sentimiento de identificación con la persona, con el grupo y con el lugar donde se interactúa. El sentido de pertenencia facilita la identificación y establece los vínculos de lealtad entre los individuos, los integrantes de estos grupos comparten antecedentes comunes y unos valores que los va a representar a

todos, en donde juegan un papel importante tanto la autoestima como los sentimientos de orgullo que puedan experimentar. (p.22).

1.2.2.2 Seguridad

Pérez ,Gardey(2008) en su artículo acerca de la seguridad aseguran que existen muchos usos refiriéndose que las características de seguro es donde no existen los peligros, ni daños ni algún tipo de riesgo, por lo tanto podemos considerar la seguridad como una certeza así mismo esta definición engloba muchas actividades, como por ejemplo la seguridad alimentaria, la seguridad jurídica, seguridad ciudadana y la relativa a las nuevas herramientas de comunicación digital como es la seguridad informática, este en calidad de concepto moderno y de gran relevancia, la seguridad en este campo se da por el acoso constante de los hacker y cracker. Recuperado de: concepto de seguridad (<https://definicion.de/seguriad>)

Mientras que para los autores Katz, Rice (2005) refiriéndose a las nuevas tecnologías especialmente a las redes sociales mencionan que:” tal atmosfera podría estar determinada por artimañas, lascivia y falsa identidad” (Katz, Rice.2005, p.215).

La seguridad en las redes sociales siempre va a representar un peligro, como lo manifiesta el autor en su novela el “acoso textual”, quien escribe “tú y yo somos un invento que hemos fabricado yo y tu “(Vallejo, 1999, p.41).

Así mismo Rehingold (2007), toma decisiones sensatas en qué hacer con las tecnologías, frente a las potenciales amenazas de seguridad en las redes sociales y propiamente el internet. Amenazas para la libertad, en donde existe una vigilancia ubicua de las personas, amenazas para la calidad de

vida, para los usuarios, la angustia que se vive a través de lo que nos escriben, de igual manera la amenaza para la calidad de vida, confiamos nuestras vidas a la tecnología por ende dejamos cada día de ser menos humanos. (Rehingold, 2007, p.2).

El mismo autor alega que es un peligro latente al estar expuestos al mundo, sin saber quién está detrás de un computador, ni que intenciones tiene verdaderamente, muchas veces se amparan en perfiles falsos. Las plataformas de las múltiples redes sociales presentan filtros y medidas de seguridad, pero no son suficientes, a veces los mismos usuarios por no saber el manejo de estas dejan su privacidad expuesta otras veces son vulneradas por elementos sin escrúpulos, poniendo en peligro tanto su privacidad como su integridad física. (Rehingold, 2007, p.2).

Según una discusión referida en Wikipedia (2018) hace referencia a Wolfer (1962) quien definió el concepto de seguridad como: "seguridad en el sentido objetivo mide la ausencia de amenazas a los valores adquiridos, en el sentido subjetivo, la ausencia de miedo a que dichos valores puedan destruirse".

Por consiguiente, podemos deducir que estar seguro, sería encontrarnos libres de miedos y a la vez libres de necesidades, la seguridad es tratar que el riesgo se reduzca a un mínimo vital, cualquier actividad está sujeta a un determinado riesgo, este nunca puede ser eliminado. Existen muchos tipos de seguridad, cada una de ellas va a depender estrictamente de la ubicación y el momento entre ellas tenemos: seguridad social, personal, nacional, biomédica e informática entre otras.

1.2.2.2.1 Estabilidad

Según Pérez y Merino (2010) definen estabilidad como una cualidad que mantiene el equilibrio, evitando de esta manera cambios, haciendo una permanencia en el mismo estado por un periodo largo de tiempo. Ahora podemos considerar la definición de estabilidad desde diferentes acepciones, como por ejemplo la estabilidad política que es aquella se otorga en un determinado sistema, la estabilidad económica referida a los criterios básicos para poder solventar una vida digna, refiriéndose a la estabilidad emocional que es nuestro criterio de estudio este es uno de los rasgos de la personalidad, la estabilidad emocional hace referencia a la habilidad de la persona para mantenerse estable y en equilibrio.

La estabilidad es un factor muy importante, es la tendencia de algunas personas a ser más vulnerables a problemas de depresión y ansiedad cuando se encuentran con situaciones difíciles que generan stress, ha existido una relación con mayor o menor satisfacción en las diversas áreas de la vida, así como la capacidad de manejar la propia vida.

La gran cantidad de personas suelen ponerse en un nivel intermedio que va desde estabilidad alta y otras en grados muy bajos, llamados neuróticos o inestables emocionalmente.

El grado de estabilidad emocional de una persona puede mantenerse constante a lo largo del tiempo, existen etapas de mayor o menor estabilidad, en función de las experiencias vividas y al stress en que la persona se encuentre sometida. Recuperado de: <https://definición/estabilidad/>

La estabilidad emocional en el sentido de cualidad puede ser manejado en estos momentos de las plataformas digitales, de tal forma que dan un

equilibrio y estabilidad en nuestras vidas, así lo entiende Bauman (2003): “se puede intentar establecer relaciones de bolsillo, que se pueden sacar en caso de necesidad, también pueden volver a sepultarse en las profundidades del bolsillo cuando ya no son necesarias” (p.10).

Refiriéndose a la estabilidad emocional que se encuentran en las TIC, en donde aparecen y desaparecen, que ayudan a desahogar y comprender la soledad, otorgando un grado de estabilidad momentánea. Al respecto, Bauman (2003), nos dice que “en las redes chateamos y tenemos compinche con quien chatear” (p.54).

1.2.2.2 Eficiencia

Las definiciones son variadas según el contexto con el que se relacione el sentido de eficiencia, por ejemplo, según la definición de RAE (2018) la “eficacia es la capacidad de disponer de alguien o algo para conseguir el cumplimiento adecuado de una función, con el mínimo de recursos y el menor tiempo posible”. Al respecto, Ortega (1988) señala que “todo análisis de eficiencia debe hacerse de forma diferenciada en cada servicio público” (p.13).

Al referirse a la eficacia, Pérez y Gardey (2008), definen a la destreza de tener algo o alguien a fin de lograr un resultado, teniendo en cuenta la acción. La eficiencia, es por consiguiente la utilización de los medios necesarios de manera racional para poder llegar a una meta, teniendo en cuenta la capacidad de alcanzar un objetivo fijado previamente en el menor tiempo y con el mínimo recurso. Recuperado de: <https://definicion.de/eficiencia/>

Las estructuras sociales están compuestas por grupos de personas en tal sentido Ponce (2012) señala que estos grupos comparten intereses comunes en donde muestran preferencias de consumo, de información esto se da por medio de la comunicación en tiempo real, esta comunicación puede ser en otro momento, comunicación diferida pero también mantiene la misma eficiencia no solo es competir sino exponer abiertamente nuestros gustos y tendencias, con lo cual expresamos una identidad real (p.6)

1.2.2.3 Responsabilidad

La responsabilidad para Casado (2017) interpretado de Max Weber, como aquella actitud de una persona, que, en sus acciones, considera el conjunto de las previsible consecuencias y teniendo en cuenta el valor de la realidad llega a cumplir el fin encomendado o la tarea impuesta (p.243).

La investigadora nos delimita la responsabilidad en cierta manera como un grado de organización, según comenta la idea de Casado (2017) en la que refiere que la responsabilidad es una conducta direccionada a fines específicos; coincide con Seidman (2013) refiriéndose que “se publican menos en redes sociales y en plataformas sociales” (p.73).

Definir Responsabilidad es un concepto muy amplio. Al respecto, Segura (2013) nos resume que se trata de asumir consecuencias de todos los actos realizados consciente e intencionados, considerado uno de los valores del ser humano, teniendo un inicio en la libertad del ser humano para obrar entre lo bueno y lo malo.

El libre albedrío juega un papel de suma importancia, porque resalta la necesidad de asumir sus consecuencias. La responsabilidad es un valor que

se encuentra en la conciencia de las personas mediante la cual reflexiona, administra, orienta y valora las consecuencias de sus actos.

Un ser responsable toma decisiones conscientemente y acepta las consecuencias de sus actos dispuesto a rendir cuentas de ellas, en ser responsable que asume consecuencias de sus decisiones.

La responsabilidad desde el punto de vista de Sartre, famoso filósofo existencialista, opina que las decisiones del ser humano deben ser responsables de todo aquello que hace y dice, aunque no lo piense sus decisiones comprometen a la sociedad y a sus integrantes, por ende. La responsabilidad significa la capacidad de responder, dar cuenta de sus actos, ser responsables es un indicio de madurez en el ser humano-

1.2.2.3.1 Logros

Ucha (2010) hace referencia al logro como la representación de obtener aquello que se ha venido intentando con cierta anterioridad invirtiendo tiempo y esfuerzo, tanto físicos como psíquicos para llegar a un determinado fin hasta volverlo real.

Por lo tanto, no es un resultado al azahar, aquí no se trata de la suerte, el final es la meta ansiada que se proponen los individuos en forma individual o grupal, es muy importante la tenacidad, la perseverancia y la paciencia para poder llegar al objetivo. El logro se manifiesta cuando las necesidades básicas están cubiertas se produce un cambio de conducta hacia la superación.

Al final el logro es un estado de superación. Al respecto, Cobo (1988) describe el comportamiento humano como un productor de actitudes que

buscan superar cualquier obstáculo que impide alcanzar una meta preestablecida por el individuo y que generalmente es difícil de lograr (p.119). Asimismo, con lo concerniente al logro, Ruble (1984) determina que el logro premia la fuerza del deseo que va a llevar a los seres humanos a iniciar actividades que serán orientadas a alcanzar las metas deseadas (p.14).

1.2.2.3.2 Aprendizaje

La red Mexicana aliata universidades (2018) en su trabajo de investigación acerca del aprendizaje como formación de gran alcance, nombran a renombrados investigadores como Piaget (1972) que hacen su descripción acerca del aprendizaje tildándolo de un proceso mediante el cual los seres humanos por medio de la experiencia, interactúan con seres de su entorno, en donde el manipular todo tipo de objetos genera y a la vez construye conocimientos, cambiando de esta manera la parte cognitiva del mundo que lo rodea, todo esto viene a representar un proceso en el cual el sujeto asimila incorporando nueva información para aplicarlas después y también acomoda estos cambios esenciales en donde va a incorporar nueva información para tornarla en aprendizaje. Por otro lado, Brumer (1960) resume que aprendizaje significaba el proceso activo donde los estudiantes construyen o descubren ideas nuevas, conceptos y todo esto teniendo como antecedentes el conocimiento adquirido en el pasado y el presente o en una estructura del conocimiento (cognitiva), que puede representar un esquema mental nuevo, en donde se transforma la información y se van a construir hipótesis para tomar decisiones luego ordenar los datos para avanzar en ellos. Los propios estudiantes deben descubrir estas ideas nuevas y

conceptos existiendo un dialogo constante con verdadero compromiso con el maestro con la finalidad que el conocimiento sea aprendido rápidamente.

Echevarría (2002) sostiene que “adaptar la escuela, la universidad y la formación al espacio electrónico exige diseños y nuevos escenarios, instrumentos y métodos para los procesos educativos de aprendizaje” (p. 202), los cuales afectan en diferente medida a los profesores y alumnos y en general a todos los que intervienen en el proceso educativo.

Existe una interacción entre las herramientas de comunicación digital y el aprendizaje, así lo entiende Levy (2004) cuando sostiene que las “tic” están permitiendo que se fortalezca la llamada “inteligencia colectiva” que orienta al accionar para el intercambio de conocimientos y toma de decisiones. Es una manera clara de aprendizaje en la red 2.0 con la enorme cantidad de contenidos existentes, el propósito domina la distancia entre los usuarios y aquello que es publicado como información (p.58).

Riviera y Núñez (2008) manifiestan que “la actividad de construir conocimientos, se produce en los ámbitos escolares, consiste muy frecuentemente en la interacción entre mentes que presentan grados de desigualdad”. (p. 11).

Todas las culturas humanas contienen una enseñanza implícita, de transmitir esa memoria cultural a los miembros más jóvenes de la cultura, lo que no sucede, al menos de modo claro e indiscutible, en ninguna otra especie ni sistema cognitivo conocido. En otras especies, los miembros más jóvenes imitan a los más expertos. (Pozo, 2008, p. 62). Sin embargo, existen pruebas inequívocas de enseñanza, es decir, que los adultos desarrollan

acciones sin el interés de adquirir un beneficio inmediato, por el contrario, solo les interesa modificar las representaciones de otros miembros de su especie.

1.3 Cronología e historia de las herramientas de la comunicación digital (redes sociales)

Ortiz (2019) nos refiere que las redes sociales en la década del 2,000 eran casi desconocidas, era el espacio predilecto de estudiantes universitarios, artistas y algunos grupos de rock de Los Ángeles; en pocos años logró convertirse en un fenómeno mundial creciendo de manera exponencial.

En el año de 1,985 se da inicio a la primera comunidad “on line” la cual se le llamó “the well” este ofrecía programas de mensajería exclusivamente; no tenía perfil público, mucho menos una lista de usuarios o amigos. Debemos atribuirle el inicio formal de una red de usuarios con características sociales.

Andrew Winreich (1997) fundó en New York la primera red de sociedad llamada “six degrees.com”, el nombre provenía de la fundamentación teórica de los 6 grados de separación. Como red social fue la primera en tener el uso de perfiles, red de amigos, navegación e interacción de contactos.

En el año 2,000 sufrió un descalabro producto de problemas económicos, recordemos que internet no era universal, además que el sistema operativo era demasiado lento, todo ello contribuyó al cierre definitivo.

En el año 2,002 aparece en California el servicio de los internautas, esta red social fue bautizada como “friendster”, su característica exclusiva era encontrar parejas, elaborando perfiles que tenían aficiones y características comunes, google ofreció 30 millones de dólares para poder adquirirla. Esta red social era usada y compartida por tres tipos de personas principalmente

los usuarios de los blogs homosexuales y fans de los eventos artísticos, en sus inicios logro un éxito rotundo, este duro por espacio de un quinquenio aproximadamente, una serie de factores adversos como problemas tecnológicos, violación a la privacidad, así como usuarios que se rebelaban en contra del sitio desencadenó su venta a la empresa Malaya por más de 100 millones de dinero americano, en la actualidad tiene una cantidad enorme y creciente de 71 millones de usuarios principalmente en el sud este asiático.

My space tiene un nacimiento en el año 2,003, el éxito obtenido por friendster, es así que los empleados de la firma Universo, una empresa de internet de Los Ángeles que logra la creación de una plataforma que fue la iniciativa de Cris de Wolfe y Tom Anderson con características esenciales de la anterior red social friendster; esta logró tener gran acogida en el gusto de los usuarios. Es así que my space se posiciona preferentemente entre los usuarios, porque no existía restricción de edades, la creación de perfiles grupales; los menores de 18 años accedieron con tremenda aceptación a este nicho de comunicación social.

A partir del 2,008 my space comenzó su declive, vendiendo la mayoría de sus oficinas instalas en España, desplazándose a mercados mucho más rentables como Australia, Inglaterra y Estados Unidos.

Durante esos años los países latinos tendrían una red social nueva ganando gran número de usuarios, es así que H 15 fundada por Ramu Yakamanchi en el año 2,003 tiene la cantidad astronómica de 70 millones de usuarios registrados, una de sus cláusulas era que debía tener el usuario más de 13 años y podía agregar más de 2 tipos de perfiles, uno con datos personalizados y otro relacionado a gustos.

En los inicios del año 2,004 asoma una nueva red social, que posteriormente pasaría a la delantera convirtiéndose en una de las principales plataformas digitales masivas. Mark Zuckerberg funda Facebook en, Massachusetts (Cambridge) en sus inicios dirigida a los estudiantes de Harvard como intercambio de información personal.

Actualmente, Facebook se sitúa como la que más goza de popularidad en el mundo, en sus inicios era una red social exclusiva de estudiantes de universidades de prestigio, en el año 2,003 Zuckerberg crea “facemash” que era un lugar para subir fotos de los usuarios, después haría el primer intento con “the Facebook”, el inicio del actual Facebook, plagia ideas de una universidad que tenía una red experimental rival llamada “connet u”, en donde era programador, fue denunciado por copiar ideas y aplicaciones. Facebook se convirtió en un fenómeno global a partir del año 2,008 superando a my space contando hasta el año 2,012 aproximadamente 800 millones de seguidores en todo el planeta.

Facebook definitivamente modifico la forma de comunicación tradicional, también ha contribuido con la economía del mundo, generando más de doscientos cincuenta mil vacantes de trabajo solo en Europa. En el año 2,012 sale al mercado de valores alcanzando una ganancia por encima de los 100 mil millones de dólares, superando a cualquier otra empresa americana.

El surgimiento del twitter en el 2,006 como un sistema de mensajería asimétrico, esta red social fue creada por Jack Dorsey en California de concepto minimalista donde “menos significa más” , su relación al texto es solo de 140 caracteres , todos ellos leídos por los seguidores, fue en el año

2,007 cuando logro su gran encumbramiento gracias a un festival “soth by soutwest” que se celebra cada año en Texas, direccionando al universo de la música y las películas en la actualidad la cantidad de mensajes supera los 200 millones de tweets por día.

La ventaja del twitter es la asimetría, esto quiere decir que un usuario sigue las actualizaciones de otro usuario sin necesidad de ser aceptados como contactos, es por eso la preferencia de esta red social es usada por personas con cierto poder, políticos, artistas, personajes del deporte. En la actualidad twitter supera los 600 millones de usuarios.

En España aparece Tuenti en el año 2,006 dirigida a usuarios juveniles, consolidándose como una red social local con un 99 por ciento de usuarios españoles, iniciándose con la aceptación de jóvenes por invitación convirtiéndose en una red con carácter de exclusividad, parecidas a las actuales redes sociales, se pueden incrementar a personas, subir, fotos, videos crear perfiles, creación de eventos y aplicativos usados en celulares.

Posteriormente aparecen nuevas redes como QZone, en China permitiendo a los ciber nautas a escribir blogs, enviar fotos, escuchar música, escribir diarios y mirar videos.

Tumblr, plataforma de micro blogueo que da acceso a los internautas publicar textos, imágenes, videos, enlaces, citas y audio a manera de tumblelog, David Karp fue el fundador de esta red de comunicación social, haciendo su aparición en Manhattan.

Se denomina Snapchat, a la aplicación de mensajería para móviles inteligentes con características en su soporte multimedia de imágenes y videos llenos de filtros reales. Su mejor característica es la mensajería

efímera donde los mensajes e imágenes pueden ser vistos solo duran un lapso determinado de tiempo, elegido por los usuarios. Tenemos también a Flickr, sildeshare, netlog, tagged, blogger, hootsuite y muchos más.

A partir del año 2,012 hasta la fecha las plataformas digitales han crecido de forma exponencial, estas compiten entre ellas por dar mejor servicio al usuario, aparecen cada día cientos de aplicaciones; el usuario ha logrado cambiar su manera de comunicarse, de interactuar unos con otros, facilitando la comunicación y el aprendizaje, rompiendo la forma tradicional.

Las redes sociales en el Perú

El internet hace su aparición en el año 1994, podemos hablar de herramientas de comunicación digital, una nueva realidad y un uso muy diferente al de la comunicación tradicional.

Su nacimiento fue un experimento comunal que se inició como un modelo de acceso comunitario a internet permitiendo el uso a cualquier conciudadano que necesitara de dichos servicios, y al mismo tiempo capacitando a los usuarios en el servicio del internet.

Uno de los principales objetivos era la contribución con el país, era un plan estratégico y demasiado ambicioso, se presentaron problemas como era carecer de infraestructura, falta de conocimiento de la población respecto al uso del internet y las herramientas de comunicación digital y por último la necesidad de que esos contenidos sufrieran una relevancia.

En sus inicios el internet cumplió solo un papel de buscador de correos electrónicos y almacén digital de datos, es recién en el año 95 que la red

científica, logra una conexión con los satélites de los Estados Unidos, específicamente con uno de los tantos, obteniendo de esta manera que los sitios de internet estuvieron al alcance de un clic de cualquier usuario, los conocimientos llegaban de manera abrumadora como nunca antes se vio.

Definitivamente la red social Facebook lanzada en el año 2004 fue la que revolucionó al mundo, cambió la manera de comunicarse entre la gente. Actualmente hay plataformas, aplicaciones de las más variadas capaces de satisfacer los gustos de los usuarios más exigentes. Tuenti hace la aparición como una plataforma digital social para los jóvenes y adolescentes, así pueden realizar una comunicación interactiva, intercambiar contenidos y fotografías. Así mismo, aparece linkedin, es una red para profesionales, para subir sus hojas de vida y datos que proporcionen información para empresas interesadas en los perfiles laborales de los cibernautas, es considerada la red más grande del mundo.

La aparición de google como red social apoyada en el internet, con un aproximado de 500 millones de internautas intentó competir con otras redes sociales digitales, mas no pudo realizar su cometido, aunque aún mantienen preferencias de su público.

Mencionar YouTube es hablar de google, ya que es parte de esta red, allí se puede subir películas y verlas, todo esto origina a la creación de comunidades de usuarios con gustos afines. En donde aparece la viralidad, del contenido.

Snapchat es un aplicativo instantáneo de mensajería, en donde se puede añadir contactos, enviar mensajes, fotos, videos, en donde emisor como receptor las pueden ver sincronizadamente, el receptor solo visualiza entre 1

y 10 segundos luego se borra, este es un aplicativo creado para teléfonos celulares inteligentes. Al momento de su aparición causó furor entre los usuarios, pero luego fue descendiendo frente al uso de otras con mejores características, aunque tuvo una interfaz sencilla fácil de personalizar por cada uno de los usuarios.

Vineo es otra de las redes sociales de internet, que se encuentra basada en compartir y almacenar videos digitales, que a su vez son comentados por los diferentes usuarios en las páginas de cada uno de ellos.

Tumbir, plataforma digital de los microblogs, en donde se puede llegar a publicar, imágenes, textos, audios, enlaces, así mismo se puede seguir a otros usuarios, se registran los usuarios y pueden ver sus entradas en paralelo para conectarse entre ellos, es muy fácil de ser usada y se puede personalizar.

Una característica es que en estas funciones podemos ver fotografías, videos y contenido externo directo, eso lo convierte en uno de los preferidos de los usuarios. También se presentan varios tipos y características de las redes sociales. Recuperado de: <https://evaortizeshistoria-redes-sociales>

Burgueño (2011) dispone una manera de ordenamiento un tanto diferente, apoyándose en lo social y un individuo protagónico, organizó las redes sociales de la siguiente manera:

- a) El público y el objetivo; redes horizontales como son las plataformas digitales: instagram, twitter y Facebook y las redes verticales definidas en base a una temática, como relaciones profesionales, la música o el ocio.
- b) el sujeto principal de la relación; en este grupo destacan las redes sociales humanas, aquellas que incentivan a relacionarse entre personas como el caso

de tuenti, las redes sociales de contenido donde los perfiles se unen por medio de contenidos publicados como scribed o flickr, también las redes sociales muertas con el fin de unir marcas de automóviles o lugares.

Recuperado de: <https://www.pablofb.com>>clasificacion

Considero que la aparición de la comunicación digital lógicamente nos lleva al uso de una lengua digitalizada en donde el uso es mundial por la globalización, por eso todo cuanto derive de ella se va acondicionando a los diversos tipos de realidades socioculturales.

Estas herramientas de comunicación digital o herramientas tecnológicas aplican el lenguaje cotidiano, pero debemos recalcar que gracias a la aparición de un nuevo modelo de comunicación digital y al internet, nos creamos el siguiente cuestionamiento si esto ha contribuido al beneficio o por el contrario ha desmerecido el avance de la creación por utilizarse sin parámetro alguno.

Estos nuevos lenguajes de comunicación que son aprendidos y vienen siendo usados por adolescentes y jóvenes, ellos erradamente aseguran que es una manera rápida y fácil de comunicación entre ellos, Según los especialistas estas maneras de escribir lapidaron la ortografía. Hay algunos que se atreven a hablar de una de” revolución lingüística “otros advierten sobre la falta de calidad de la escritura. Esto también es un grave problema, porque traslada todas esas deformaciones a la vida estudiantil, la cual va siendo afectada debido a que los jóvenes llevan este nuevo lenguaje al hogar a los salones y entorno social.

Siempre es materia de conversación, las ideas de como expresamos en las nuevas plataformas o herramientas tecnológicas. En estos días de

avances tecnológicos resulta con suma facilidad expresar nuestras ideas y contenidos haciéndolos visibles para el resto de contactos del internet a través de las múltiples plataformas. Años atrás quien no tenía una locuacidad, carisma o inteligencia suficiente para ser un orador resultaba bastante difícil expresar sus ideas y puntos de vista, este tremendo escollo se venció con la aparición del internet y la comunicación 2.0 de interacción entre el emisor y el receptor.

Esta nueva forma de escribir es relativamente nueva es que la escritura de internet es una escritura bastante coloquial, es demasiado cercana a los límites existentes con la forma oral de expresar nuestras ideas, la creación de símbolos, de abreviaturas de cierta informalidad permite que las personas se sientan cómodas con este estilo, es prácticamente como entablar conversación con un vecino, rompiendo con los esquemas de comunicación del pasado. Podemos claramente discernir que el lenguaje de Facebook es el lenguaje más próximo al lenguaje oral que existe

La lingüística y la forma de comunicarse en las redes sitúan a la comunicación en un entorno diferente a los conocidos, porque el texto escrito con cercanía a la oralidad es un contenido de uso público, presenta características diferentes al lenguaje conocido, aparecen nuevas formas de expresión que son recibidas con benevolencia, asimiladas y usadas en forma inmediata, se podría hablar de la existencia de nuevos códigos.

La escritura insertada en el uso de la nueva tecnología no es diseñada para pensar, es una escritura inmediata la que la caracteriza, instantánea podríamos decir emotiva más que reflexiva. Muchas veces plagadas de errores de sintaxis, otros errores de contenido

En internet todas las personas digitalizan sus contenidos de forma casi instantánea, cambiando la estructura propia del lenguaje, el internet requiere de rapidez por su inmediatez de exposición por tanto existen creaciones rápidas de mensajes con abreviaturas, signos, emoticones y una serie de subterfugios del lenguaje para expresar nuestros pensamientos. El acceso es sin restricciones por eso cualquier individuo puede escribir y expresarse públicamente.

Esta nueva forma de comunicarse nos hace ver la aparición de novedosos registros de la lingüística, así como podemos comunicarnos de manera coloquial en un ambiente social o en un entorno familiar, lo mismo podría considerarse en los diversos espacios que alberga el internet a través de sus múltiples plataformas digitales.

Lo novedoso de este sistema es que el uso escrito del lenguaje en forma escrita anteriormente no se había usado de forma constante, cada día es más el tiempo que se emplea en la comunicación, tratándose de un lenguaje permanente.

Cuando expresamos nuestras conversaciones, en un entorno conocido nuestro lenguaje es informal, es comprensible por el grado de empatía que existe entre ambos usuarios y generalmente nadie corrige las fallas de ortografía. El problema si es mayor cuando este lenguaje se traslada a la gran masa de usuarios que no son nuestros contactos familiarizados con nuestro estilo, por eso debe existir cierta prudencia a la hora de exponer nuestros mensajes, una forma de expresarnos con nuestros contactos y mantener otro tipo de comunicación a la hora de ser visualizados por el resto de usuarios.

El lenguaje cibernético acuña nuevas terminologías wasapear, cuando se refiere a la utilización del WhatsApp aplicativo social, tuitear , que deriva del aplicativo twitter de preferencia juvenil y googlear, terminología que hace referencia al que busca información en la página digitalizada de google ,el idioma asumió pasivamente todas estas nuevas terminologías, cambiando la estructura de la lengua vida, basados en conceptos de necesidad inmediata y de viralizar los contenidos, importa más la rapidez que la estructura lingüística. Los expertos sostienen que el idioma es una lengua viva que se adapta a las nuevas tendencias y cobija a nuevos términos lingüísticos, sufriendo una transformación.

El lenguaje se va modificando y estos nuevos términos se incrementan, la ortografía no causó daño a la lengua, solo incrementó sus errores con el uso desmedido de abreviaciones, aparición de nuevas palabras inexistentes antes del internet, es cuestión de un acondicionamiento, porque la escritura formal se ha convertido en una oralidad constante a través de las pantallas del computador.

El lenguaje en las redes sociales se encuentra plagado de atajos como por ejemplo los emoticones que en forma inmediata expresan un estado de ánimo y es transmitido a la brevedad posible por el usuario, creando una necesidad anímica de aprobación o desaprobación ,incluso en algo más subjetivo como el amor, la sustitución de frases es otro mecanismo que emplean los usuarios para acortar la comunicación ,definitivamente se entiende lo mismo solo que de una manera diferente de plasmar el lenguaje, recordemos que es lo más cercano a la oralidad .

Los principales autores e investigadores en comunicación, así como profesionales del comportamiento humano refieren que existen problemas de comportamiento juvenil en las salas de chat que la crisis juvenil de aislamiento es producto del avance tecnológico y la creación de las herramientas de la comunicación digital como las llamadas plataformas

En la comunicación real y verdadera existe la calidez humana, las fases gestuales la interacción dinámica, en otras palabras podemos decir sonrisas de complicidad, acercamientos y hasta en más de una oportunidad un palmoteo, un estrechamiento de manos ,un abrazo de bienvenida o un beso de despedida es lo que caracteriza estas comunicaciones llamadas “tradicionales”, todas estas características humanas sensibles y observables se han modificado en la nueva forma de comunicarse se ha suplido todo ello ,por los conocidos emoticones que son representaciones icónicas que se asocian con estado de ánimos y sentimientos de los seres humanos, de tal manera que existe complicidad entre emisor y receptor al aceptar y decodificar estas imágenes aceptándolas como un sentimiento mutuo.

Se considera que esta nueva forma de lenguaje digital requiere de brevedad por la misma estructura de las diversas plataformas, así como inmediatez y rapidez o tal vez de dar una noticia urgente, también hay detractores de esta posición por considerar que la nueva forma de comunicarse es irrespetuosa de las estructuras del lenguaje cambiando reglas, atropellando la verdadera forma de comunicarse simplemente para ellos los “chatters” o “chateros”, estos asumen su defensa indicando que al economizar caracteres en los mensajes reducen costos, tienen rapidez y verdadera capacidad de síntesis que junto con la creatividad crean una

información eficaz, en donde no se pierde el contenido del mensaje y que de ninguna forma se asemeja a la taquigrafía

En estas salas de chat principalmente reciben adolescentes y jóvenes en donde participan activamente del sistema tecnológico, y es poca la interacción personal que sufren al interior de la misma y en algunos casos es nula. Se vuelven activos mediante las plataformas y los espacios de entretenimientos como los juegos en línea o en red como son denominados, en donde pueden permanecer por espacios prolongados inclusive noches enteras, creando un problema de comportamiento y adicción.

Esto cambia los patrones de comportamiento de los usuarios volviéndose un verdadero problema social el uso desmedido del internet socavando los principios, los valores, creando cambios de conducta y comportamiento entre los usuarios debilitando así el núcleo familiar; teniendo como consecuencia una sociedad más débil y con sedentarismo en gran escala, deteriorando tanto la mente como la salud.

Por eso deben existir normas inmediatas, políticas de estado que hagan de la tecnología y los usuarios una convivencia inteligente y provechosa, con la finalidad de formar a las generaciones jóvenes y futuras generaciones en seres capaces de convivir provechosamente con estas tecnologías.

CAPITULO II HIPOTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principal y específica

2.1.1 Formulación de hipótesis principal

Existe una relación significativa entre las herramientas de comunicación digital y el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los hermanos Maristas del distrito de Huacho del año 2018.

2.1.2 Formulación de hipótesis específicas

Existe una relación significativa entre el Facebook como herramienta de comunicación digital y la afiliación del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2,018.

Existe una relación significativa entre el twitter como herramienta de comunicación digital y seguridad del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2,018.

Existe una relación significativa entre el instagram como herramienta de comunicación digital y la responsabilidad del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los HHMM del distrito de Huacho.

2.2 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL	Facebook	Contenido del mensaje Interacción Conectividad
	Twitter	Pensamiento estratégico Creatividad Tendencia
	Instagram	Calidad de las relaciones Empatía Valores
COMPORTAMIENTO	Afiliación	Afecto Pertenencia
	Seguridad	Estabilidad Eficiencia
	Responsabilidad	Logros Aprendizaje

Fuente: Cuadro de elaboración propia

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño de la investigación

La metodología se basó en un enfoque cuantitativo de diseño no experimental de corte transversal, de nivel descriptivo correlacional. Se requirió de deducción y de seguir una secuencia probatoria. Se utilizó la estadística y la contrastación con diversas teorías para validar la hipótesis y analizar la realidad de manera objetiva.

Se realizó la tabulación de los resultados que se obtuvieron de la encuesta para determinar si existe relación significativa entre las variables dependiente e independiente.

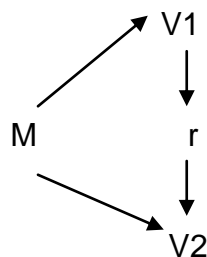
Se realizó la recolección de datos en un mismo periodo de tiempo lo que resultó en el corte transversal de la investigación, coincidiendo con lo que afirman Hernández, Fernández y Baptista (2010) “se usa la recolección de datos para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. (p. 46).

Las hipótesis fueron establecidas previamente, es decir antes de iniciar la recolección de los datos y también los planteamientos de esta investigación fueron específicos y delimitados desde el principio de su estudio. La recolección de todos los datos se fundamentaron en la medición y el análisis, así como en procedimientos estadísticos.

Siguiendo el enfoque cuantitativo se utilizó el diseño no experimental ya que se observó el fenómeno de la forma en la que se da en su contexto natural, sin alterarla ni modificarla y luego se realizó su análisis. A este proceso se le denomina “ex post facto” porque los hechos ya ocurrieron en la realidad. Este procedimiento se realiza bajo los preceptos de Hernández, Fernández y Baptista quienes afirman que para que se denomine el diseño no experimental se debe realizar “sin la manipulación deliberada de las variables” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 191).

Se requirió del método deductivo para llegar a la verdad general para la obtención de una certeza específica. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) este método consiste en partir de una premisa general, una conclusión, situación o aspecto particular. (p.192). Además, se siguió una secuencia probatoria empleando el método estadístico y la contrastación de las diversas teorías para poder validar la hipótesis y analizar la realidad de manera objetiva. Al respecto, Ruiz (2004) refiere que, “su objetivo es reunir una información cuantitativa concerniente a individuos, grupos, serie de hechos entre otros, deduciendo de ellos gracias al análisis de estos datos unos significados previos o unas previsiones para el futuro” (p.3)

Se desarrolló el siguiente esquema:



Donde:

V1: Herramientas de Comunicación Digital

V2: Comportamiento

r: Correlación entre las variables de estudio

M: Muestra

3.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación es Aplicativa: Para contrastar la información y la investigación se trabajó con teorías y conocimientos ya existentes. Según Vargas (2009) indica que: “una investigación aplicada tiene bases sólidas tanto de orden histórico como en el ordenamiento epistemológico, al responder a los planteamientos demandantes en entender la complejidad cambiante de la red social” (p.10).

3.3 Nivel de investigación

El nivel de investigación es Descriptivo, coincidiendo con Hernández, Fernandez y Baptista (2010) ya que tuvo el propósito de describir las características, propiedades y rasgos importantes de un determinado fenómeno y describir las características de un grupo determinado.

Asimismo, es una investigación correlacional, ya que se evaluó la relación que existe entre dos variables. Así lo afirman Hernández, Fernandez y Baptista (2010) “Los estudios correlacionales, al evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, miden cada una de ellas (presuntamente relacionadas) y, después, cuantifican y analizan la

vinculación. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba” (p.123).

3.4 Diseño muestral

a) Población:

La población está conformada por 1000 estudiantes del Colegio Particular San José de los HHMM del distrito de Huacho, por lo tanto es finita y está por debajo de las cien mil unidades. Además, dadas las similares características de los encuestados podemos sostener que tienen una representatividad de estudio.

b) Muestra

La unidad muestral en la presente investigación fue de 240 estudiantes de 15 a 17 años del Colegio Particular San José de los HHMM del distrito de Huacho.

Técnicas de muestreo

Se utilizó la denominada técnica no probabilística de muestreo por conveniencia, debido al sistema de acceso y proximidad para el investigado. Tal como lo define Canal (2009): “la muestra en esta situación utiliza selección no aleatoria en donde la persona a cargo de la investigación selecciona quienes participaran de dicho evento, tomando en cuenta la voluntad y disposición”. (p.126).

3.5 Técnicas de recolección de datos

- **Técnica del Fichaje**

Para la elaboración del marco conceptual y teórico se utilizó la técnica del fichaje para poder registrar información significativa y de interés. Este fichaje, recopilación y posterior clasificación de la información se realizó de manera digital para sistematizar la información teórica, conceptual, estadística y otro tipo de fuentes.

- **Encuesta**

Se utilizó la técnica de la encuesta para la recolección de los datos de campo. Se realizó una encuesta a los estudiantes de 15 a 17 años, conformada por (23) preguntas.

3.6 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Se utilizó la encuesta a fin de recopilar información cuantitativa que permita contrastar numéricamente la información trabajada. Esta encuesta arrojó resultados porcentuales que permitió evaluar objetivamente los indicadores de esta investigación.

- **Cuestionario:**

Para la elaboración del cuestionario de las encuestas se seleccionaron 23 preguntas de las 50 en total que se elaboraron. Se empleó una valoración ordinal de tipo Likert.

Se encuestó a un total de 240 estudiantes de 15 a 17 años del Colegio Particular San José de los HHMM del distrito de Huacho. Con dicho instrumento se buscó la correspondencia de si existe una relación significativa entre las herramientas de comunicación digital y el comportamiento de jóvenes de 15 a 17 años del Colegio Particular San José de los HHMM del distrito de Huacho

3.7 Validez y confiabilidad de los instrumentos de medición

Dicho instrumento se sometió a juicio de expertos para confirmar la validez y confiabilidad del instrumento que se utilizó para la recolección de datos. Los expertos tienen relación con las variables de estudio y pertenecen al área de las Relaciones Públicas y la Docencia Universitaria con grado de magíster en sus especialidades. Posteriormente fue procesado mediante la fórmula del coeficiente de validez de Aiken.

Análisis de confiabilidad

El análisis de confiabilidad se refiere al grado en que se producen los resultados consistentes y coherentes.

El instrumento fue elaborado teniendo en cuenta la naturaleza de la organización y el grupo de estudio. Para ser aplicados de manera efectiva se contó con la validación de los siguientes expertos. (Véase cuadro consolidado de validación de juicio de experto).

EXPERTOS VALIDADORES

APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	ESPECIALIDAD
Elias Villanueva Enrique	Magister	Relaciones Públicas
Romero Echevarria, Martha	Doctora	Metodóloga
Terrones Lizana, Carlos	Magister	Profesor de Periodismo
Sarapura Sarapura, Mercedes	Magister	Profesora de Comunicación

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE LOS EXPERTO

PREGUNTA	JUEZ 1	JUEZ 2	JUEZ 3	JUEZ 4	ACUERDO	DESACUERDO	DECISIÓN
1	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
2	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
3	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
4	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
5	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
6	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
7	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
8	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
9	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
10	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
11	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
12	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
13	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
14	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO

15	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
16	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
17	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
18	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
19	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
20	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
21	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
22	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO
23	SI	SI	SI	SI	4	-	VÁLIDO

JUECES:

JUEZ 1 MAG. ELIAS VILLANUEVA ENRIQUE

JUEZ 2: DRA MARTHA ROMERO ECHEVARRIA

JUEZ 3: MAG. CARLOS TERRONES LIZANA

JUEZ 4: MAG. MERCEDES MILAGROS SARAPURA SARAPURA

3.8 Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos.

Validez:

El instrumento obtuvo una validación a través de la fórmula concebida por Aiken, que enmarca la validación y el coeficiente.

$$V = \frac{S}{n(c-1)}$$

V = coeficiente de validez

n = número de jurados

c = cantidad de valores

Confiabilidad:

Para determinar la confiabilidad se utilizó el coeficiente Alpha de Cronbach que se encarga de determinar la media ponderada de las correlaciones entre las variables (o ítems) que forman parte de la escala de las herramientas.

Fórmula:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right],$$

S = es la variable

S = variación de valores totales observados

K = número de interrogantes del cuestionario.

El instrumento está compuesto por una encuesta de 23 ítems y el tamaño de la muestra fue de 240 encuestados.

3.9 Procedimientos estadísticos para el procesamiento de la información

En el presente trabajo de investigación de la tesis la influencia de las herramientas de comunicación digital en el comportamiento de jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2,018 se explicaron los procedimientos estadísticos descriptivos que involucra componentes de evaluación de información como: las frecuencias por medio de sus tablas, niveles de porcentajes y respectivos gráficos. Para procesar los datos se utilizó el programa SPSS versión 23.

3.9.1 Presentación y análisis de resultados

Después de realizada la investigación, teniendo la data se dio paso al ordenamiento, resumen y exposición de resultados emanados de la aplicación del instrumento. Toda esta información se presentó por medio de las tablas de frecuencia y gráficos.

Por medio de estos elementos que son de valiosa ayuda porque nos permitió visualizar las tendencias y entender rápidamente los resultados muestrales del estudio.

Teniendo en cuenta nuestra información a través de los procedimientos descriptivos, también se trabajó con la inferencial que nos permitió concluir en forma general acerca de un criterio poblacional sobre una muestra en particular. En base a la información obtenida mediante las técnicas descriptivas se hizo generalizaciones; es decir, que además de la estadística descriptiva se usa la estadística inferencial, que sirve para obtener conclusiones generales de una población sobre una muestra.

En tal sentido señala Ruiz (2004) que: la estadística descriptiva consiste sobre todo en la presentación de datos en forma de tablas y gráficos (...) y la estadística inferencial, se deriva de muestras, se observaciones hechas, solo acerca de una parte de un conjunto numeroso de elementos y esto nos lleva al análisis que requiere de generalizaciones que va más allá de los datos. (p.6).

3.9.2 Prueba de hipótesis

Para verificar si las hipótesis deben ser analizadas a través de pruebas de parámetros o no parámetros se debe conocer la prueba de normalidad; por ello se aplicó la prueba de Kolmogórov-Smirnov, que permitió demostrar si reúne o no los requisitos de normalidad. Para la contrastación de números de estudio se utilizó el coeficiente de correlación de Sperman, presentado en la fórmula:

$$r_s = 1 - \frac{6(\sum d^2)}{n(n^2 - 1)}$$

P = coeficiente de correlación de Sperman

Σ = sumatoria de la diferencia de rangos, elevada al cuadrado

N = número de casos

Una vez hallado el coeficiente de correlación de Sperman, verificamos si el enunciado planteado es nulo o alternativo, así como el grado y la magnitud de influencia en las variables.

3.10 Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación ha sido orientado a la indagación de datos hasta elevar públicamente los resultados, mediante la divulgación.

Esta investigación se fundamenta en la ética, valores, veracidad, honestidad, transparencia y lealtad negando enfáticamente que haya existido algún tipo de manipulación, alteración y/o copia de textos.

Para recopilar los datos de información bibliográfica se siguió las pautas de los expertos en materia de estudio y de la asesora metodológica, los datos son fidedignos, protegiendo los derechos de autoría.

El aporte ético se encontró presente en el desarrollo de cada una de las actividades en las diversas etapas del proceso de investigación.

CAPITULO IV: RESULTADOS

En el presente capitulo presentamos los resultados de la investigación cuantitativa que se aplicó a 240 estudiantes del colegio Particular San José de los HHMM con edades que oscilaban entre 15-17 años del distrito de Huacho.

Resaltamos que el instrumento consistió en la elaboración de cuestionario de 23 preguntas, trabajadas en base a la relación entre indicadores, dimensiones y contenidas por las variables del estudio, así mismo confrontadas por los autores en mención. De igual manera hacemos constar que el presente instrumento fue sometido a juicio de expertos y a su vez fue sometido al Alpha de Cronbach, prueba de Kolmogórov-Smirnov a fin de obtener la normalidad y la prueba de Spearman determinante para la correlación.

Para la medición de las preguntas se utilizó la escala de Likert que es una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios, siendo la escala más usada para temas de investigación. Esta escala presenta un abanico de 5 alternativas como respuestas que son: totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Nuestra finalidad al utilizar esta escala es comprobar el grado de aceptación que presentan los estudiantes frente a las preguntas que integran el cuestionario, que a su vez van a reflejar el propósito de nuestra investigación en la demostración de nuestras hipótesis específicas, en el caso de la hipótesis general para la demostración de la misma se hizo la medición en niveles los mismos que derivaron de la utilización del instrumento. El análisis cuantitativo de los datos se procesó con el programa SPSS 25.

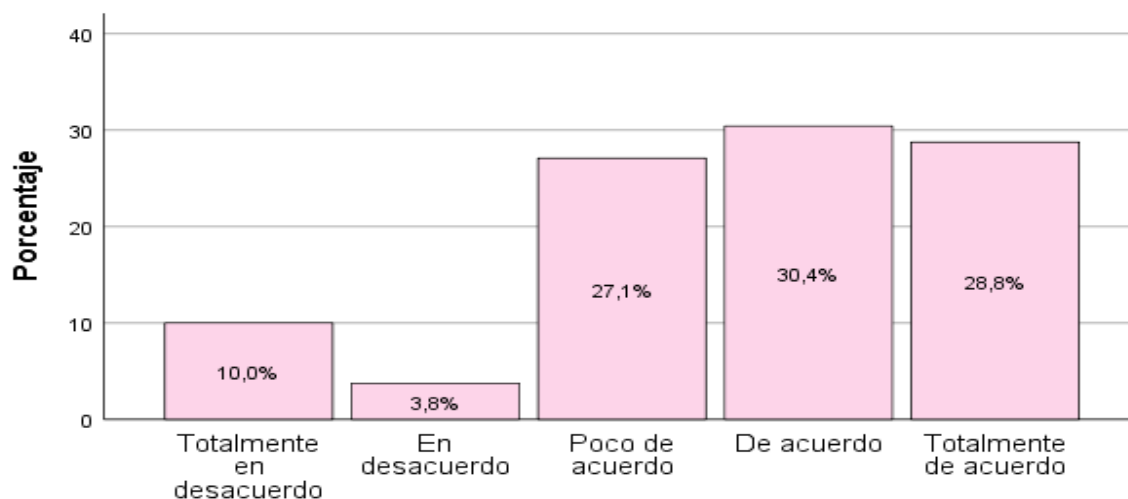
Se utilizaron plantillas elaboradas en Excel para los resultados gráficos.

TABLA N° 1

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 1° pregunta: ¿La inmediatez del Facebook permite que los usuarios conozcan información participando activamente? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	24	10,0
En desacuerdo	9	3,8
Poco de acuerdo	65	27,1
De acuerdo	73	30,4
Totalmente de acuerdo	69	28,7
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 1: la inmediatez del Facebook

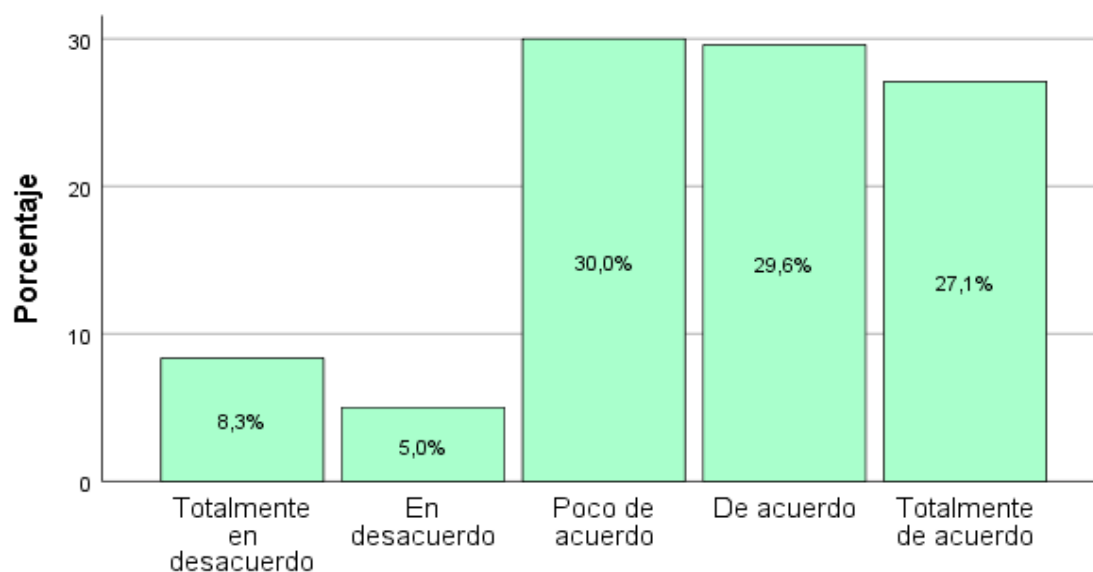
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 30.4% respondieron que están “de acuerdo” y como mínimo el 3.8% “en desacuerdo”.

TABLA N°2

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 2° pregunta: ¿La red social Facebook permite una interacción efectiva entre los usuarios? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	20	8,3
En desacuerdo	12	5,0
Poco de acuerdo	72	30,0
De acuerdo	71	29,6
Totalmente de acuerdo	65	27,1
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 2: La red social Facebook permite interacción

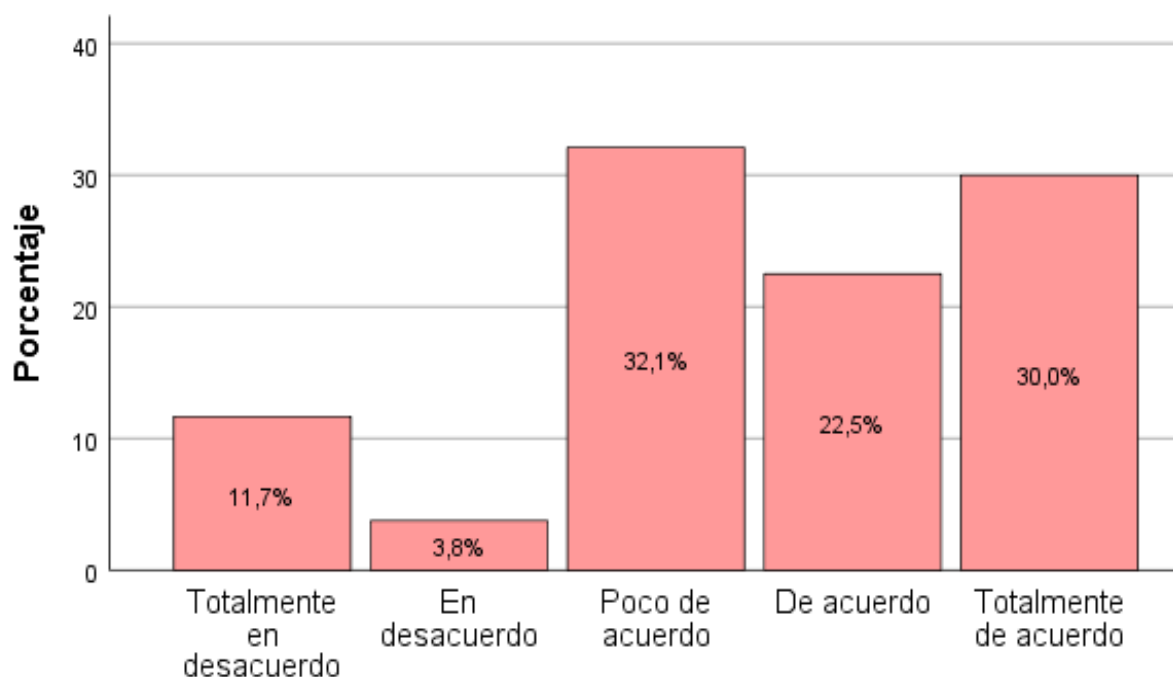
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 30% respondieron que están “poco de acuerdo” y como mínimo el 5% “en desacuerdo”.

TABLA N°3

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 3° pregunta: ¿La red social Facebook ha permitido estrechar los lazos familiares con su familia lejana? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	28	11,7
En desacuerdo	9	3,8
Poco de acuerdo	77	32,1
De acuerdo	54	22,5
Totalmente de acuerdo	72	30,0
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 3 La red social Facebook estrecha lazos familiares

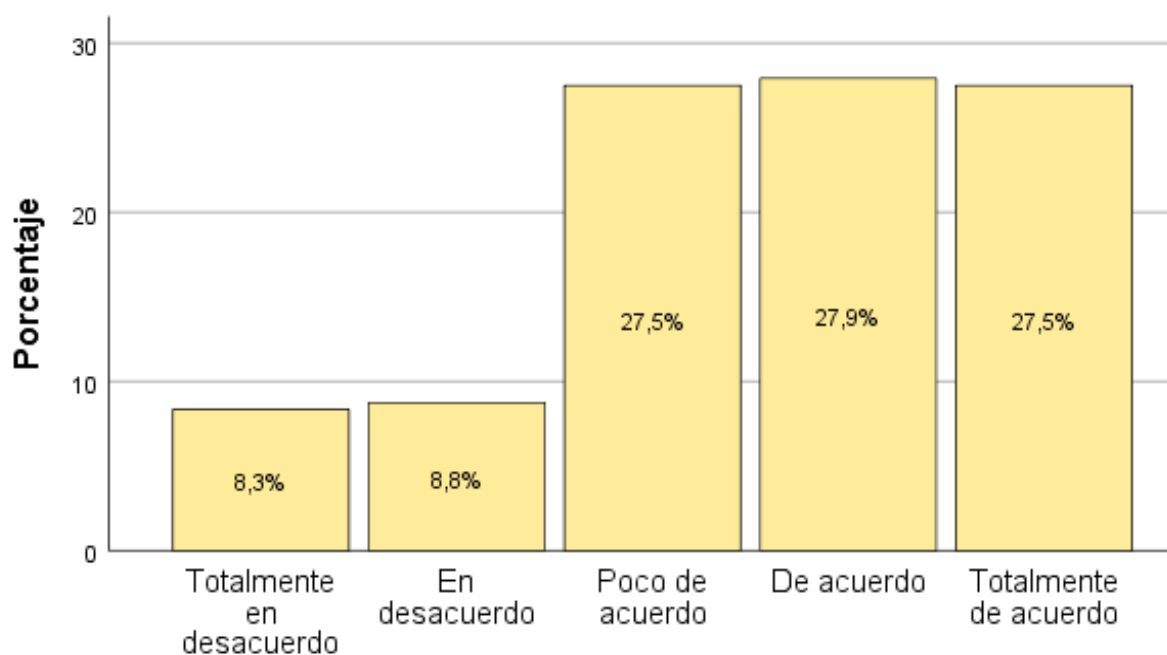
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 32.1% respondieron que están “poco de acuerdo” y como mínimo el 3.8% “en desacuerdo”.

TABLA N°4

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 4° pregunta: ¿La red social Twitter permite una comunicación eficiente? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	20	8,3
En desacuerdo	21	8,8
Poco de acuerdo	66	27,5
De acuerdo	67	27,9
Totalmente de acuerdo	66	27,5
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 4 La red social twitter permite una comunicación eficiente

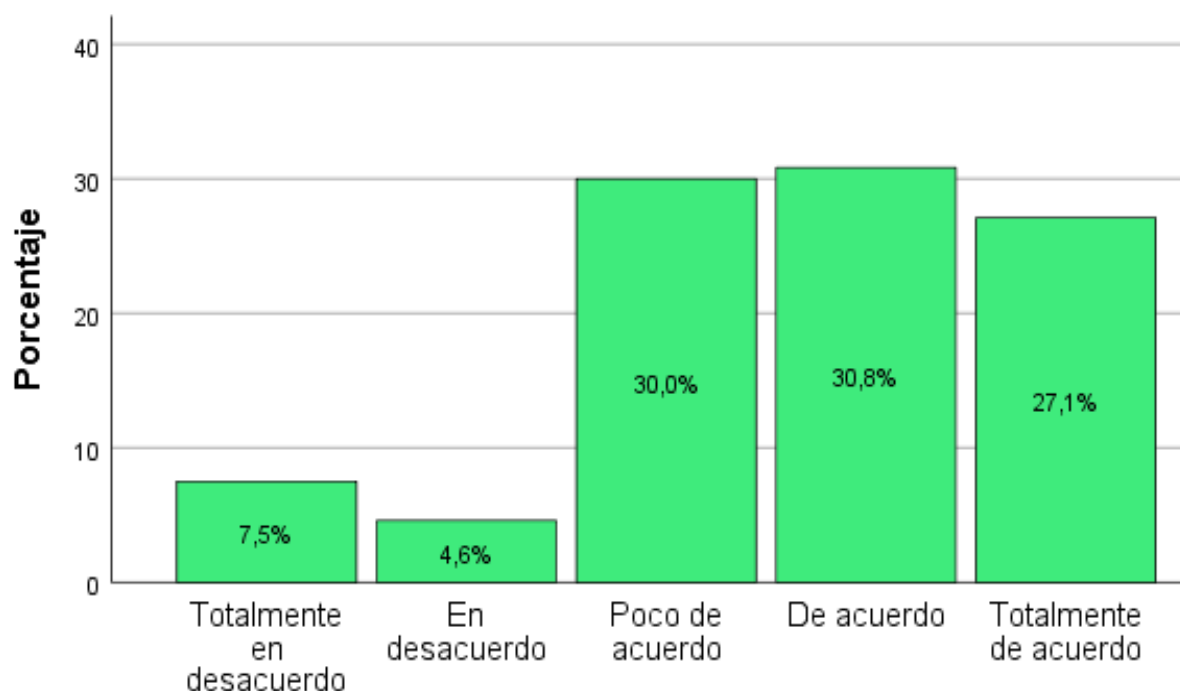
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 27.9% respondieron que están “de acuerdo” y como mínimo el 8.3% “totalmente en desacuerdo.

TABLA N°5

Tabla 5: Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 5° pregunta: ¿La red social Twitter se actualiza constantemente convirtiéndola en la preferida de la juventud? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	18	7,5
En desacuerdo	11	4,6
Poco de acuerdo	72	30,0
De acuerdo	74	30,8
Totalmente de acuerdo	65	27,1
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 5 La red social twitter preferida de la juventud

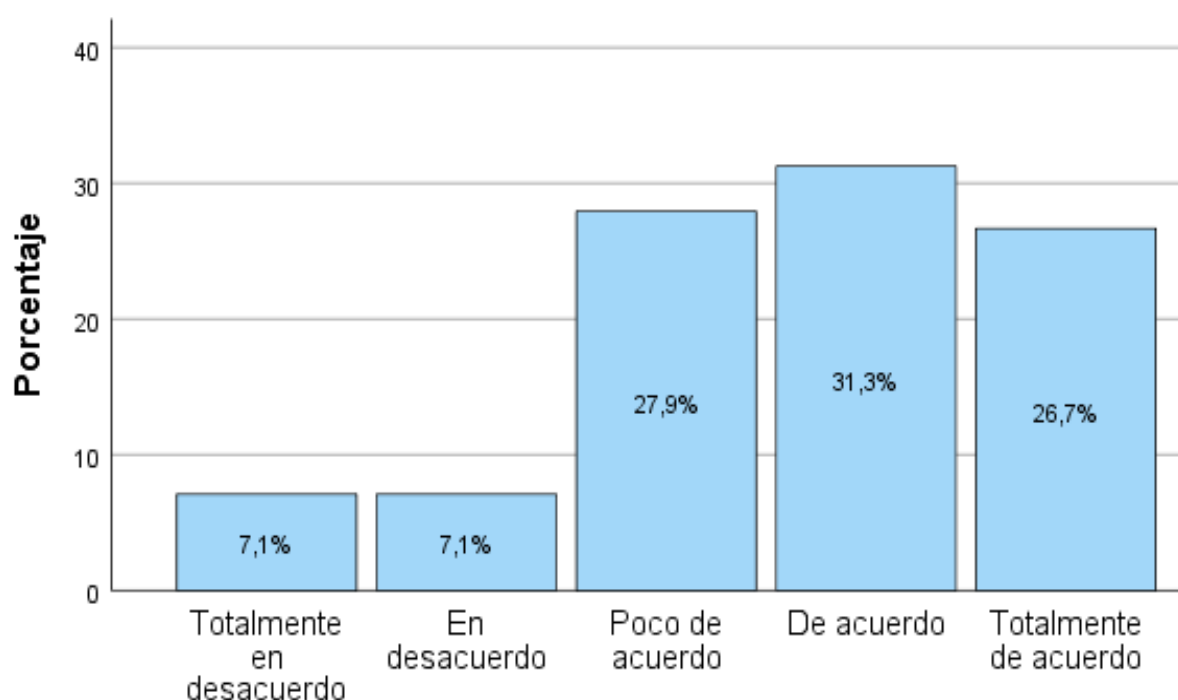
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 30.8% respondieron que están “de acuerdo” y como mínimo el 4.6% “en desacuerdo”

TABLA N°6

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 6° pregunta: ¿La red social twitter fue diseñado estratégicamente para expresar mucho con la menor cantidad de caracteres? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	17	7,1
En desacuerdo	17	7,1
Poco de acuerdo	67	27,9
De acuerdo	75	31,3
Totalmente de acuerdo	64	26,7
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 6 El twitter expresa mucho con pocos caracteres

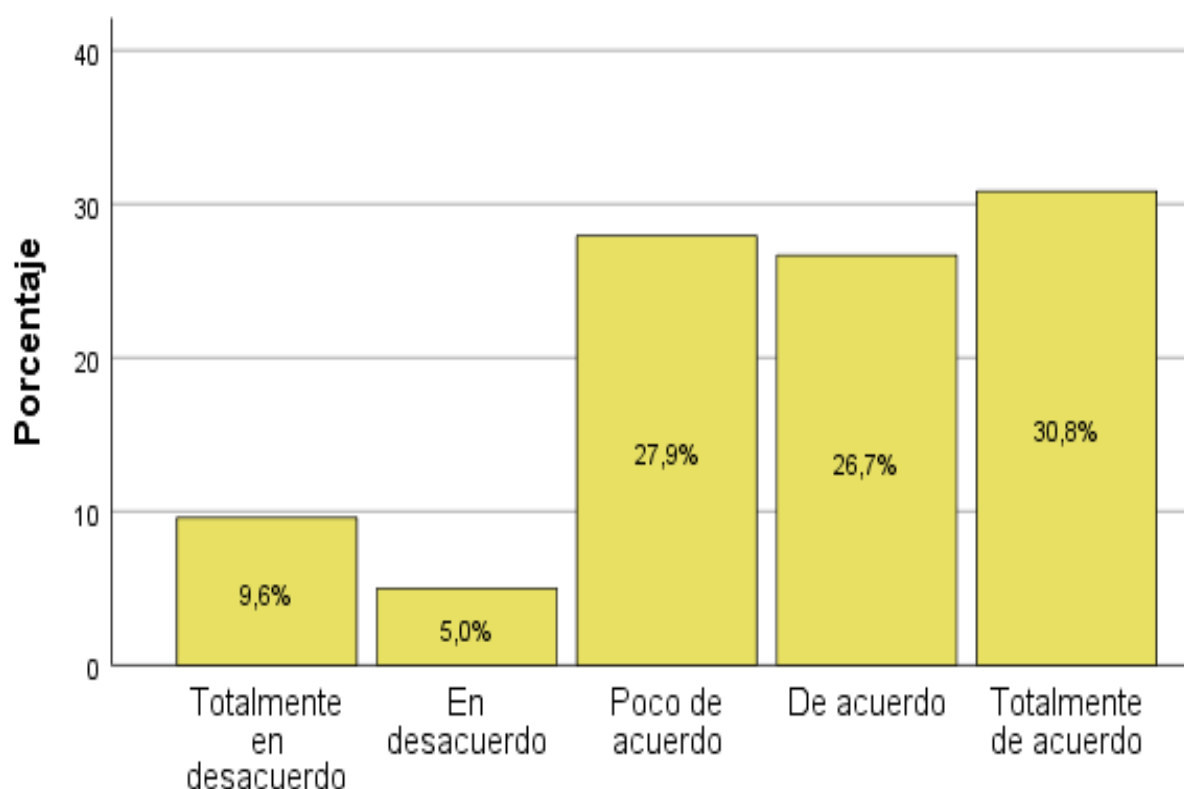
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 31.3% respondieron que están “de acuerdo” y como mínimo el 7.1% tanto en “totalmente en desacuerdo y en desacuerdo.

TABLA N°7

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 7° pregunta: ¿La red social twitter estimula la creatividad en los jóvenes? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	23	9,6
En desacuerdo	12	5,0
Poco de acuerdo	67	27,9
De acuerdo	64	26,7
Totalmente de acuerdo	74	30,8
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 7.El twitter estimula la creatividad en los jóvenes

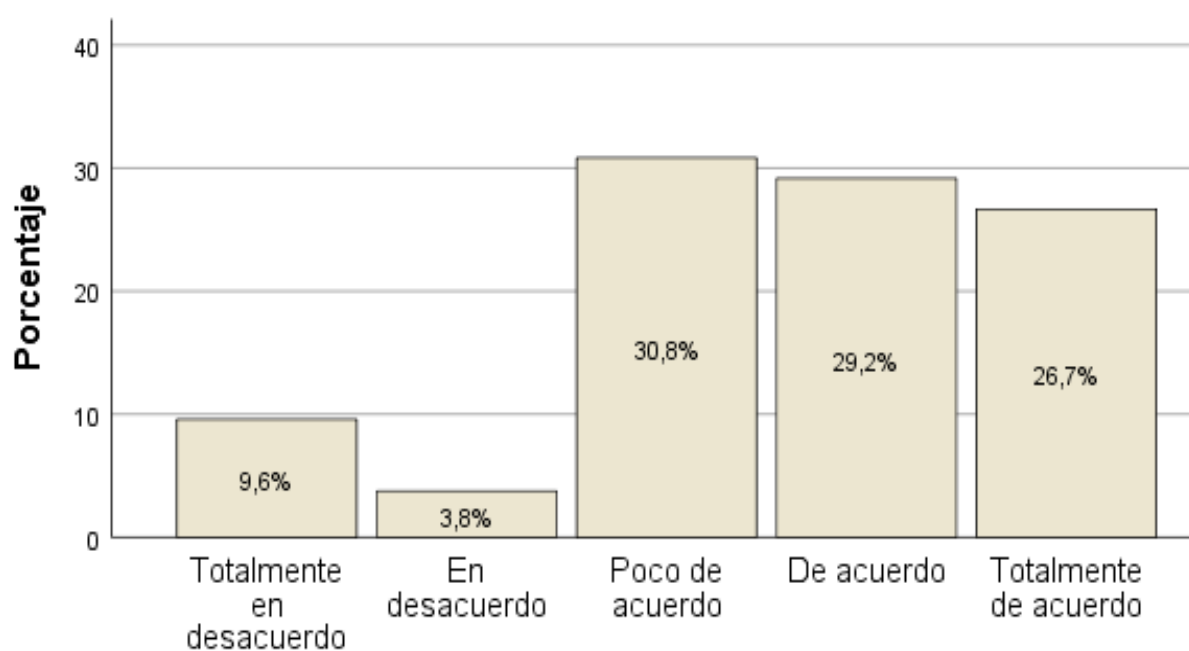
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 30.8% respondieron que están “totalmente de acuerdo” y como mínimo el 5% “en desacuerdo,

TABLA N°8

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 8° pregunta: ¿El twitter es tendencia porque es una red social multiplataforma? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	23	9,6
En desacuerdo	9	3,8
Poco de acuerdo	74	30,8
De acuerdo	70	29,2
Totalmente de acuerdo	64	26,7
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 8 El Twitter es tendencia por ser multiplataforma

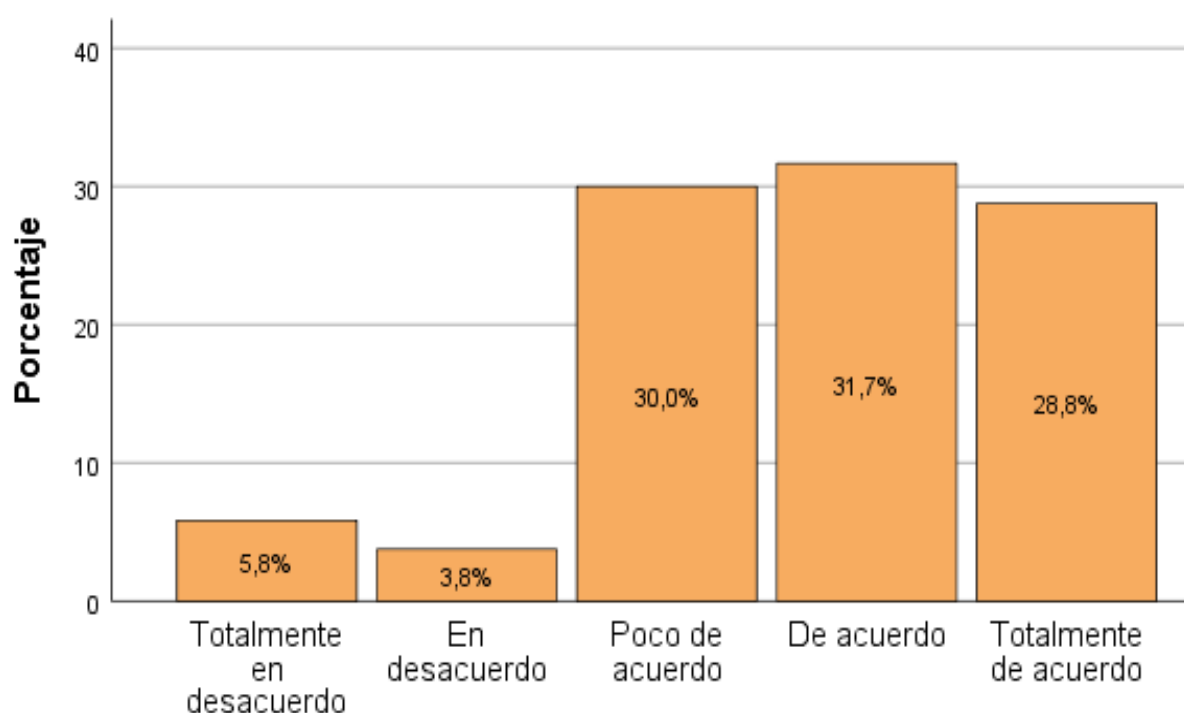
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 30.8% respondieron que están “poco de acuerdo” y como mínimo el 3.8% “en desacuerdo,

TABLA N°9

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 9° pregunta: ¿Mediante el uso del Instagram se crean grupos de usuarios fomentando una relación de empatía (afinidad)? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	14	5,8
En desacuerdo	9	3,8
Poco de acuerdo	72	30,0
De acuerdo	76	31,7
Totalmente de acuerdo	69	28,7
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 9 El uso del instagram permite crear relaciones empáticas

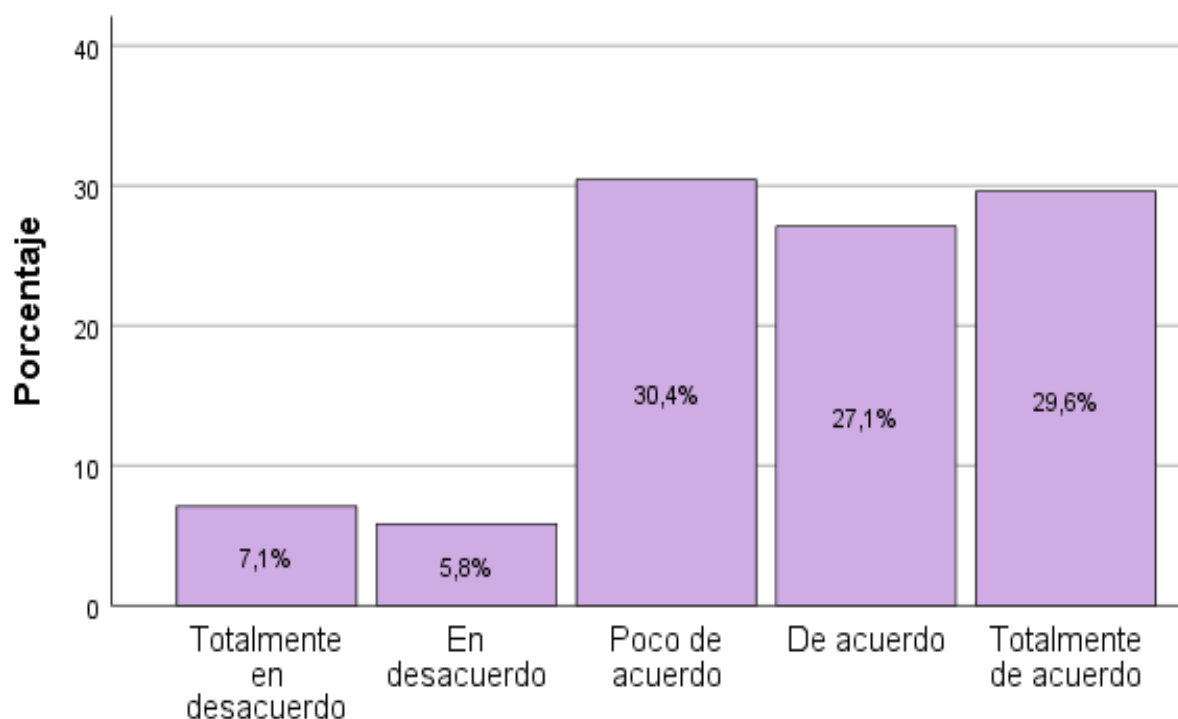
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 31.7% respondieron que están “de acuerdo” y como mínimo el 3.8% “en desacuerdo”

TABLA N° 10

Tabla 10: Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 10° pregunta: ¿El Instagram como red social de los personajes públicos difunde valores en sus comunicaciones? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	17	7,1
En desacuerdo	14	5,8
Poco de acuerdo	73	30,4
De acuerdo	65	27,1
Totalmente de acuerdo	71	29,6
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 10: Los personajes públicos difunden valores a través del Instagram

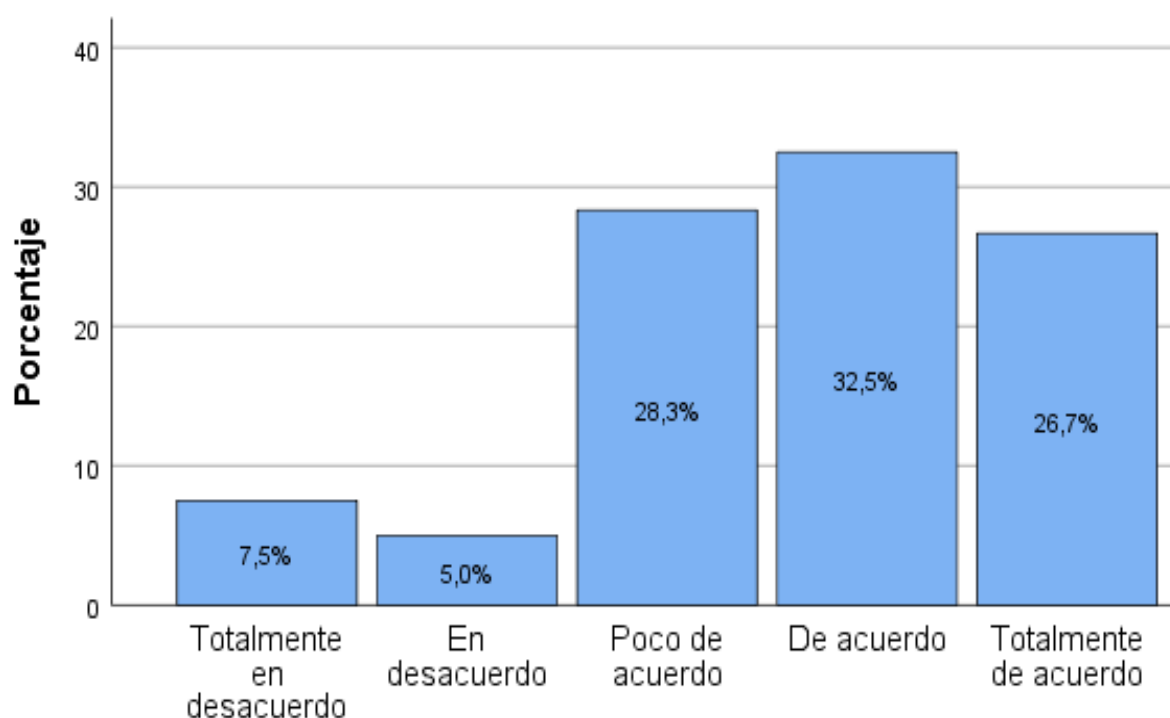
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 30.4% respondieron que están “poco de acuerdo” y como mínimo el 5.8% “en desacuerdo”.

TABLA N°11

Tabla 11: Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 11° pregunta: ¿El Instagram permite una calidad de relación aun con usuarios desconocidos? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	18	7,5
En desacuerdo	12	5,0
Poco de acuerdo	68	28,3
De acuerdo	78	32,5
Totalmente de acuerdo	64	26,7
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



FuenteTabla11 El Instagram permite calidad de relación aun con desconocidos

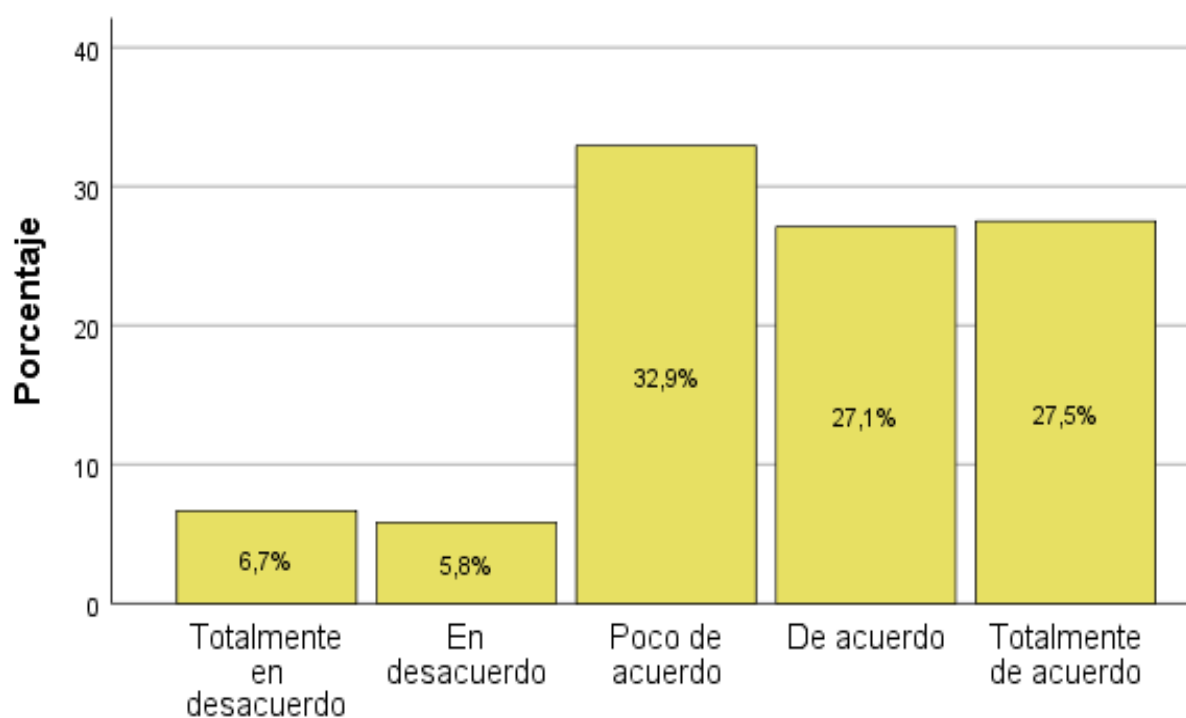
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 32.5% respondieron que están “de acuerdo” y como mínimo el 5% “en desacuerdo”.

TABLA N°12

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 12° pregunta: ¿Sería de ayuda el solicitar consejos a través del Instagram a otros usuarios aun sin conocerlos? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	16	6,7
En desacuerdo	14	5,8
Poco de acuerdo	79	32,9
De acuerdo	65	27,1
Totalmente de acuerdo	66	27,5
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 12 Ayuda solicitar consejos a desconocidos por Instagram

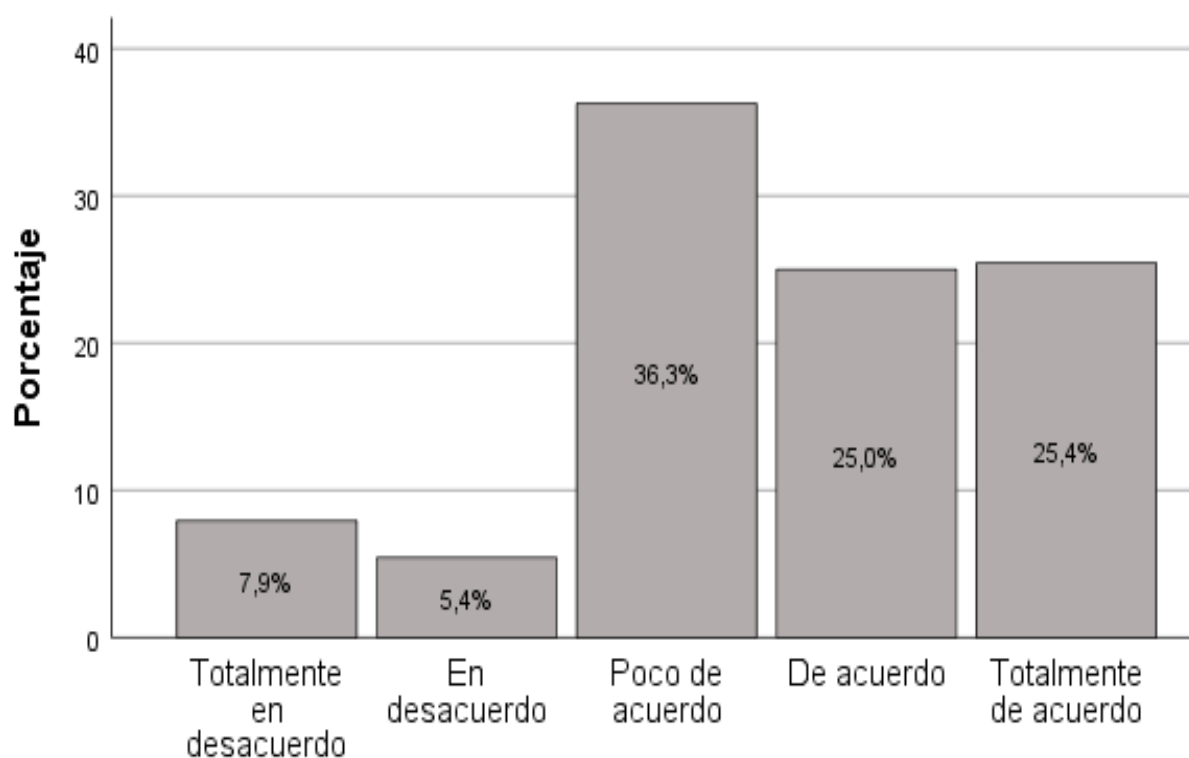
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 32.9% respondieron que están “poco de acuerdo” y como mínimo el 5.8% “en desacuerdo”.

TABLA N°13

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 13° pregunta: ¿El afecto es parte importante en el comportamiento de los jóvenes? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	19	7,9
En desacuerdo	13	5,4
Poco de acuerdo	87	36,3
De acuerdo	60	25,0
Totalmente de acuerdo	61	25,4
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 13 El afecto es importante en los jóvenes

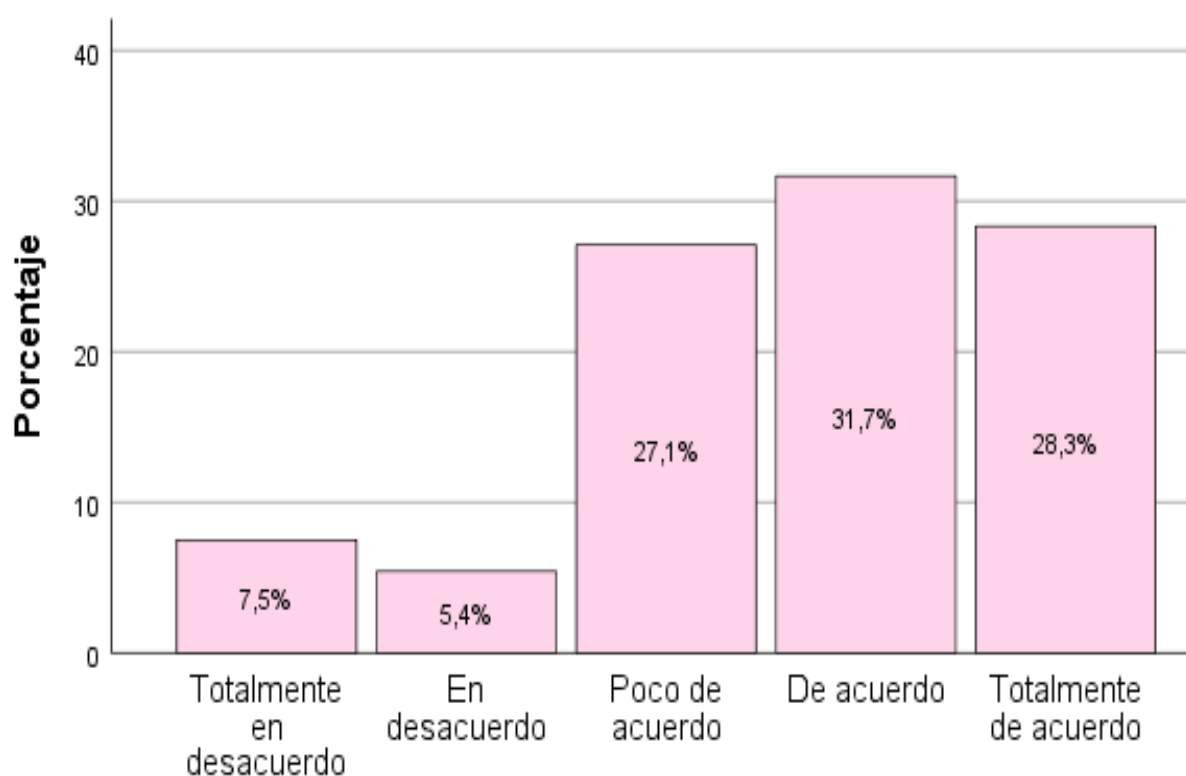
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 36.3% respondieron que están “poco de acuerdo” y como mínimo el 5.4% “en desacuerdo”.

TABLA N° 14

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 14° pregunta: ¿El afecto en los jóvenes cambia según el nivel de empatía (afinidad)? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	18	7,5
En desacuerdo	13	5,4
Poco de acuerdo	65	27,1
De acuerdo	76	31,7
Totalmente de acuerdo	68	28,3
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 14 El afecto en los jóvenes cambia según el nivel de empatía

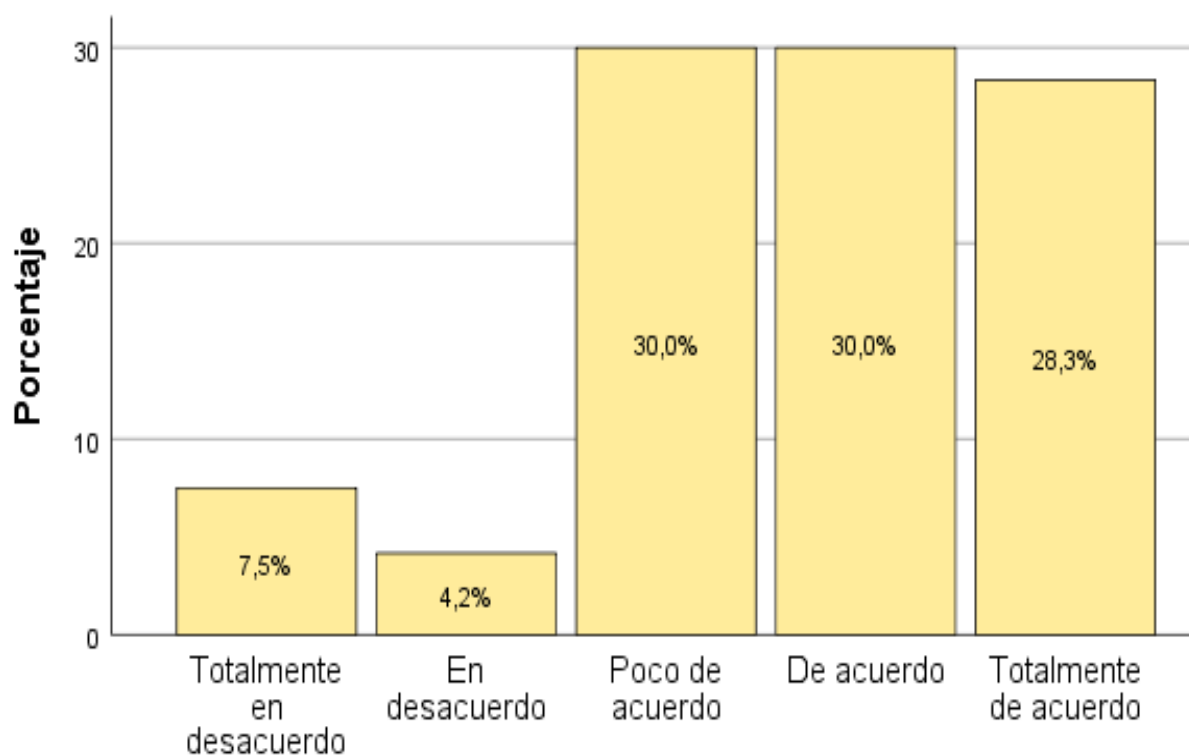
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 31.7% respondieron que están “de acuerdo” y como mínimo el 5.4% “en desacuerdo”.

TABLA N°15

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 15° pregunta: ¿La pertenencia (sentido de propiedad) es una necesidad en el comportamiento de los jóvenes? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	18	7,5
En desacuerdo	10	4,2
Poco de acuerdo	72	30,0
De acuerdo	72	30,0
Totalmente de acuerdo	68	28,3
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 15 La pertenencia es una necesidad en los jóvenes

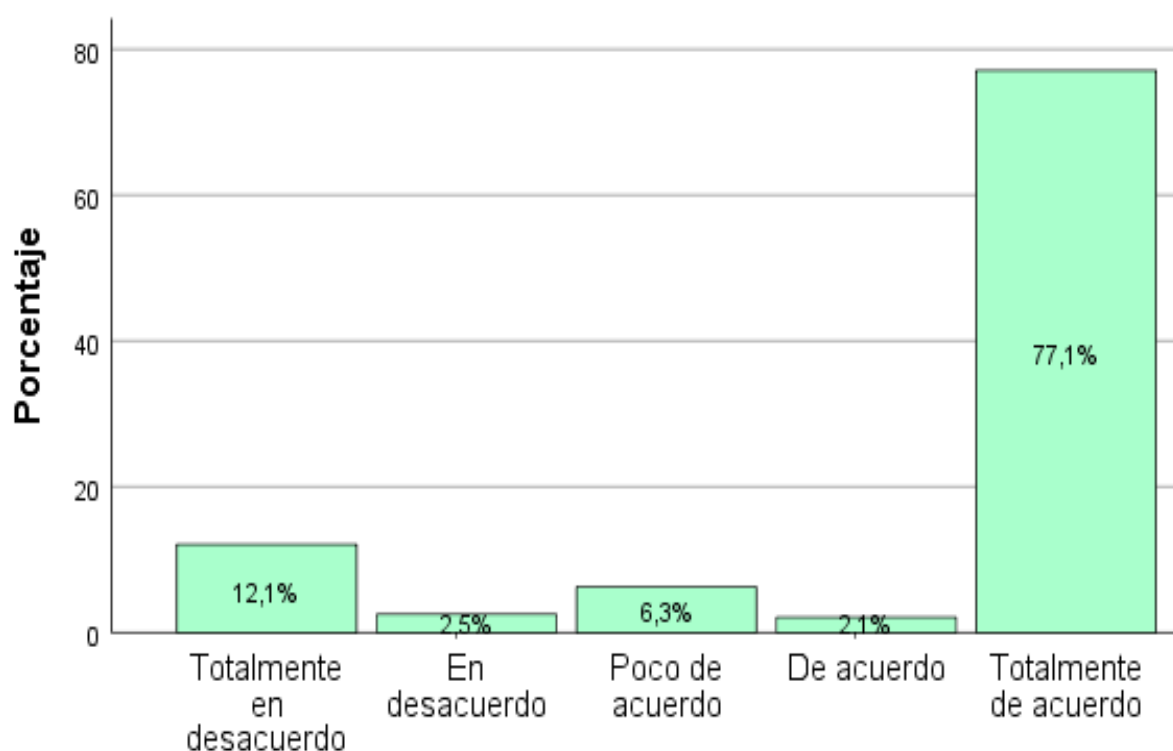
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 30% respondieron tanto “poco de acuerdo - de acuerdo” y como mínimo el 4.2% “en desacuerdo.

TABLA N°16

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 16° pregunta: ¿Los jóvenes consideran estable tener el mismo entorno social? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	29	12,1
En desacuerdo	6	2,5
Poco de acuerdo	15	6,3
De acuerdo	5	2,1
Totalmente de acuerdo	185	77,1
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla16 Los jóvenes consideran estable el mismo entorno social

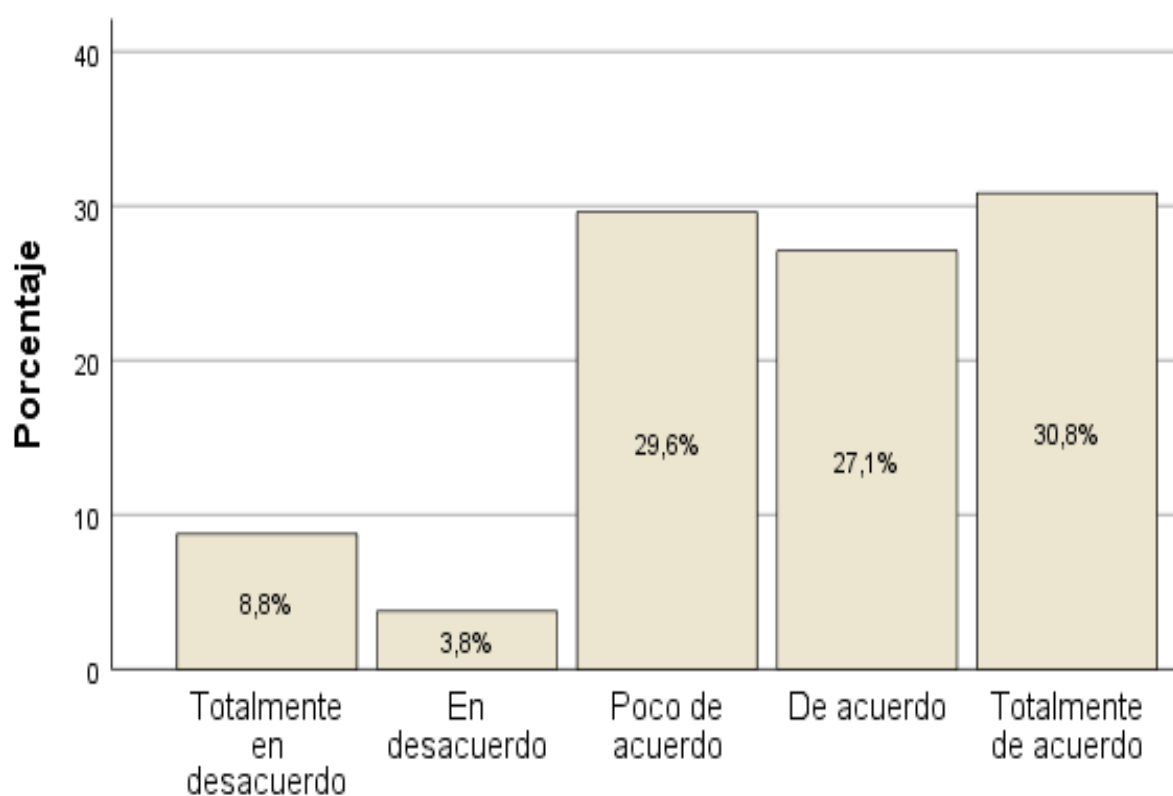
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 77.1% respondieron “totalmente de acuerdo” y como mínimo el 2.1% “de acuerdo”.

TABLA N°17

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 17° pregunta: ¿La estabilidad en el comportamiento de los jóvenes se da según las situaciones? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	21	8,8
En desacuerdo	9	3,8
Poco de acuerdo	71	29,6
De acuerdo	65	27,1
Totalmente de acuerdo	74	30,8
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 17 La estabilidad en el comportamiento juvenil se da por situaciones

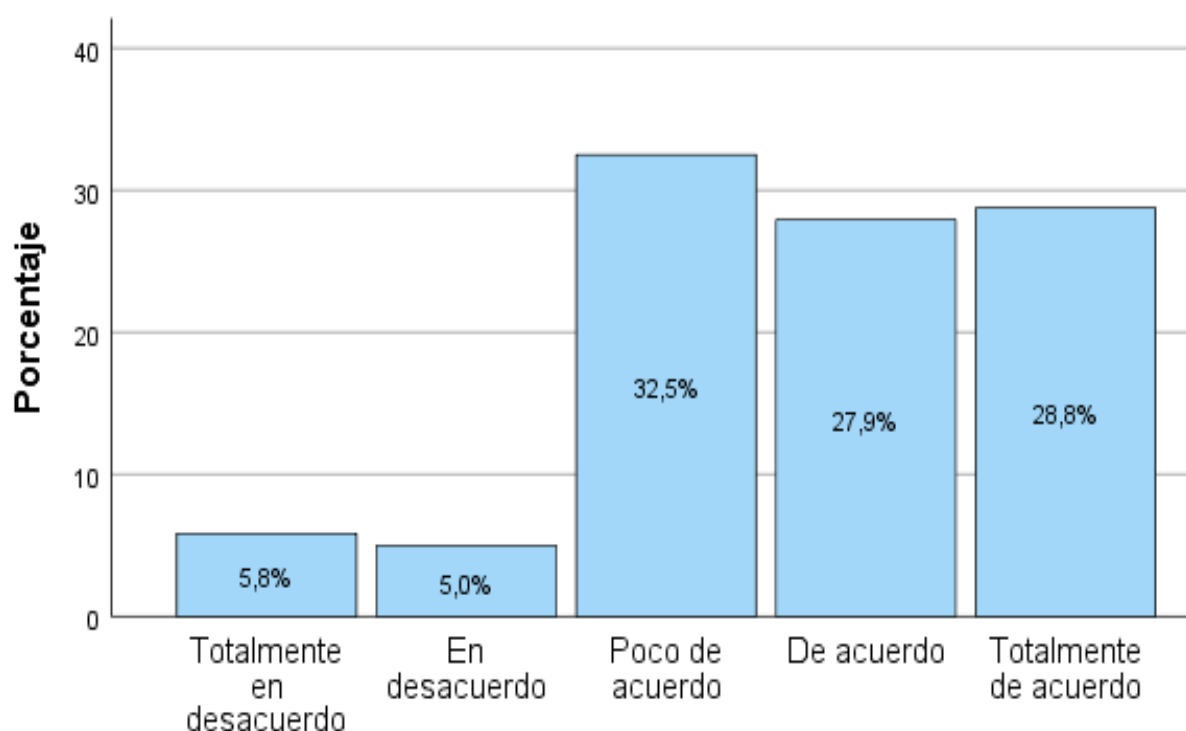
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 30.8% respondieron “de acuerdo” y como mínimo el 3.8% “de desacuerdo”

TABLA N°18

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 18° pregunta: ¿La seguridad emocional de los jóvenes evidencia su comportamiento? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	14	5,8
En desacuerdo	12	5,0
Poco de acuerdo	78	32,5
De acuerdo	67	27,9
Totalmente de acuerdo	69	28,7
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente Tabla 18 La seguridad emocional juvenil evidencia su comportamiento

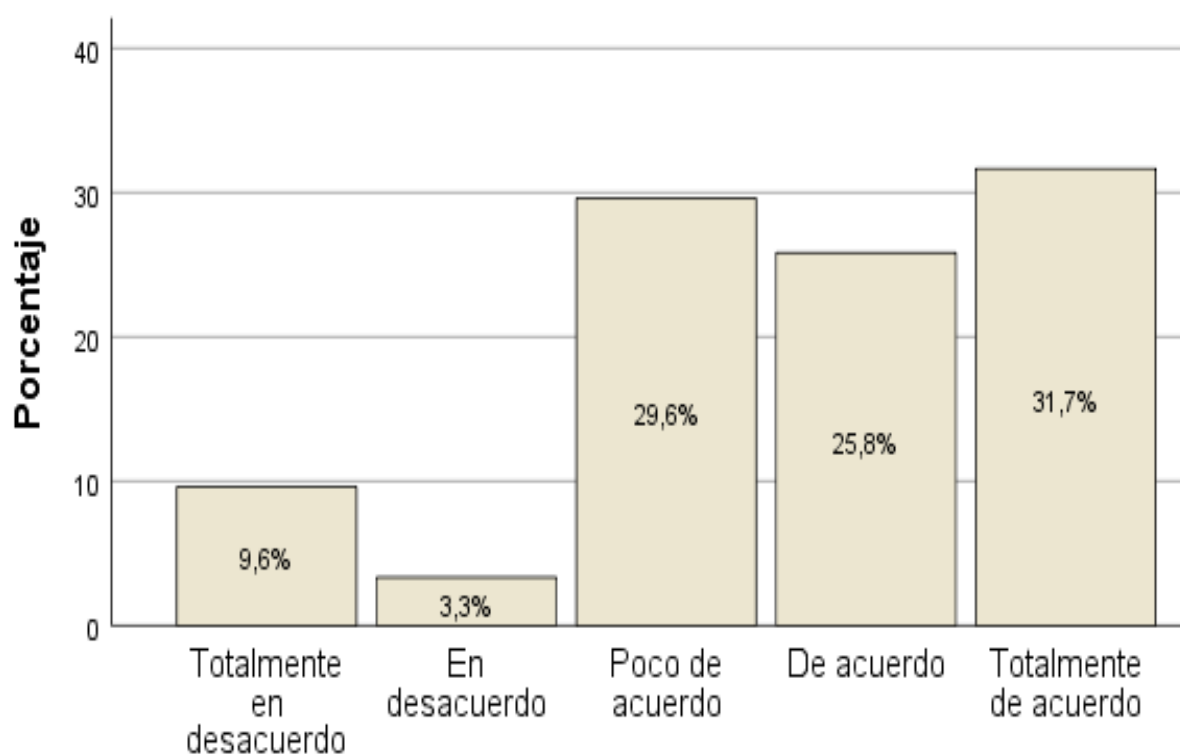
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 32.5% respondieron “poco de acuerdo” y como mínimo el 5% “en desacuerdo”.

TABLA N°19

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 19° pregunta: ¿Los jóvenes son capaces de resolver cualquier situación con eficiencia? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	23	9,6
En desacuerdo	8	3,3
Poco de acuerdo	71	29,6
De acuerdo	62	25,8
Totalmente de acuerdo	76	31,7
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio articular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 19 Los jóvenes resuelven situaciones eficientemente

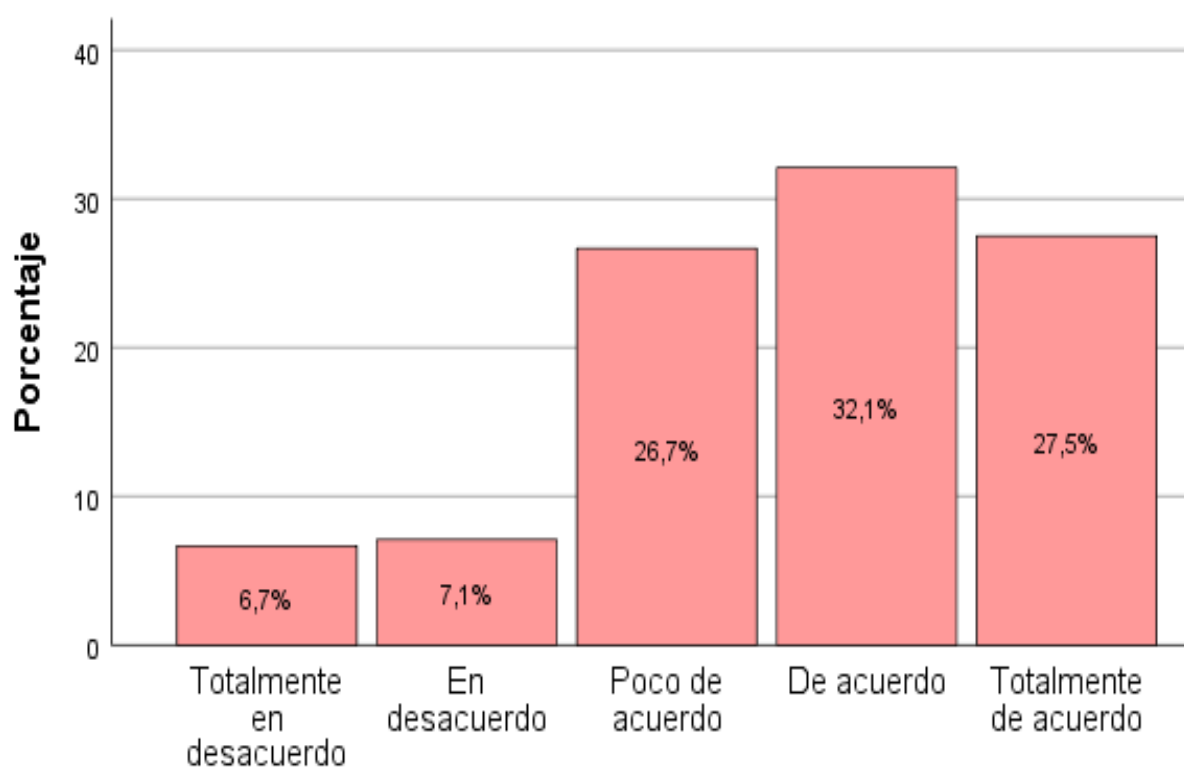
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 31.7% respondieron “totalmente de acuerdo” y como mínimo el 3.3% “en desacuerdo”.

TABLA N°20

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 20° pregunta: ¿Los resultados obtenidos son producto del esfuerzo de cada uno? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	16	6,7
En desacuerdo	17	7,1
Poco de acuerdo	64	26,7
De acuerdo	77	32,1
Totalmente de acuerdo	66	27,5
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 20 Los resultados obtenidos son producto del esfuerzo

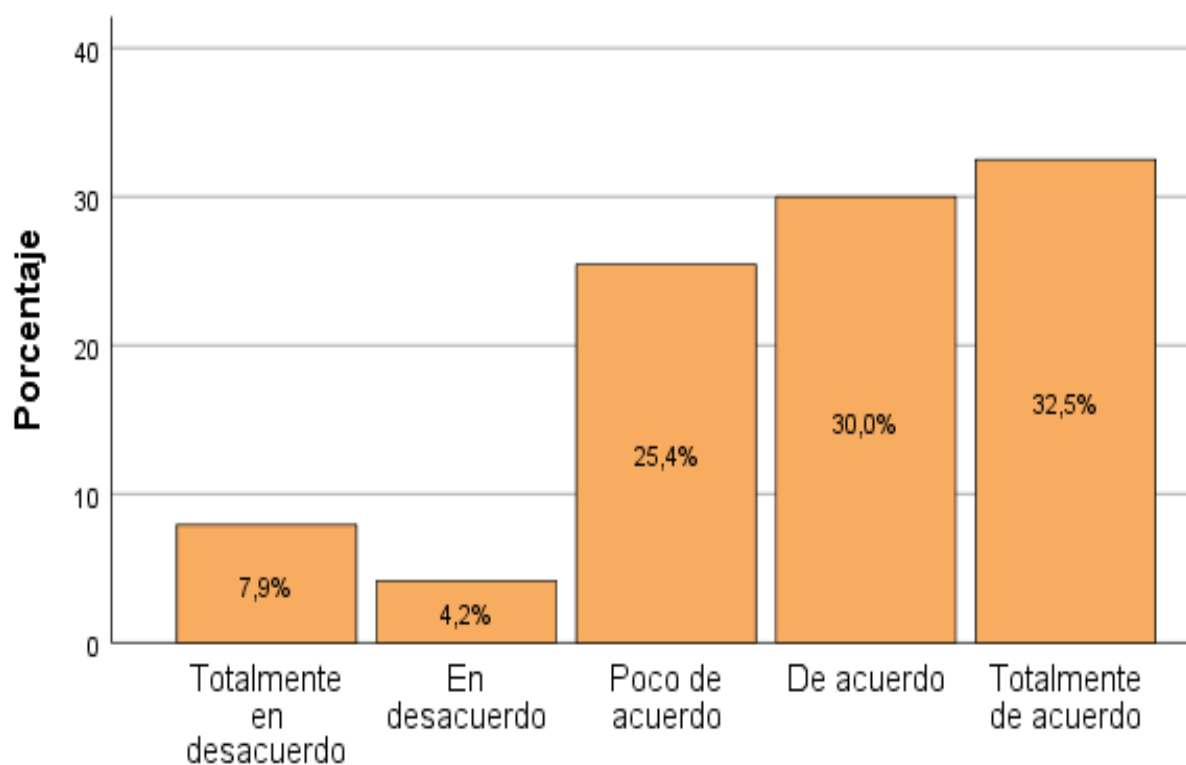
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 32.1% respondieron “de acuerdo” y como mínimo el 6.7% “totalmente en desacuerdo”

TABLA N°21

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 21° pregunta: ¿Los logros alcanzados son el resultado de la responsabilidad? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	19	7,9
En desacuerdo	10	4,2
Poco de acuerdo	61	25,4
De acuerdo	72	30,0
Totalmente de acuerdo	78	32,5
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



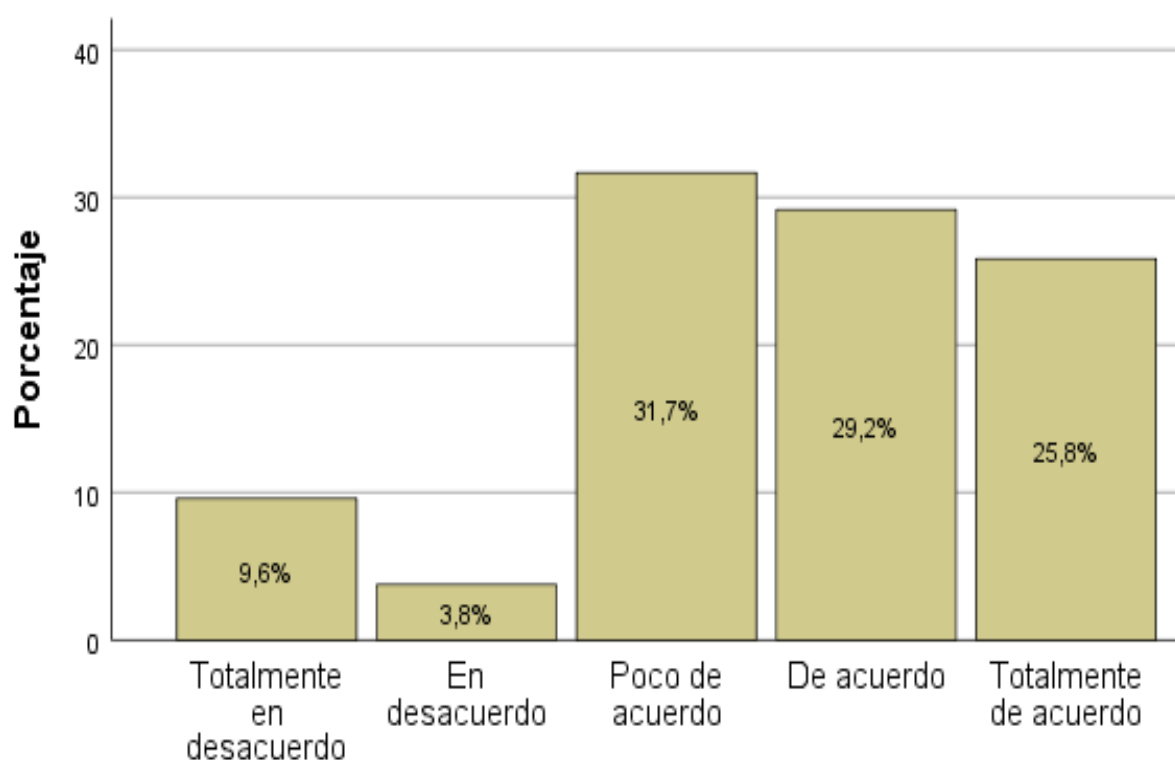
Fuente:Tabla 21 Los logros alcanzados son el resultado de la responsabilidad Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 32.5% respondieron “totalmente de acuerdo” y como mínimo el 4.2% “en desacuerdo”.

TABLA N° 22

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 22° pregunta: ¿El comportamiento de los jóvenes cambia según los logros obtenidos? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	23	9,6
En desacuerdo	9	3,8
Poco de acuerdo	76	31,7
De acuerdo	70	29,2
Totalmente de acuerdo	62	25,8
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



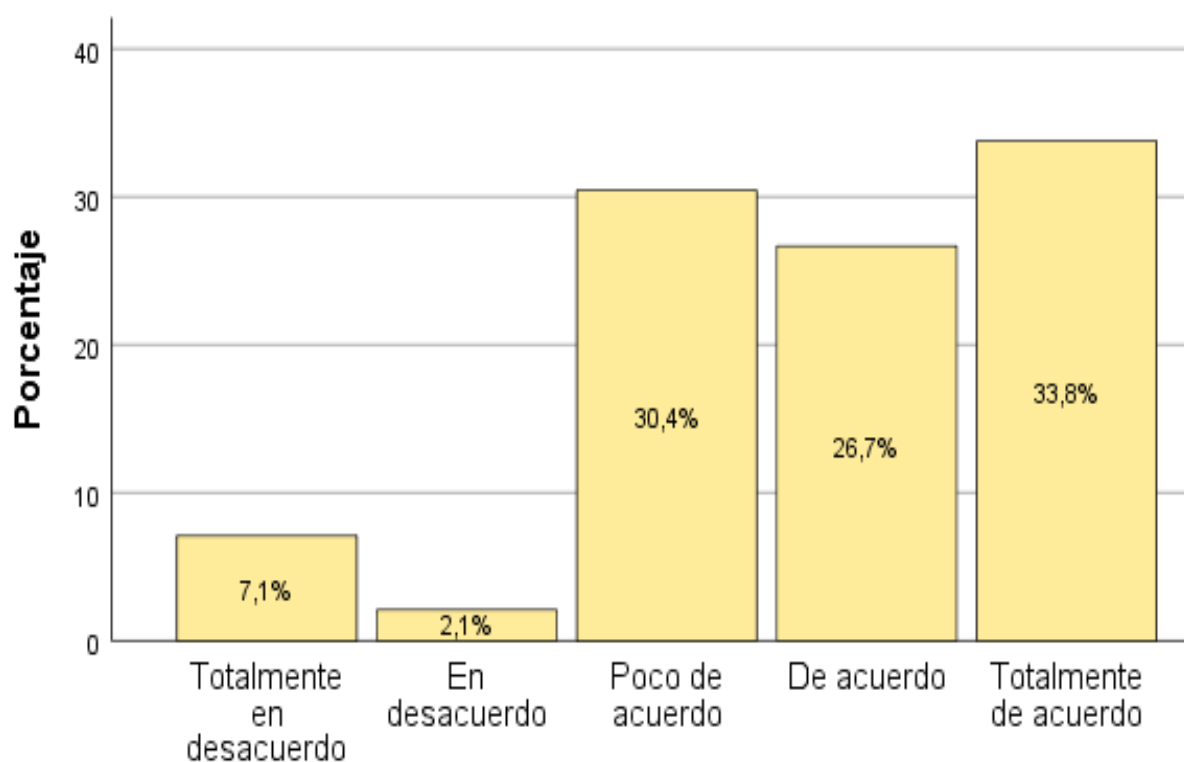
Fuente Tabla 21 El comportamiento juvenil cambia según logros obtenidos
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 31.7% respondieron “poco de acuerdo” y como mínimo el 3.8% “en desacuerdo”.

TABLA N°23

Distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 23° pregunta: ¿El aprendizaje eficiente depende de la responsabilidad tomada en cada situación? aplicado a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	17	7,1
En desacuerdo	5	2,1
Poco de acuerdo	73	30,4
De acuerdo	64	26,7
Totalmente de acuerdo	81	33,8
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 23 El aprendizaje eficiente depende de la responsabilidad

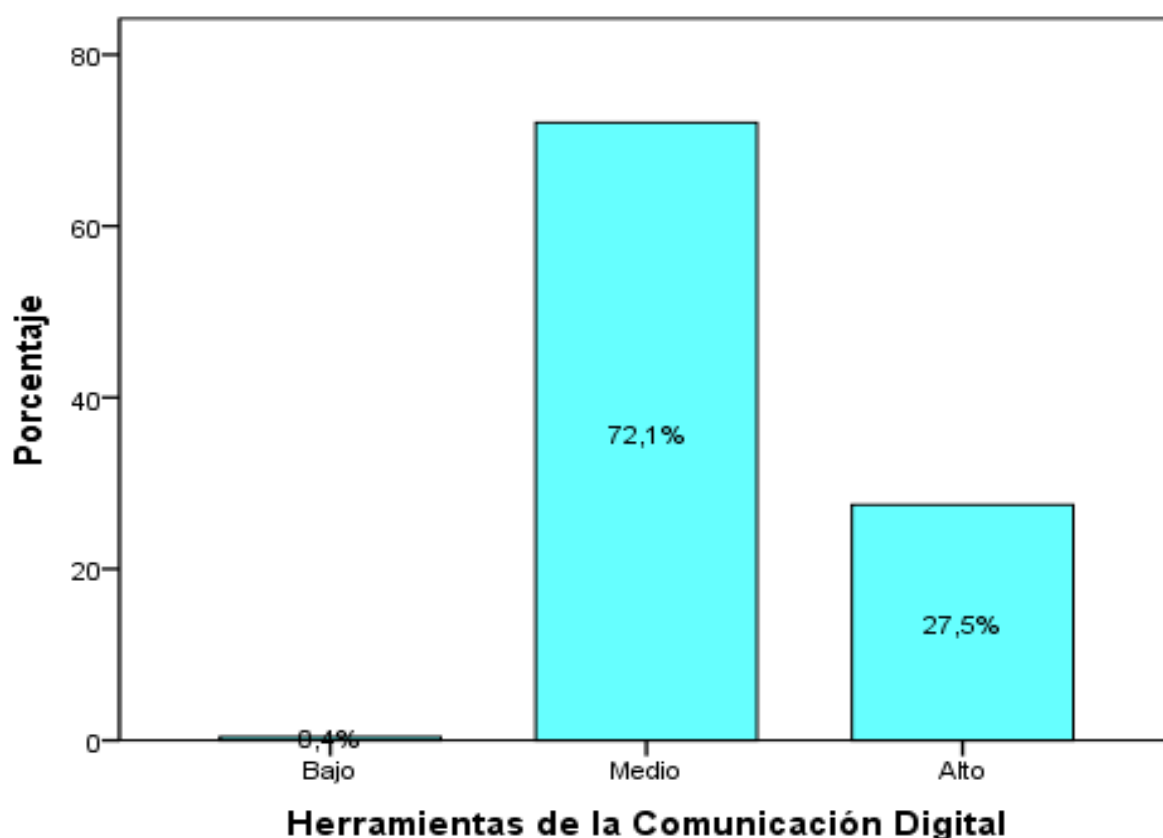
Interpretación: Según los resultados de la pregunta en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 33.8% respondieron “totalmente de acuerdo” y como mínimo el 2.1% “en desacuerdo”.

TABLA N°24

Tabla 24: Distribución numérica y porcentual según la variable “Herramientas de la Comunicación” de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Bajo	1	,4
Medio	173	72,1
Alto	66	27,5
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 24 Distribución numérica porcentual de la variable HCD

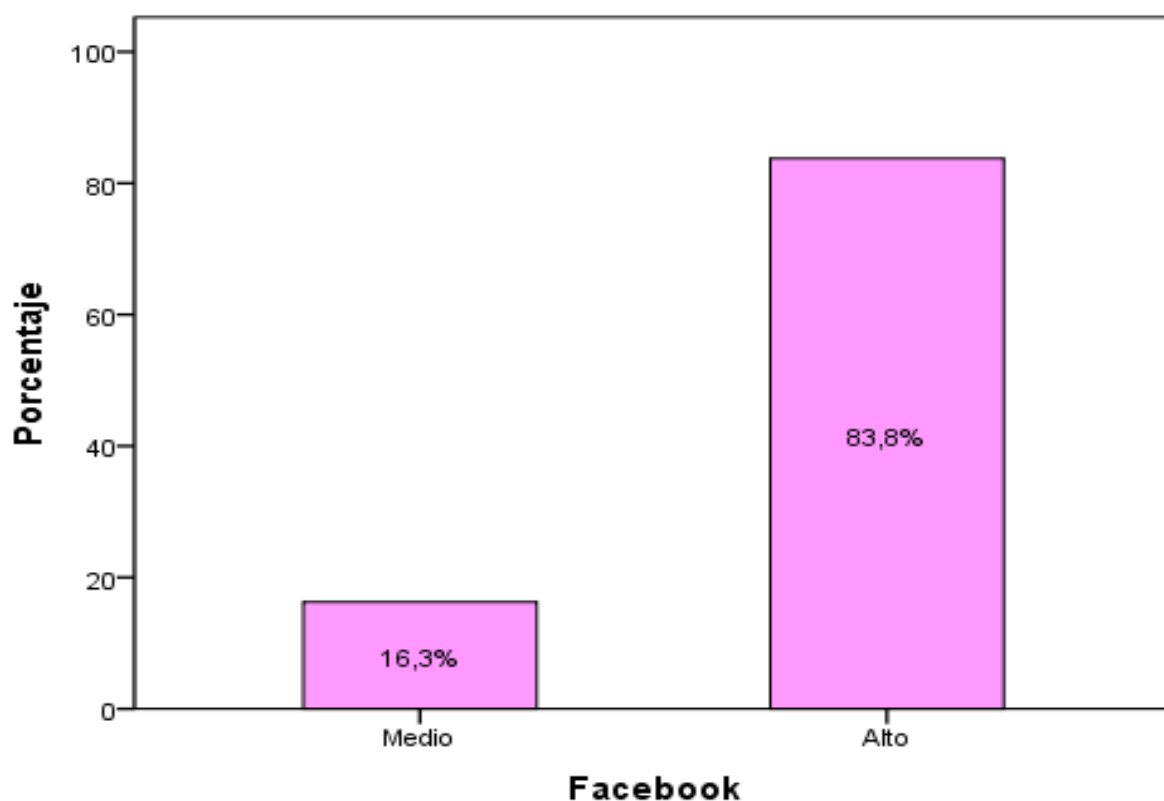
Interpretación: Según los resultados de la variable “Herramientas de la Comunicación” en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 72,1% presentan un nivel medio y como mínimo el 0,4% un nivel Bajo.

TABLA N°25

Distribución numérica y porcentual según la dimensión “Facebook” de la variable Herramientas de la Comunicación en jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, Trujillo – 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Bajo	0	0,0
Medio	39	16,3
Alto	201	83,8
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente Tabla 25: Tabla numérica y porcentual de Facebook

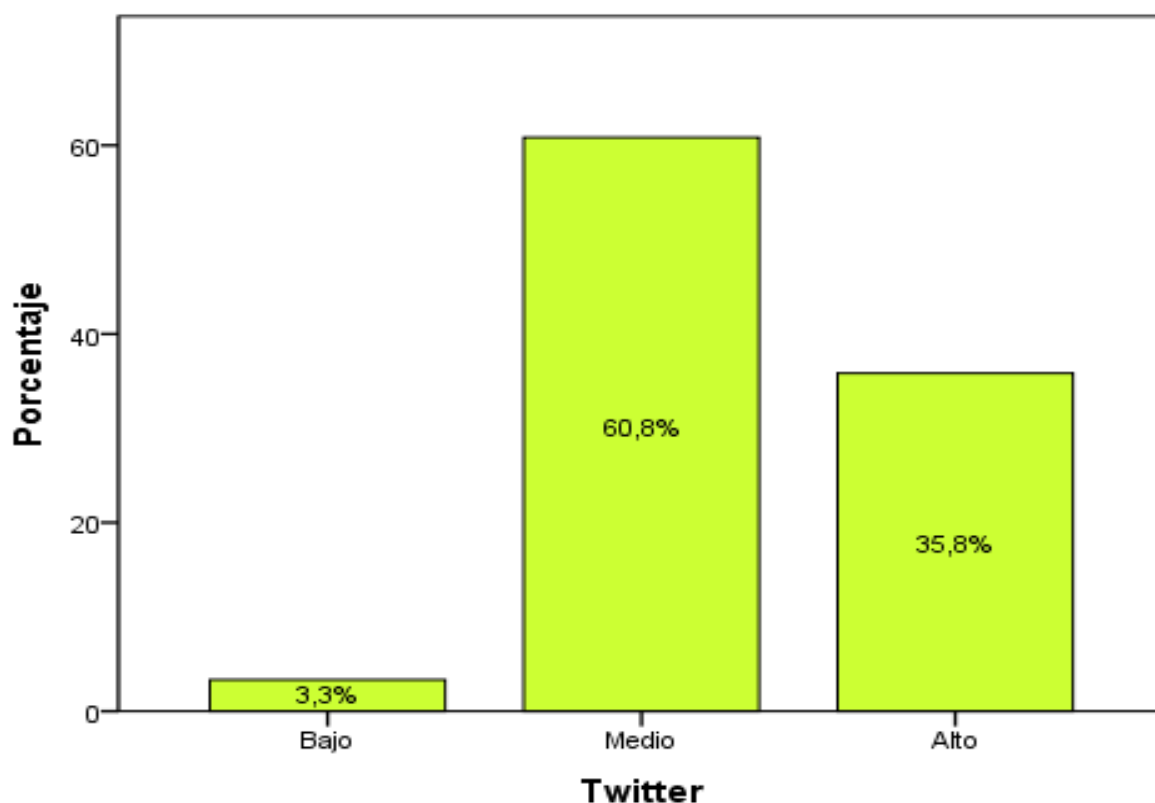
Interpretación: Según los resultados de la Dimensión “Facebook” en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 83,8% presentan un nivel Alto y como mínimo el 16,3% un nivel Medio.

TABLA N°26

Distribución numérica y porcentual según la dimensión “Twitter” de la variable Herramientas de la Comunicación en jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, Trujillo – 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Bajo	8	3,3
Medio	146	60,8
Alto	86	35,8
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente: Tabla 26: Distribución numérica y porcentual de twitter

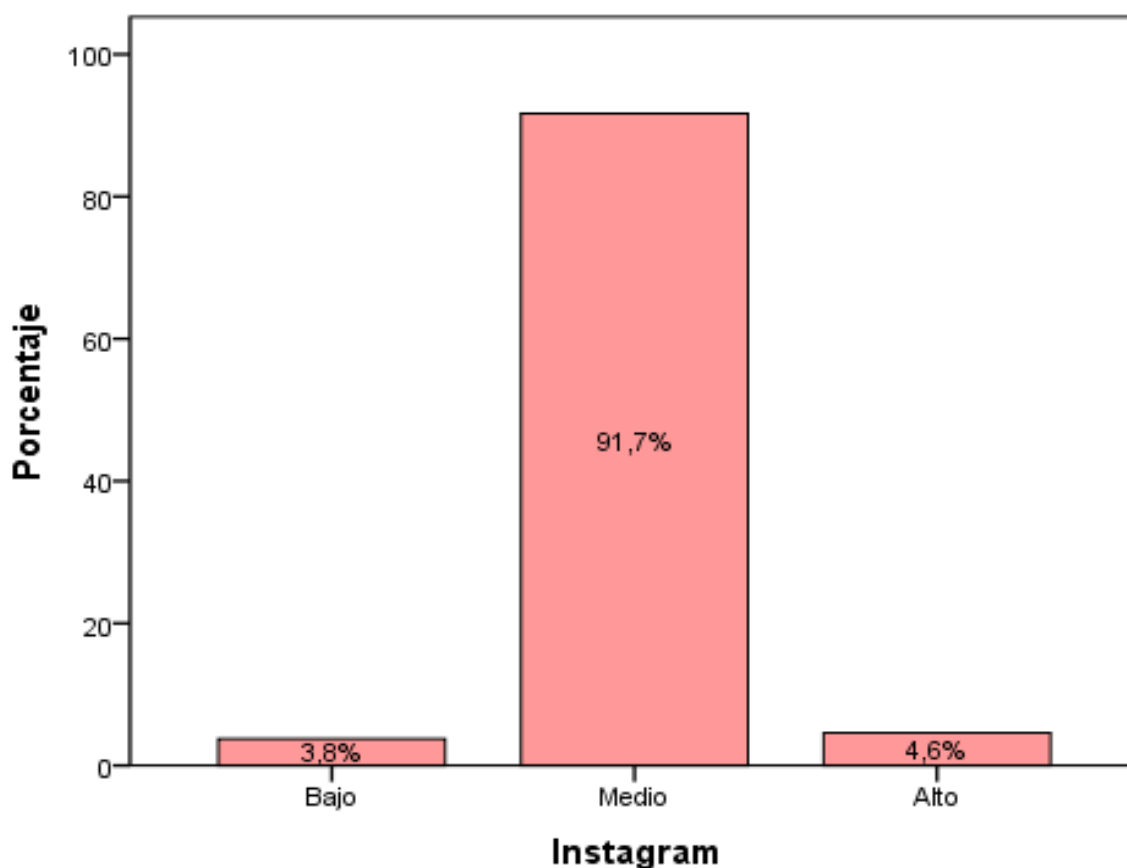
Interpretación: Según los resultados de la Dimensión “Twitter” en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 60.8% presentan un nivel Medio y como mínimo el 3,3% un nivel Bajo.

TABLA N°27

Distribución numérica y porcentual según la dimensión “Instagram” de la variable Herramientas de la Comunicación en jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Bajo	9	3,8
Medio	220	91,7
Alto	11	4,6
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente Tabla 27 Distribución numérica y porcentual Instagram

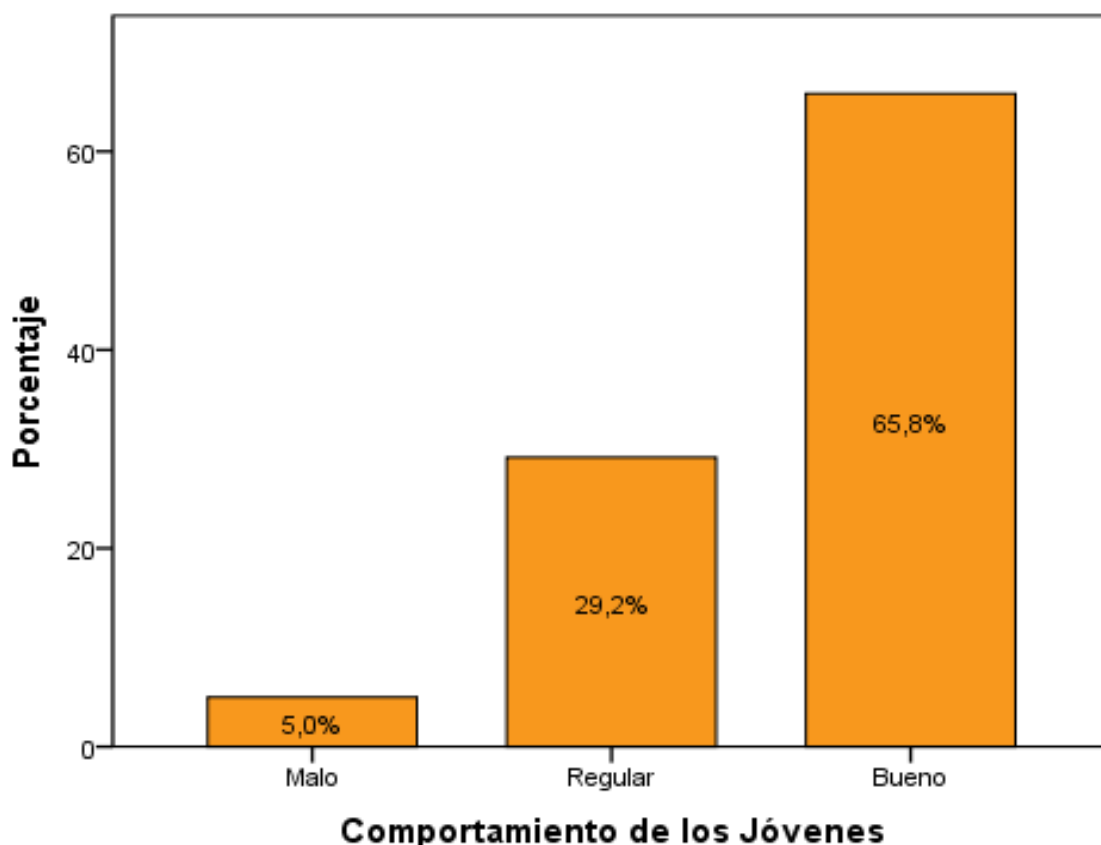
Interpretación: Según los resultados de la Dimensión “Instagram” en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 91,7% presentan un nivel Medio y como mínimo el 3,8% un nivel Alto.

TABLA N°28

Tabla 28: Distribución numérica y porcentual según la variable “Comportamiento” de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

Niveles	N° de estudiantes	Porcentajes
Malo	12	5,0
Regular	70	29,2
Bueno	158	65,8
Total	240	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.



Fuente:Tabla 28 Distribución numérica y porcentual de la variable Comportamiento

Interpretación: Según los resultados de Comportamiento en los jóvenes de 15 a 17 años, encontramos que del 100% de los 240 jóvenes como máximo el 65,8% presentan un comportamiento Bueno y como mínimo el 5% Malo.

TABLA N° 29

Prueba de normalidad mediante Kolmogorov-Smirnov^a según la contingencia entre "Herramientas de la Comunicación Digital" y "Comportamiento" jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho", del año 2018.

Pruebas de normalidad

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
"Herramientas de la Comunicación Digital"	,082	24	,001	,957	24	,000
"Comportamiento de los jóvenes"	,184	24	,000	,892	24	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors.

Según los resultados de la prueba de normalidad, encontramos que el (p – valor) son menores al nivel de significancia estándar de (0.05); por lo tanto, podemos comprobar que ambas variables no tienen una distribución normal, esto indica que utilizaremos las pruebas no paramétricas, siendo así el coeficiente de correlación de Spearman.

TABLA N° 30

Análisis estadísticos mediante la correlación de Spearman y el nivel de significancia “(valor - p)” entre "Herramientas de la Comunicación Digital" y "Comportamiento" a jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

			"Herramientas de la comunicación Digital "	"Comportamiento de los Jóvenes "
Rho de Spearman	"Herramientas de la comunicación Digital"	Coeficiente de correlación	1,000	-,748**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	"Comportamiento de los Jóvenes "	Coeficiente de correlación	-,748**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
		N	20	20

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.

Según los resultados de correlación de Spearman, encontramos que:

La relación entre las variables “Herramientas de la Comunicación Digital” y “Comportamiento de los Jóvenes”, encontramos que el valor de $r = -0.748$ la cual indica que es una correlación Negativa alta, y por otro lado un (valor – p) = 0.000 resultando ser menor a “nivel de significancia estándar” de 0.05, esto nos respalda a que existe relación entre ambas variables.

TABLA N°31

Análisis estadísticos mediante la correlación de Spearman y el nivel de significancia “(valor - p)” entre la dimensión " Facebook" y "Comportamiento" en los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

		" Facebook "	"Comportamiento en los jóvenes"
" Facebook"	Coefficiente de correlación	1,000	-,458**
	Sig. (bilateral)	.	,001
	N	20	20
" Comportamiento en los jóvenes"	Coefficiente de correlación	-,458**	1,000
	Sig. (bilateral)	,001	.
	N	20	20

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

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.

Según los resultados de correlación de Spearman, encontramos que:

La relación entre la dimensión “Facebook” de la variable Herramientas de la Comunicación Digital y “Comportamiento en Jóvenes”, encontramos que el valor de $r = -0.458$ la cual indica que es una correlación Negativa Moderada, y por otro lado un (valor - p) = 0.001 resultando ser menor a “nivel de significancia estándar” de 0.05, esto nos respalda a que existe relación entre ambas.

TABLA N° 32

Análisis estadísticos mediante la correlación de Spearman y el nivel de significancia “(valor - p)” entre la dimensión " Twitter" y "Comportamiento" en los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

		" Twitter"	"Comportamiento en los jóvenes"	
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	-,443**	
	" Twitter"	Sig. (bilateral)	. ,001	
	N	20	20	
	Coeficiente de correlación	-,443**	1,000	
	" Comportamiento en los jóvenes"	Sig. (bilateral)	,001	.
	N	20	20	

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

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.

Según los resultados de correlación de Spearman, encontramos que:

La relación entre la dimensión “Twitter” de la variable Herramientas de la Comunicación Digital y “Comportamiento en Jóvenes”, encontramos que el valor de $r = -0.443$ la cual indica que es una correlación Negativa Moderada, y por otro lado un (valor – p) = 0.001 resultando ser menor a “nivel de significancia estándar” de 0.05, esto nos respalda a que existe relación entre ambas.

TABLA N° 33

Análisis estadísticos mediante la correlación de Spearman y el nivel de significancia “(valor - p)” entre la dimensión " Instagram" y "Comportamiento" en los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho”, del año 2018.

		" Instagram"	"Comportamiento en los jóvenes"
" Instagram"	Coefficiente de correlación	1,000	-,348**
	Sig. (bilateral)	.	,001
	N	20	20
<hr/>			
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	-,348**	1,000
	Sig. (bilateral)	,001	.
	N	20	20

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

Fuente: Instrumento aplicado a los 240 jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho.

Según los resultados de correlación de Spearman, encontramos que:

La relación entre la dimensión “Instagram” de la variable Herramientas de la Comunicación Digital y “Comportamiento en Jóvenes”, encontramos que el valor de $r = -0.348$ la cual indica que es una correlación Negativa Baja, y por otro lado un $(\text{valor} - p) = 0.001$ resultando ser menor a “nivel de significancia estándar” de 0.05, esto nos respalda a que existe relación entre ambas.

CAPITULO V: DISCUSION

El presente trabajo de investigación encuentra como finalidad primordial determinar el grado de relación existente entre las variables herramientas de comunicación digital y su positiva influencia en el comportamiento de los jóvenes. A la culminación de la presente investigación se concluyó con la existencia de una relación entre las variables en mención por ello realizamos la presentación trabajada de las siguientes tablas con la finalidad expresa de demostrar lo planteado en la Hipótesis general: Las herramientas de comunicación digital se relacionan de manera positiva en el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular San José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018.

Tabla n°24: distribución numérica y porcentual según la variable” herramientas de comunicación “de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular san José de los HHMM del año 2018. Respecto a la variable independiente, esta medición se efectúa teniendo en cuenta los niveles provenientes del cuestionario aplicado a los jóvenes con un universo de 240 estudiantes que representan el 100% del cual se nos presenta un 27.5% nivel alto esto se deba tal vez a que las herramientas digitales cautivan a los jóvenes usuarios por sus múltiples aplicaciones y facilidad de comunicación entre ellos ,así como otras características, por ejemplo entretenimiento, compartir una serie de elementos y preferencias en común, frente a un 72.1% que es el nivel medio, el alto porcentaje nos evidencia claramente que ha mayor uso de las herramientas de comunicación digital el comportamiento de los jóvenes será menor, posiblemente porque descuidaran sus estudios por

pasar más horas en el uso de las mismas del mismo modo se presentarían fricciones en el entorno familiar y social, por consiguiente todo esto evidencia la influencia en el comportamiento de los jóvenes debido al alto consumo de estas herramientas y un 0.4% de nivel bajo representado en solamente un encuestado posiblemente porque no se siente a gusto con estas tecnologías.

En tal sentido Piscitelli (2018) asume que la historia de la humanidad se debería dividir antes de google y después de google, el mundo es completamente diferente después de la aparición de google y jamás se volverá atrás, antes de las herramientas de comunicación digital es otra cosa, es como decir la prehistoria tecnológica. En el sexto congreso internacional de innovación tecnológica e informática realizado en la sede de Rosario Argentina de la Universidad Abierta Interamericana, el autor nos dice claramente: “para criticar a este mundo hay que estar metido en él”.

Los tiempos han cambiado, las tecnologías de la información y la comunicación han reconfigurado la vida diaria de los individuos, internet nace en el año 1969 en el 2018 se bordea los dos mil millones, todo esto se torna en algo cotidiano en las prácticas sociales y culturales, estas herramientas tecnológicas van a atravesar todas las áreas del quehacer humano, es como hablar de la médula espinal de toda actividad humana, sin ella no se logra avanzar.

Recuperado de: veneduc.ning.com>profiles>blogs>Alejandro-piscitelli

Piscitelli (2009) en su obra “nativos digitales”, el autor toca la gran importancia de las herramientas de comunicación digital, la presencia de ellas y como el mundo sufre una verdadera transformación tecnológica. Describe a

los nativos digitales como las piezas claves y elementales de este gran paso de la humanidad hacia la tecnología (p.2).

Álvaro Lleo (2008) investigador de los fenómenos digitales en su blog hace referencia a McAfee autor de empresa 2.0, donde realmente define el cambio en todos los aspectos de una sociedad, en donde existen nuevas formas de socializar participando activamente, todo esto a través de las TIC en donde tenemos las plataformas digitales con sus innumerables aplicativos. La aparición de esta nueva forma de comunicarse permite que la juventud especialmente pueda sociabilizar teniendo como sistema los parámetros establecidos por el grupo, todo esto conlleva a un incremento potencial que pueda afectar de muchas maneras el proceso comunicacional, así como la unidad grupal.

Este nuevo uso de tecnología se encuentra inmerso en nuestras vidas diarias lógicamente ha modificado muchos patrones, por consiguiente, ha traído problemas que amerita analizarlos y plantear estrategias a fin de poder cambiar su significancia, de otro lado es más grande el aporte positivo y las ventajas enormes encontradas, llevando a posteriores estudios físico y sociales.

Recuperado de: www.research-publicación.com/228535239-la-web-2.0

Gallo (2012) el uso del internet marca definitivamente un precedente nunca antes visto ,significa un antes y un después ,en tal sentido la lectura y la escritura tradicional se ve afectadas por este fenómeno llamado herramientas digitales, sin lugar a dudas podemos afirmar que una persona que no está en el uso del internet y por consiguiente es ajeno al uso de las herramientas de la comunicación y llanamente si no te encuentras en ningún aplicativo social,

definitivamente no existes para el mundo digital. El internet cambio la manera de pensar, de comportarse e integrarse definitivamente, es un agregado de suma importancia en la sociedad moderna, los jóvenes son los expertos conocedores del uso de estas herramientas por haber nacido con las nuevas tecnologías. (p.3).

Podemos decir que hipótesis general queda comprobada al existir un 27.5% que representa la variable independiente herramientas de la comunicación digital frente a un 0.4 que representa la variable dependiente, cumpliendo el propósito de nuestra investigación al quedar contenida en la primera variable. Según el análisis estadístico, mediante la correlación de Spearman y el nivel de significancia entre las herramientas de comunicación digital y el comportamiento de los jóvenes encontramos que se presenta una correlación negativa con una magnitud alta y un alto grado de significancia, todo esto nos respalda a que existe una relación entre ambas variables.

Tabla n 28: Distribución numérica y porcentual según la variable “comportamiento” de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018, según los resultados de los 240 jóvenes encuestados que representan un 100% tenemos que un 65.8 % que representa a 158 encuestados con buen comportamiento posiblemente esto se deba a un buen entorno familiar donde recibe calidad de educación si como al elevado concepto de moralidad y valores que se imparten en la escuela por tratarse de un colegio particular dirigido por religiosos de la orden Maristas , frente a un 5 % que equivale a 12 encuestados que evidenciaron un mal comportamiento, tal vez se deba a los cambios psicosomáticos que atraviesan los jóvenes en esta etapa de

madurez emocional, siendo esta la que refleja un comportamiento negativo en los jóvenes, no todos reaccionan de igual manera ante el desarrollo hormonal. Castells (2012), en su artículo “internet y la sociedad red”, refiriéndose a las nuevas tecnologías describe que son instrumentos que van a desarrollar los comportamientos, pero no los cambian, más bien, son estos comportamientos los que van a relacionarse, por tanto se amplifican y se van a potenciar a partir de lo que son. Recuperado de: (<http://tecnologiaedu.us.es>)

En el comportamiento existen interacciones emotivas y afectivas, así describe Antonio Damasio (2009) sosteniendo que: “las neuronas que representan la acción de otro sujeto, activan los procesos de imitación y empatía”, precisamente las redes sociales son una estimulación de estas preferencias, a partir de ello se puede comprender muchos estados emocionales y patrones de comportamiento. (Damasio, 2009, p.197).

En tal sentido tenemos un 65.8% de alumnos con buen comportamiento frente a un 5% de mal comportamiento cantidad mínima comparada con el nivel de muestra, quedando demostrado el comportamiento de los jóvenes que es la variable dependiente en nuestra investigación.

Teniendo en cuenta nuestra primera hipótesis específica: el Facebook como herramienta de comunicación digital influye de manera positiva en la afiliación del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los HHMM del distrito de huacho del año 2018. Tenemos para su comprobación la relación significativa entre interacción y pertenencia que puede ser sustentada por la comprobación estadística de la correlación aplicada en este trabajo por medio de la:

Tabla n° 2: distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la segunda pregunta ¿la red social Facebook permite una interacción efectiva entre los usuarios? Según los resultados de la pregunta encontramos que los 240 encuestados que representa el 100% el 56.7 % manifestaron estar de acuerdo con la pregunta y consideran al Facebook como una herramienta interactiva es efectiva tal vez se deba a que su utilización de esta plataforma cumple a cabalidad sus necesidades de comunicación con otros usuarios mientras que un 13.3% manifestaron estar “poco de acuerdo”, posiblemente para ellos no representa una interacción efectiva porque han tenido malas experiencias con el uso de la red social, por múltiples causas como podría ser desconocimiento de algunas recomendaciones efectuadas para el uso de la plataforma, también podría darse por no recibir comunicación de retorno por parte de los amigos, entre otras. El Facebook, en calidad de herramienta de la comunicación digital es una de las más usadas en el mundo entero porque presenta características que satisfacen las necesidades de los usuarios, en tal Sentido Gallo (2012) se refiere al facebook como que está presente en la actividad diaria de los jóvenes, es sin lugar a dudas un espacio de inmediatez e interacción que se fortalece con el avance tecnológico frente a los medios tradicionales que eran unidireccionales, hoy hablamos de una comunicación Interactiva, cada vez más fuerte que sin lugar a dudas coloca a los jóvenes en un nicho social modificando sus comportamientos y conductas, también existen grupos reducidos de usuarios que estarán siempre en desacuerdo con este tipo de comunicación.

Estas plataformas nuevas digitales crearon un fenómeno que tiene una significancia de existencia, esta existencia es de si y solo si estas conectado,

entonces tienes una identidad social. En donde la comunicación dejó de ser tradicional, ahora es totalmente diferente y con participación directa e inmediata, creándose una interacción en ambas direcciones.

Nos dice que todos los aparatos de comunicación responden a la inmediatez, en donde mantener una forma de atención resulta primordial, donde se puede definir como un sí estoy conectado, entonces mi vida cobra sentido porque existo para el resto del mundo. En tal sentido la influencia que tiene en las conductas es irreversible, creando teorías, nuevos conceptos de cosas inusuales que antes del internet jamás existieron (pp. 25 - 26).

Respecto al cuestionario de la pregunta N°2 tenemos un 56.7% de encuestados que manifestaron estar de acuerdo con la interacción efectiva de los usuarios en la red social Facebook, mientras que 13.3% dieron una respuesta negativa quedando de esta manera comprobado que si existe una relación en la primera hipótesis específica. En lo concerniente a los análisis estadísticos mediante la correlación de Spearman entre la dimensión Facebook y comportamiento en los jóvenes encontramos que se encuentra una correlación negativa, con una magnitud fuerte y un alto grado de significancia, estos resultados nos respaldan la existencia de una relación entre ambas.

Tabla n° 15: distribución numérica y porcentual según el cuestionario 15° con respecto a la pregunta ¿la pertenencia es una necesidad en el comportamiento de los jóvenes? Encontramos que de los 240 encuestados que representan el 100% el 58.3, se mostraron en acuerdo con la pregunta porque consideran que efectivamente la pertenencia es una necesidad juvenil debido al impulso que sienten por encontrarse en una etapa de tránsito hacia

la madurez y necesitan estar enmarcados en un nicho social que encuentran de acuerdo a sus preferencias. Mientras que un 11.7% de encuestados se mostraron en desacuerdo con respecto a la pregunta tal vez porque no se sienten atraídos por el momento frente a la necesidad de inserción en determinados sectores sociales, todo sería cuestión de dar un espacio de tiempo, porque los jóvenes al encontrarse en una transición conductual muchas veces no ejecutan una acción de suscripción inmediata, tal como nos lo dice Gallo (2012) que “la red social facebook funciona como un vehículo que promueve lazos de amistad, afecto, aparecen nuevos lazos de afiliación y pertenencia, inclusive podríamos hablar de amor, aquello que era subjetivo pasa a convertirse en real, bajo conceptos diferentes a los acostumbrados, es una nueva forma de interactuar socialmente, mas no significa que es de menos calidad a las conocidas anteriormente.

Facebook funciona en el ciber espacio, por tanto, los afectos, pertenencia, afiliación y manera de relacionarse es lo mismo que en la forma real, con la diferencia que se va a prescindir de los cuerpos, por tanto, no hay contacto físico, aunque ocurren experiencias dentro de esos parámetros (pp. 30 - 31).

El sociólogo Maigret (2006) afirma que la identidad: “Remite a la noción de compartir, reconocerse y pertenecer a un grupo” (maigret, 2006, p.15). Así lo entiende Piscitelli (2010) al referirse al facebook como una creación basada en lazos reales existentes, jamás se imaginó que todo esto pueda trasladarse al mundo virtual, convirtiendo la estructura de esta plataforma social en un reflejo real de la sociedad (Piscitelli, 2010, p.9).

En este aspecto concluimos coincidentemente con Gallo (2012) que deja claramente el sentido de afiliación en donde los usuarios se agrupan y

pertenecen al grupo virtual, la pertenencia ofrece un nicho social de estabilidad y referencia social (Gallo,2012, p.58).

Requena (2008) aclara que toda acción humana que necesite de la integración y asumir relaciones que lo encuadren en determinados espacios sociales, podemos entenderlos como un sentido de suscripción inmediata, es llevar al sujeto hacia algo que lo circunscribe en un determinado grupo con característica y afinidades comunes, existiendo excepciones. La pertenencia es un fenómeno demasiado complejo en donde intervienen diferentes aspectos, en donde convergen las identidades y las expectativas del futuro, actualmente el sentido de pertenencia está más sujeto al futuro y a las nuevas tecnologías que a las raíces tradicionales el sentido de pertenencia en los jóvenes es ese sentir de ser reconocidos que los ayuda a elevar su autoestima, de estar en algo, de pertenecer a un entorno de su preferencia y elección.

Recuperado de: <http://rusc.uoc.edu>.

Concluimos coincidentemente con Gallo (2012) que deja claramente el sentido de afiliación en donde los usuarios se agrupan y pertenecen al grupo virtual, la pertenencia ofrece un nicho social de estabilidad y referencia social (Gallo, 2012, p.58).

En tal sentido comprobamos que frente a la pregunta n°15 del cuestionario tenemos un 58.3% manifestaron estar de acuerdo frente a la pregunta planteada, mientras que un11.7% dijeron estar en desacuerdo. Claramente queda establecida con la demostración porcentual la interrogante planteada. En la segunda hipótesis específica denominada: el twitter como herramienta de la comunicación digital influye de manera positiva en la seguridad del

comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018 ,tenemos para su comprobación la relación significativa entre tendencia y estabilidad (entorno social) que recibe el sustento pertinente de la comprobación estadística de la correlación aplicada del presente trabajo de investigación

Tabla n° 8: distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 8° pregunta ¿el twitter es tendencia porque es una red multiplataforma? Del 100% de encuestados encontramos que 55.9% están de acuerdo, tal vez porque logra satisfacer efectivamente sus necesidades de comunicación digital, resultándole practica en su uso, mientras que un 13.4% manifestó estar inconforme esto podría darse tal vez por no saber aplicar el correcto uso de los enlaces con las otras plataformas digitales o sencillamente porque no están de acuerdo en que twitter como red social no representa una tendencia para ellos debido a que utilizan otro tipo de plataformas digitales. El creador de esta plataforma digital nos describe las características de la misma y su cercanía con la juventud. En tal sentido sostiene:

Dorsey (2015) el twitter es una herramienta de la comunicación digital en donde se puede construir una red social encima de twitter y por eso se considera una plataforma de comunicación, esa versatilidad unida pasa a ser multiplataforma, en donde está conectada, sincronizada sin la necesidad de entrar a un navegador ,esa funcionalidad la convierte en preferida por el usuario joven, ellos ven en esta herramienta de comunicación un apoyo en sus vidas diarias, tácitamente implica familiaridad, en donde se instalan cómodamente por su conocimiento funcionalidad y diseño.

Dentro de las características tenemos: asimétrica, e breve hipertextual se ha hecho descentralizada, se identifica por ser global posee concepto intuitivo, es una red multiplataforma. Recuperado de <https://elpais.com.actualidad>.

En tal sentido nos dice Gallo (2012) el engaño en la realidad virtual existe, las personas pueden ser engañadas, en los espacios cibernéticos, en las redes de carácter social debido a que el público juvenil no maneja bien los parámetros de comportamiento, ellos tienden a ver los contactos como familia y como las redes son de fácil acceso existe información que muchas veces no es veraz y por su misma estructura de las redes sociales no permite una verificación a diferencia de un control personal, en la web existe gran cantidad de perfiles falsos creados especialmente para causar algún daño. (p.17)

Las redes sociales presentan perfiles falsos que incluyen fotografías, datos creando un verdadero peligro para los usuarios, siendo los jóvenes los más frágiles, porque se encuentran en un proceso de maduración emocional (p.35)

Así lo deja establecido Foucault (2004) las plataformas sociales permite que los cibernautas puedan conectarse con otras redes sociales desde el twitter en este caso específico esta novedosa tecnología sin lugar a duda otorgó licencia para poder engañar a los usuarios del servicio, solo se necesita de por medio un computador conectado a la red. En su libro: “vigilar y castigar” nos habla de

las inseguridades en las redes sociales, en donde no existe control alguno, porque los usuarios se quitan la careta, dejando de lado la propia identidad por la que eran reconocidos dejando aflorar un ser totalmente diferente (p.201).

El anonimato crea una tremenda inseguridad a tal punto que desconocemos el origen de la información en muchos casos, en palabras de Castells:” las nuevas tecnologías permiten mantener el anonimato del mensaje y borrar sus huellas [...] haciendo difícil, la interceptación del mensaje y la identificación del mensajero” (Castells, 2001, p.57).

De esta manera podemos precisar que frente a esta interrogante tenemos 55.9% de encuestados que están en acuerdo, mientras que un 13.4% que manifestaron estar en desacuerdo respecto a la pregunta quedando demostrado en este sentido el planteamiento establecido. En tal sentido queda comprobada la segunda hipótesis específica corroboramos nuestra respuesta basándonos en los análisis estadísticos mediante la correlación de Spearman y el nivel de significancia entre la dimensión twitter y el comportamiento en los jóvenes, encontrando que existe una correlación negativa con una magnitud fuerte y un nivel alto de significancia, respaldándonos que existe una relación entre ambas.

Tabla n°16: distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 16° pregunta ¿los jóvenes consideran estable tener el mismo entorno social? Según los resultados arrojados después de aplicar el instrumento encontramos que de los 240 jóvenes encuestados que representan el 100% , tenemos un 79.2% que reaccionaron de forma positiva, ellos consideran que es de necesidad mantener el mismo entorno social en el cual se desenvuelven, mientras que un 14.6% se manifestaron en contra de la pregunta posiblemente esto se deba a que estos jóvenes aun no alcanzan la madurez necesaria acorde a su edad cronológica porque su comportamiento se encuentra en una etapa de afianzamiento por eso es que se sienten

cómodos interactuando con las personas conocidas y en los espacios que siempre frecuentan, esto representa su zona de “confort”

Cuando hablamos del comportamiento de los jóvenes, por ser una etapa de transición es difícil delimitar a todos en un mismo contexto, porque existen una serie de factores personales y situaciones sociales, que hace variar las respuestas en cada uno de ellos frente a emociones comunes, el grado de madurez es propio, así lo entiende Seoane (2015) que los individuos jóvenes son seres cambiantes, en donde no está definido su verdadero carácter. La investigadora toma definiciones de Viñar (2009) en donde plantea que la adolescencia y juventud es significativa y más que hablar de tiempo de vida, es un proceso de transformación mental, en donde existen logros y fracasos (p.15). Existen una serie de factores que nos llevan a estudiar estas conductas, precisamente por ser cambiantes e influenciables, así deja constar al incluir apreciaciones de Quiroga (2004) en donde considera que la adolescencia y juventud es una época de transición con muchos problemas y nuevos retos que deben ser resueltos rápidamente, ya que cuenta el sujeto con apariencia física de adulto pero con una psiquis en proceso de madurez (p.16).

Cada vez se están realizando nuevos estudios e investigaciones para determinar conceptos en cuestión de esta etapa de transición humana, según las averiguaciones de Seoane (pp. 5 -6).

Se considera que la aparición de las herramientas digitales debe crear conciencia del peligro que estas encierran precisamente a los jóvenes, porque ellos son más vulnerables, mientras aumenta su sentido de popularidad crece el riesgo, hoy en día es imposible que los adolescentes y jóvenes sean

retirados del uso del internet y sus múltiples plataformas digitales e innumerables aplicaciones, concedores de estas nuevas conductas padres y especialistas son conscientes que por tratarse de nativos digitales es su rutina a lo largo del día navegar en ellas. Así como existen estas, debería también existir un sistema de regulación creando una especie de advertencia y orientación, conformando una ciudadanía digital con la finalidad que los usuarios juveniles puedan navegar con responsabilidad teniendo muy claro el concepto de responsabilidad. Por ello:

Realizando el análisis respectivo en la distribución numérica y porcentual visualizamos en la tabla n° 16 que los valores positivos representan un 79.2% de nuestro enunciado frente a un 14.6% que consideraron que no es prioridad el entorno social, en este caso podemos darnos cuentas que la mayoría respondió positivamente, de esta manera dando respuesta a nuestra pregunta del cuestionario.

Presentando nuestra tercera hipótesis específica :el instagram como herramienta de comunicación digital se relaciona de manera positiva con la responsabilidad del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018.Tenemos una relación significativa entre valores y logros (responsabilidad) que puede ser sustentada por la comprobación de datos estadísticos de la correlación aplicada en el presente trabajo ,comprobando la relación entre variables.

Tabla n°10: distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 10° pregunta ¿el instagram como red social de los personajes públicos difunde valores en sus comunicaciones? encontramos que de los 240 encuestados

que representan el 100% manifestaron estar de acuerdo un 56.6 % posiblemente porque siguen a estos estos personajes ,sintiendo una identificación con ellos ,este fenómeno se da con los “influencers” ,que representan un sentir juvenil basándose en ese criterio se convierten en sus seguidores de forma automática sin ningún tipo de cuestionamientos de otro lado un 12.9 % manifestó no estar de acuerdo en que instagram difunde valores a través de los personajes públicos, posiblemente se deba a que los personajes públicos o “influencers” no son de su preferencia por lo tanto no se sienten atraídos por ellos también podría ser que no tienen interés en esta plataforma social.

Considero que el instagram representa una revolución en las redes sociales por su carácter versátil bastante identificatorio por los personajes públicos mediáticos, a través de ella se puede interactuar con ellos, cosa que resulta bastante atractiva para los jóvenes usuarios que necesitan una identificación, el uso del instagram permite construir redes de aprendizaje individuales, todo esto conlleva a una responsabilidad en el uso de esta plataforma social. Por eso debería usarse en un contexto educativo, para fomentar nuevas metas de aprender marcando una diferencia con otras por su sentido específico de llegada al público juvenil especialmente.

En donde sus apreciaciones de carácter de personajes públicas pueden ser beneficiosas o demoledoras, debido a la cantidad de usuarios que los siguen. En esta nueva tecnología percibimos que la interacción se muestra en distintas formas de la vida cotidiana especialmente por su carácter de ser una red social que contiene visualizaciones a través de las fotografías, esta aplicación especialmente para celulares inteligentes crece de manera

exponencial por su versatilidad e inmediatez, así como el atractivo visual que representa.

Por lo cual podemos deducir que en la red social Instagram los porcentajes de influencia positiva es decir aquellos que están interesados en que la red social instagram, difunde valores en sus comunicaciones tenemos un 56.5 esto se deba tal vez a que son seguidores de personajes públicos y se sienten identificados con ellos por ser de su preferencia así mismo un 12.9 % manifestó estar en desacuerdo frente a la pregunta establecida, en tal sentido queda demostrada nuestra interrogante.

En lo que respecta a los análisis estadísticos mediante la correlación de Spearman y el nivel de significancia entre la dimensión instagram y comportamiento en los jóvenes, encontramos una correlación negativa con una magnitud baja y un nivel de significancia estándar, esto nos respalda a que existe relación entre ambas. En tal sentido damos por comprobada la tercera hipótesis específica.

Tabla n°22: distribución numérica y porcentual según el cuestionario de la 22° pregunta ¿el comportamiento de los jóvenes cambia según los logros obtenidos? Según los resultados de la pregunta de 240 jóvenes encuestados que representan el 100% tenemos un 55% que manifestaron estar de acuerdo con la interrogante planteada podría ser tal vez por las experiencias adquiridas, esto conlleva a un grado de madurez capaz de comprender el real sentido de la interrogante y compararla con episodios propios de vivencia .De otro lado un 13.4 % se mostró en desacuerdo con la pregunta referida posiblemente esto se deba a la poca motivación que encuentran en su medio

que conlleva a la falta de interés en realizar actividades que puedan brindarles conductas satisfactorias.

Philip Rice (2008) Los adolescentes se encuentran en una etapa que se inicia al tomar el control de su vida, esta sufre una transformación que se va reglamentando con el paso del tiempo hasta tener un control total, todos estos procesos emocionales son propios de los jóvenes, son conocidos como autonomía emocional, podemos entenderla como capacidad que tiene el ser humano en transición para la toma de decisiones, en la actuación individual con estricto sentido de responsabilidad. Cuando se logran se establecen identidades a fin de lograr hacer una evaluación de los recursos y sobre todo las responsabilidades teniendo un concepto preciso de quien es y qué es lo que quiere llegar a ser (p.5).

En el mismo camino se encuentra Bauman (2013) en su libro de la vida líquida en donde expone que las relaciones virtuales son de fácil entrada y salida, sin responsabilidades, relaciones muy ligeras (p.13). Dejando sentado en precedente que las relaciones por internet nunca hubieran sido exitosas sin la desaparición de la responsabilidad y el compromiso, es una tierra donde no existe obligación alguna (p.92).

Estas relaciones son prácticas así las describe Gallo (2012) afirma que todo cuanto es publicado, puede aparecer multiplicado o desaparecer tan solo en un clic, no existen los términos ambiguos, el lenguaje es directo y muchas veces escondido en un perfil falso, sin responsabilidad alguna (p.16).

En tal sentido podemos afirmar que los encuestados manifestaron estar de acuerdo con respecto al comportamiento de los jóvenes según los logros obtenidos, arrojando una cantidad de 55. % con nivel positivo frente a un

13.4% de nivel negativo, por tanto, quedaría demostrada la respuesta en nuestra encuesta realizada.

Para culminar con este capítulo de discusión sostenemos que según los datos estadísticos obtenidos en la presente investigación se demuestra que existe una correlación entre ambas variables, es decir entre la variable dependiente herramientas de comunicación digital sus respectivas dimensiones e indicadores y la variable dependiente comportamiento con sus respectivas dimensiones e indicadores ,por lo cual podemos sostener que se rechaza la hipótesis nula aceptando la hipótesis de investigación las herramientas de comunicación digital se relacionan de manera positiva en el comportamiento de los jóvenes concluyendo que de acuerdo a las evidencias demostradas indica que existe una correlación negativa alta con una significancia estándar de 0.05 que se traduce en a mayor herramientas de comunicación digital menor comportamiento en los jóvenes.

CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación encuentra como finalidad primordial determinar el: Grado de relación existente entre las variables herramientas de la comunicación digital y su positiva relación en el comportamiento de los jóvenes del colegio Particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018. A la culminación de la presente investigación se concluyó con la existencia de una relación entre las variables en mención. Llegando a las siguientes conclusiones:

Primero: en la variable las herramientas de la comunicación digital observamos que los flujos se dan en una dirección negativa existiendo relación entre las variables independiente herramientas de la comunicación digital como la variable dependiente comportamiento. En tal sentido las herramientas de comunicación digital despiertan el interés de los jóvenes, el uso de nuevas tecnologías es alentador, frente a estas innovaciones necesarias debemos establecer ciertos patrones de uso con la finalidad influya de manera positiva y no sufran un refuerzo negativo en el comportamiento y conducta de los jóvenes usuarios.

En tal sentido podemos sostener que la variable independiente herramientas de la comunicación digital y la variable dependiente comportamiento se relacionan en un 27.5%, indicando que a mayor uso de herramientas digitales menor comportamiento en los jóvenes.

Segundo:

Podemos concluir que el Facebook como herramienta de comunicación digital tiene una relación, presentando una dirección negativa en la afiliación del comportamiento, existiendo una interacción entre ambas porque el Facebook presenta como requisito de existencia la integración de usuarios, esto hace que los jóvenes modifiquen el comportamiento dado que es una característica propia de ellos por el proceso de transición que atraviesan es precisamente la necesidad de pertenencia y de integración hacia algo que despierte su preferencia. En tal sentido la variable dependiente comportamiento queda contenido en la variable independiente herramientas de la comunicación digital en su 56.7%.

Tercero:

Podemos concluir que el twitter como herramienta de la comunicación digital tiene una relación, presentando una dirección negativa en la seguridad del comportamiento de los jóvenes, el resultado obtenido después de aplicar el instrumento arroja que más de la media considera como una red tendencia multiplataforma, en tal sentido podemos percibir que por muchas de sus características es preferida por la juventud viendo en esta herramienta un sentido de familiaridad ,esto conlleva a que se sientan cómodos ,seguros en un entorno conocido ,por lo tanto podemos afirmar categóricamente que existe una relación entre la variable independiente y la dependiente en un 55.9%

Cuarto:

Podemos llegar a la conclusión que el Instagram como herramienta de

comunicación digital tiene una relación, presentando una dirección negativa en la responsabilidad del comportamiento de los jóvenes difundiendo valores a través del contenido publicado por personajes públicos así lo demostraron al estar de acuerdo la mayoría de encuestados.

El instagram es una herramienta muy poderosa usada por personajes públicos en donde van a difundir sus contenidos interactuando con los usuarios.

Precisamente la preferencia que presentan por estos personajes públicos o líderes de opinión, hace que estos jóvenes se sientan influenciados llegando a cambiar gustos, preferencias y comportamientos.

Debido a que el comportamiento de los jóvenes se encuentra en una etapa de transición, camino a una identificación conductual positiva en valores, ellos tienden a identificarse con personajes mediáticos. Por lo tanto, es comprobable que existe una interacción entre las dos variables quedando contenida en un 56.6%

La presente investigación representa una gran utilidad porque evidencia el diagnóstico de una realidad actual en el comportamiento de los jóvenes como es el uso y la influencia de las nuevas tecnologías y su aplicación en la vida diaria, logrando convertirla en una necesidad diaria en todos los estamentos de nuestra sociedad.

Finalmente quedó demostrado que a mayor uso de las herramientas digitales de comunicación el joven presentará un menor comportamiento, por lo tanto es necesario realizar planes, estrategias a fin de obtener resultados que tengan como fin el conocimiento y buen uso de las plataformas de comunicación digital logrando un comportamiento positivo en los jóvenes.

RECOMENDACIONES

Se recomienda:

Realizar un proyecto de mejoras en el uso de las herramientas de comunicación digital utilizando la comunicación interna como estrategia de un canal informal a fin de lograr la participación conjunta de padres, maestros, especialistas y alumnos con la finalidad de reforzar el comportamiento y la conducta positiva de los jóvenes.

Desarrollar una estrategia conjunta a través del Facebook como canal de comunicación, en donde se impartirá temas relacionados con el comportamiento juvenil, el sentido de afiliación y pertenencia.

Organizar concursos interactivos utilizando el twitter con la finalidad de lograr una comunicación con fidelidad del mensaje en donde se podrá participar activamente socializando con los jóvenes con la finalidad de conocer sus problemas y necesidades.

Elaborar un proyecto de difusión de medios digitales a través del instagram en donde se pueda transmitir contenidos que evidencien valores, logros y sentido de responsabilidad utilizando el material digitalizado por personajes públicos

Fuentes de información bibliográficas

- Anyosa, S. (2011). *Relación que existe entre el uso de las redes Sociales y las entidades Públicas de la Provincia de comunicación y el modelo de relación pública*. (Tesis de maestría). Universidad Particular de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Barbero, J. (2001). *Al sur de la modernidad: comunicación Y globalización*. Pittsburgh: Nuevo Siglo.
- Barbero, J. (2007). *Investigar las culturas en Latinoamérica: Memorias con algunos trazos generadores de futuro*. Revista ECA. Volumen 63. Número 715-716. Noviembre-diciembre. El Salvador.
- Bredea, G. & Coifet, P. (2000). *Tecnologías de la realidad virtual*. España: Paidós
- Baumann, Z. (2005). *vida líquida*. España: Paidós.
- Bauman, Z. (2003). *amor líquido*. Buenos Aires: Fondo de la cultura económica de Argentina.
- Bisquerra, R. (2008). *Educación para la ciudadanía y convivencia, El enfoque de la Educación Emocional*. Madrid: editorial Wolters.
- Cárdenas, C. (2015) *la comunicación digital mediante redes Sociales de organizaciones públicas*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Castells, M, (2012). *la galaxia internet*, Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2009). *comunicación y poder*, Madrid: Alianza.
- Castells, M. (1997). *la sociedad red; una visión global*. Madrid: Alianza.
- Castillo Atoche, Iracenia, Castillo Atoche, Isabel (2008) *aplicación de un plan de acción “vivamos en armonía “utilizando estrategias afectivas en el*

comportamiento escolar de los estudiantes del primer grado de secundaria de la institución educativa Javier Pérez de Cuellar del asentamiento humano Villa Primavera de Sullana en el año 2008. (tesis de maestría). Universidad Privada de Piura.

Costa, J. (2001). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía.

Echevarría. (2002) *¿Internet en la escuela o la escuela en internet?* Revista de educación y futuro.

Echeburúa, E, & de Corral. (2010). *Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un reto*. Revista de sociedad, drogas y alcohol.

Habermas, I. (1998). *Facticidad y validez: sobre el derecho y el Estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*. Madrid: Trotta.

Madariaga, C, & Abellos, R. (2010). *redes sociales: infancia, familia y comunidad*. Barranquilla: Uninorte.

Madrigal, R. (2015). *instagram como herramienta de comunicación publicitaria: el caso made with lof* (tesis de licenciatura). Universidad de Sevilla, España.

Martos, E. (2010). *Análisis sobre las nuevas formas de comunicación a través de las comunidades virtuales y sociales*. Valencia: Gandía, universidad de Valencia.

Maigret, E. (2009). *sociología de la comunicación y de los medios*. Bogotá: Nacional.

Mattelart, A. (1997). *historia de las teorías de la comunicación*. Madrid, España.

- Morán, R. (2006). *Educandos con desórdenes emocionales y conductuales*. San Juan, Puerto Rico: editorial de la Universidad de Puerto Rico.
- Marín, R. (1993). *los valores, objetivos y actitudes en educación*. Valladolid: Miñan.
- Méndez (2001) *¿cómo educar en valores?* Madrid: Miñan.
- Ortega, L. (1988). *La modernización de las administraciones públicas*, Madrid: Siglo XXI.
- Piscitelli, A (2009). *nativos digitales, dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de participación*. España: Siglo XXI, Santillana.
- Piscitelli, A. (2010). *el proyecto Facebook y la post universidad*. Madrid: Ariel.
- Saló, N. (2005). *Aprender a comunicarse en las organizaciones*. ediciones Paidós Ibérica. Barcelona, España.
- Kaplan, .M y Haenlein, M (2010) *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, : Business Horizons.
- Requena. (2008). *redes sociales y sociedad civil*. España: Alianza.
- Rheingold.H. (1996).*la comunicación virtual*. Barcelona: Gedisa.
- Rehingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes*. Barcelona: Gedisa.
- Rice, P. (2000). *adolescencia: desarrollo, relaciones y cultura*. Novena edición. Barcelona: Anagrama.
- Rodríguez. (2002). *Comunicación y cultura juvenil*. Barcelona: Ariel.
- Rice. (2002). *adolescente: desarrollo, relaciones y cultura*. España.
- Salcedo, I. (2016). *Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes Universitarios de una universidad particular de Lima*. (Tesis inédita de maestría). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.

- Salcedo, R. (2017). *redes sociales y autoestima de estudiantes del vii ciclo de la institución educativa Beata Ana María Javouhey del Callao 2017.* (tesis de licenciatura). Universidad Cesar Vallejo.
- Seijo. (2009). *los valores desde las principales teorías axiológicas: cualidades Apriorísticas e independiente de las cosas y los actos humanos.* Mérida: editorial de la Universidad de los Andes.
- Stearn, A. (2015). *Make Instagram work for your Business. The complete guide to marketing your business, generating leads, finding new customers and building your brand on Instagram*
- Wallace, P. (1999). *la psicología del internet.* Barcelona: Cambridge University.press.
- Zechetto, V. (2002).*la danza de los signos.* Ecuador: Abya yala.

Fuentes de información electrónica

- Arnold, W. (1962) *la seguridad y sus conceptos básicos.* Recuperado de: [https://](https://Es.wikipedia.org/wiki/seguridad_conceptos-básicos)
- [Es.wikipedia.org/wiki/seguridad conceptos-básicos](https://Es.wikipedia.org/wiki/seguridad_conceptos-básicos)
- Burgueño, P. (2009) tipos y clasificación de las redes sociales. Recuperado de: <https://www.pablofb.com>clases>
- Brea, L. (2014). *factores determinantes del sentido de pertenencia de los Estudiantes .de arquitectura de la Pontificia Universidad Católica Madre Maestra. Campus Santo Tomas de Aquino.* Recuperado de: <tdx.cat/bistream>
- Madre Maestra campus Santo Tomas de Aquino.* Recuperado de: <tdx/cat/bis>

Tream/handle/10803/284952/tlmba.pdf

Campos. (2013). *las redes sociales trastocan los modelos de los medios de Comunicaciones tradicionales*, obtenido de revista latina de comunicación Social. Recuperado de: http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008_23_34
Santiago/Francisco Campo

Carvajal, G. (2012) *el uso del twitter como estrategia de interacción de los Clientes de LAN Colombia* (tesis de licenciatura, Universidad EAN, Bogotá, Colombia) Recuperado en: [repositorio.ean.edu.co bistream carvajalschirley 2013pdf](http://repositorio.ean.edu.co/bistream/carvajalschirley_2013pdf)

Capriotti, P. (2019) *tendencias actuales en comunicación y relaciones publicas*. Disertación en un cuyo en donde explico tendencias en la comunicación corporativa. Recuperado de: [www.universidad.com.ar paulcapriotti-](http://www.universidad.com.ar/paulcapriotti-)

Dans, E. (2012). *Twitter y cerebros 2.0*. Recuperado en: www.libertaddigital.com

Gallo Orbe, L. (2012) *La influencia del Facebook en las interacciones Comunicativas de los adolescentes de 15 a 17 años*. (tesis de licenciatura, Universidad Central del Ecuador). Recuperado de: [http://www.dspace.uce.edu.ec/ Handle/25000/713.pdf](http://www.dspace.uce.edu.ec/Handle/25000/713.pdf)

Gonzales, M. y Barrul, E. (1998) *¿Qué es el afecto?* Recuperado de: [https://wwwBiopsychology.org/biopsicologiaarticulos/afectonecesidadprimaria.htm](https://www.Biopsychology.org/biopsicologiaarticulos/afectonecesidadprimaria.htm)

Grippio, J. (2012). *Afecto: definición* Recuperado de: psiconautas.com/afecto-222.html

Gómez, J. (2017). *impacto que generan las redes sociales en la*

- Conducta del adolescente y sus relaciones interpersonales en Iberoamérica*
En los últimos diez años. (tesis de licenciatura, universidad cooperativa de Bucaramanga, Colombia). Recuperado de: repository.ucc.co/ bitsream. Impacto que generan las redes sociales.doc player.es 47360000 pdf
- Castells M. (2001). *internet y la sociedad red.* (en línea) [citado.8 de abril 2012] Recuperado <http://tecnologia.us.es/nweb/htm/pdf/106pdf>.
- Castells, M. (2012) *revista digital de la escuela de comunicación “medios y enteros”* Universidad nacional de Rosario. Argentina. (en línea) [citado en 26 de abril de 2012 Recuperado en: <http://www.newsmatic-pol.com>
- Casado. (2017). *Personalidad y preferencias de uso en las redes sociales en línea.* Universidad Ramón LLull.Barcelona. Recuperado de :<http://hdl.Handle.net/10803/409670>
- Cortes, N. (2009). *“fundamentos de la comunicación”* [c citado en septiembre del 2009] Recuperado en: <http://webcache.googleusercontent.com/searchhp.5>
- Cortes. (2009). *el modelo de trabajo de W. Schramm.* Recuperado: <http://es.Scribd.com/doc.93928/tema2-p.2>
- De Ugarte, D. (2011). *El poder de las redes. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo.* Recuperado el jueves 11 de octubre de 2012, disponible en: <http://espanol.free-ebooks.net/ebook/El-poderde-las-redes/pdf/view>
- De Ugarte, D. (s.f.). Breve historia del análisis de redes sociales. Recuperado el viernes 27 de julio de 2012, disponible en:

http://www.deugarte.com/gomi/historia_del_analisis_de_redes_sociales.pdf

Dorsey, (2019) *twitter prohíbe los anuncios políticos* Recuperado de:

<https://elpais.com> actualidad.

Duque Daza, Javier. (2001). *Comunidades de sentido, interacciones y movimientos sociales*. Recuperado de: <http://www.javeriana.edu.co/políticas/publicaciones/documents/1.Comunidades>

Jiménez, C (2009). Conversar en la red. Debates IESA, 14, 32-35.

López, W. (2013) *estrategias de la comunicación digital a través de las redes sociales Facebook, twitter* (tesis de maestría Universidad Simón Cañas El Salvador). Recuperado de: www.uca.edu.gescom/wp-content/uploads/2017/03/tesis.pdf

Lleo, A (2008). *la web2.0 como paradigma de comunicación empresarial*. Recuperado de: [www.researchgate.net>publication>228535239-laweb-2.0-](http://www.researchgate.net/publication/228535239-laweb-2.0-)

Pérez, J, Gardey, A. (2008) *concepto de aprendizaje* Recuperado de: <https://definicion.de/aprendizaje/>

Pérez, J., Gardey, A. (2008). *concepto de seguridad* Recuperado de: <https://definición.de/seguridad>

Pérez, J., Merino, M. (2010). *definición de estabilidad*. Recuperado de. ([https://definición de estabilidad/](https://definición.de/estabilidad/))

Pérez. (2008). *definición de eficiencia*. Recuperado de <https://definicion-/deEficiencia/>

- Pérez, J., Gardey, A. (2014). *sentido de pertenencia*. Recuperado de:
<https://definición de sentido- de pertenencia/>
- Pérez José, De la escritura a la hipermedia, Artículo publicado en la revista Signos. Recuperado de [http://www.quadernsdigitals.net/datos-web / Hemeroteca/r-1/nr-10/a-106/html](http://www.quadernsdigitals.net/datos-web/Hemeroteca/r-1/nr-10/a-106/html)
- Reátegui, Zarabia, C;(2017) *uso de la red social Facebook como recurso de posicionamiento para mypes del calzado*. Universidad Cesar Vallejo. Tesis de investigación para Optar el grado de licenciado en Comunicaciones. Recuperado de: repositorio ucv.edu.pe bitstream handle ucv reategui zc_ pdf
- Mcafee, A. (2009).*la inteligencia artificial un fenómeno*. Recuperado de: esicedu/
 Sala de prensa/prensa/noticia.la inteligencia artificial un frenomeno-
www.hoyesmarketing.com
- Mendoza D. López D. (2015) *pensamiento estratégico: centro neurálgico de la planificación estratégica que transforma la visión en acción*. Recuperado de: dialnet pensamiento estratégico.economicos.CUC, 36(1) 81-94 5156212.pdf
- Metre, A. (.2008).*la ética de la responsabilidad según Robert Spemann*. Universitos, revista politécnica n°10 de Cuenca, Ecuador. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id476150829010>
- Michfer, A. (2008) *redes sociales, definición* (en línea) 2008 [citado 22 de octubre de 2011] Recuperado en: <http://michfer.wordpress.com> 2008 /08/07
- Molina, Campoverde, L. (2014) *las redes sociales y su influencia en el*

- comportamiento de los jóvenes. (tesis de licenciatura de la universidad de Azuay, Ecuador). recuperado de: dspace.azuay.edu. ecbistream 3659/1/ . 3659/1/10335*
- Navarro, N. (2019) *instagram relación con responsabilidad*
Recuperado de: <https://www.niltonnavarro.com>
- Piscitelli, Alejandro. "Si no estás en Facebook, no existes". Diario El Referente. [en línea] 2011. [citado 22 de marzo de 2012]. Recuperado de: <http://www.elreferente.es/redessociales/piscitelli-si-noestas-en-facebook-no-existes-7596>
- Piscitelli, A. (2011) *si no estás en Facebook no existes*. Diario el referente [citado el 22 de marzo del 2012] Recuperado en: http://www.elreferente.es/redes_sociales/piscitelli-si-no-estas-en-Facebook-no-existes-7596
- Piscitelli, A. (2018) *Congreso internacional de innovación tecnológica e informática realizado en el aula magna de la sede Rosario de la UAL*
Recuperado de: vaneduc.ning.com>profiles>blogs>Alejandro-piscitelli.
- Orihuela, J. (2012) Twitter y el boom del microblogging. Recuperado en <http://www.educ.ar>
- Ortiz, E. (2019) *breve historia de las redes sociales, evolución y cronología*
Recuperado de: <https://evaortiz.es/historia-redes-sociales>
- Reyes, Quinde C. (2012). *La comunicación digital y las herramientas virtuales (tesis de licenciatura de la universidad Técnica de Ambato, Ecuador).*
Recuperado de: uta.edu.ec/bitstream/FJCS_CS_423 pdf
- Ruble, D. (1984). *teorías sobre la motivación del logro: perspectiva evolutiva*

Recuperado de: [downloads/dialnet-teoriasobrelamotivaciondellogro-6683](#)

90 20% (1).pdf

Salgado, E (2020). *Tendencias, reflexiones y herramientas para emprendedores y profesionales.*

Recuperado de: [www.circulo](#) de tendencias.com-que es-una tendencia

Segura M. (2013). *la responsabilidad* Recuperado de: [https://www.monografias.com/index.shtm/trabajo 96/sobre responsabilidad/.shtml](https://www.monografias.com/index.shtm/trabajo%2096/sobre%20responsabilidad/.shtml)

Com index. shtm/trabajo 96/sobre responsabilidad/.shtml

Ucha, A. (2010). *definición de logro* Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/general/logro.php>

Com/general/logro.php

Vielma, E. Salas, M. (2000). *aportes de las teorías de Vygotsky, Piaget, bandurra*

Y Bruner. Paralelismo en sus posiciones en relación con el desarrollo.

Educere3(9).30-37. Disponible en: [https://www.redalyc.org/articulo oa?](https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=356/35630907)

Id 356/35630907

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	MARCO TEORICO	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p><u>GENERAL:</u> ¿De qué manera las herramientas de comunicación digital se relacionan con el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular San José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018?</p> <p><u>Específicos:</u> ¿De qué manera el Facebook como herramienta de comunicación digital se relaciona con la afiliación del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018?</p>	<p><u>GENERAL:</u> Establecer la relación que existe entre las herramientas de la comunicación digital y el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018</p> <p><u>Específicos:</u> Determinar la relación del Facebook como herramienta de comunicación digital y la afiliación del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018</p>	<p>Antecedentes internacionales Gallo (2012) la influencia del Facebook en las interacciones comunicativas de los adolescentes de 15 a 16 años de la universidad central de Ecuador, Quito. tesis para obtener grado de licenciatura en comunicaciones.</p> <p>Reves (2012) la comunicación digital y las herramientas virtuales en la universidad técnica de Ambato Ecuador, para obtener el grado de licenciado en comunicaciones.</p> <p>López (2013) estrategia de la comunicación digital a través de las redes sociales de Facebook, twitter, universidad central san José Simón Cañas. El Salvador trabajo para la obtención del grado de maestro en comunicaciones.</p> <p>Molina (2014) las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes . universidad de Azuay Ecuador para obtener el grado de licenciado en comunicaciones.</p> <p>Gómez (2017) impacto que generan las redes sociales en la conducta de los adolescentes y sus relaciones interpersonales, universidad cooperativa de Bucaramanga. Colombia. obtención del grado de licenciado en psicología.</p> <p>Antecedentes Nacionales:</p>	<p><u>GENERAL:</u> Existe una relación significativa entre las herramientas de comunicación digital y el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018</p> <p><u>Específicas:</u> Existe una relación significativa entre el Facebook como herramienta de comunicación digital y la afiliación del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018</p> <p>Existe una relación significativa entre el twitter como herramienta de comunicación digital y la seguridad de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018</p>	<p><u>VARIABLE INDEPENDIENTE:</u> Herramientas de Comunicación Digital</p> <p><u>Dimensión n°1</u> Facebook</p> <p>Indicadores: Contenido del Mensaje Interacción Conectividad</p> <p><u>Dimensión n°2</u> Twitter</p> <p>Indicadores: Pensamiento Estratégico Creatividad Tendencia</p>	<p><u>Diseño:</u> No experimental Corte transversal</p> <p><u>Tipo-Nivel:</u> Descriptivo Correlativo</p> <p><u>Enfoque:</u> Cuantitativo</p> <p><u>Método:</u> Deductivo Estadístico Analítico</p> <p><u>Población:</u> 1000 estudiantes</p> <p><u>Muestra:</u> 240 alumnos de 15 a 17 años del colegio particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018</p>

<p>¿De qué manera el instagram como herramienta de comunicación digital se relaciona con la responsabilidad del comportamiento de los jóvenes del colegio particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018?</p>	<p>Establecer la relación del instagram como herramienta de comunicación digital y la responsabilidad del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018</p>	<p>Salcedo (2016) relación entre adición a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad de Lima obtención de licenciatura en psicología.</p> <p>Cárdenas (2015) la comunicación digital mediante redes sociales de organizaciones publica universidad mayor de san Marcos Licenciatura en comunicaciones. Lima</p> <p>Anysa (2017) relación que existe entre el uso de las redes sociales y las entidades públicas de la Provincia de Ica y el modelo de relación pública y comunicación en comunicaciones.</p> <p>Prado (2017) uso de la red social Facebook como recurso de posicionamiento de las mypes de calzado. Universidad C. V. allejo. Licenciatura en comunicaciones.</p> <p>Salcedo (2017) redes sociales y autoestima de estudiantes de VII grado de una I.E del Callao. Tesis para obtener el grado de licenciado en comunicaciones</p> <p>Definición de Términos Básicos. Herramientas de comunicación Digital Facebook Twitter instagram comportamiento Afiliación Seguridad Responsabilidad</p>	<p>Existe una relación significativa entre el instagram como herramienta de comunicación digital y la responsabilidad del comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los HHMM del distrito de Huacho del año 2018</p>	<p><u>Dimensión n°3</u> Instagram</p> <p>Indicadores: Empatía de las Valores Calidad de Relaciones</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Comportamiento</p> <p><u>Dimensión n1</u> Afiliación</p> <p>Indicadores: Afecto Pertenencia</p> <p><u>Dimensión n°2:</u> Seguridad</p> <p>Indicadores: Estabilidad Eficiencia</p> <p><u>Dimensión n° 3</u> Responsabilidad</p> <p>Indicadores: Logros Aprendizaje</p>	
--	---	--	---	--	--

OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	VALOR
Herramientas de la Comunicación Digital	Facebook	Contenido del Mensaje Interacción Conectividad	Totalmente de Acuerdo De Acuerdo Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo En Desacuerdo Totalmente en Desacuerdo
	Twitter	Pensamiento Estratégico Creatividad Tendencia	
	Instagram	Empatía Valores Calidad de Relaciones	
	Afilación	Afecto Pertenencia	
Comportamiento	Seguridad	Estabilidad Eficiencia	Totalmente de Acuerdo De Acuerdo Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo En Desacuerdo Totalmente en Desacuerdo
	Responsabilidad	Logros Aprendizaje	

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES (con los ítems del cuestionario)

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Valor	
HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL	Facebook	contenido del mensaje	La inmediatez del Facebook permite que los usuarios conozcan información	Totalmente De Acuerdo De Acuerdo NI de Acuerdo NI en Desacuerdo En Desacuerdo Totalmente En Desacuerdo	
		interacción	La red social Facebook permite una interacción efectiva entre los usuarios. La red social Facebook permite estar conectado las 24 horas del día. La red social Facebook facilita la informalidad de la comunicación.		
	Twitter	conectividad	La red social Facebook ha permitido estrechar los lazos familiares con su familia lejana.		Totalmente De Acuerdo De Acuerdo
		Pensamiento estratégico	La red social Twitter se actualiza constantemente convirtiéndola en la preferida de la juventud. La red social Twitter fue diseñada estratégicamente para expresar mucho con el menor número de caracteres.		
	Instagram	creatividad	La red social Twitter estimula la creatividad de los jóvenes.		NI de Acuerdo NI en Desacuerdo
		tendencia	El twitter es tendencia, porque es una red de comunicación multiplataforma.		
		empatía	Mediante el uso del Instagram se crea grupos de usuarios fomentando una relación de empatía.		
		valores	El Instagram como red social de los personales públicos difunde valores en sus publicaciones.		
	Afilación	Calidad de relaciones	El uso de la red social Instagram es seguro para exponer un problema personal. El Instagram permite una calidad de relaciones aun con usuarios desconocidos. Sería de ayuda el solicitar consejos a través del Instagram a otros usuarios, aun sin conocerlos.		En Desacuerdo
		afecto	El afecto es parte importante en el comportamiento de los jóvenes.		
pertenencia		La afiliación en los jóvenes ha sufrido modificaciones de comportamiento. El afecto en los jóvenes varía según el nivel de empatía (afiliación)			
estabilidad		La pertenencia es una necesidad en el comportamiento de los jóvenes.			
COMPORTEAMIENTO	Seguridad	eficiencia	Los jóvenes considerarán estable tener el mismo entorno social. La estabilidad en el comportamiento de los jóvenes se da según las situaciones.(circunstancias) La seguridad emocional de los jóvenes evidencia su comportamiento. Los jóvenes son capaces de resolver cualquier situación con eficiencia.	Totalmente En Desacuerdo	
	Responsabilidad	Logros	Los resultados obtenidos son producto d el esfuerzo de cada uno Los logros alcanzados son el resultado de la responsabilidad. El comportamiento de los jóvenes cambia según los logros obtenidos. El aprendizaje eficiente depende de la responsabilidad tomada en cada situación.		

SOLICITO: Validación de Instrumento de Investigación.

Licenciado, Magister o Doctor: Mathe Romero Echevarria

Yo, Jorge Rodolfo Villavicencio Bisso, candidato a licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres, me dirijo respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis

titulada: "Los herramientas de la comunicación Digital y su influencia en el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Pontifical San José de los Hermanos Maristas".

Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de validación del instrumento.
2. Matriz de consistencia.
3. Operacionalización de las variables.
4. Cuestionarios.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 19 de Setiembre de 2019


Jorge Rodolfo Villavicencio Bisso

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: *RODRIGO ECHENARRIA MARTINA ALICIA.*
- 1.2. Grado Académico: *Doctor*
- 1.3. Institución donde labora: *UNMSM - USMP*
- 1.4. Especialidad del validador: *Metodólogo - Psicólogo*
- 1.5. Título de la investigación: *"Los herramientas digitales y su influencia en el comportamiento de los usuarios de 15 años de edad del colegio Patricia San José de la Breña de Maiztenes de distrito de San José de Maiztenes"*
- 1.6. Autor del Instrumento: *Jorge Villavicencio Bisso (resista. de Huacho del año 2018)*
- 1.7. Instrumento: *CUESTIONARIO sobre instrumentos RENSIS CHERT*

1.7.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 1: HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL (variable dependiente)

Ítems	Escala	Respuestas	Menos de 50% Probablem ente no pertenece	51-75% Probablem ente si pertenece	76-100% Si pertenece	Observaciones
(nombre de la primera dimensión) Facebook						
1. La inmediatez del Facebook permite que los usuarios conozcan información participando activamente		Totalmente de acuerdo de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			✓	
2. La red social Facebook permite una interacción efectiva entre los usuarios.		Totalmente de acuerdo de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			✓	
3. La red social Facebook permite estar conectado las 24		Totalmente de acuerdo				

12 El Instagram como red social de los personajes públicos difunde valores en sus comunicaciones.	Totallymente en desacuerdo. Totalmente de acuerdo de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.					✓	
13 El uso de la red social Instagram es segura para expresar un problema personal	Totalmente de acuerdo de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.					✓	
14 El Instagram permite una calidad de relación aun con usuarios desconocidos.	Totalmente de acuerdo de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.					✓	
15 sería de ayuda el solicitar consejos a través del Instagram a otros usuarios aun sin conocerlos.	Totalmente de acuerdo de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.					✓	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95.....%.

1.8.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2: COMPORTAMIENTO (variable dependiente)

Items	Escala	Respuestas	Menos de 60% Probablemente no pertenece	61-75% Probablemente si pertenece	76-100% SI pertenece	Observaciones
(nombre de la primera dimensión) AFILIACION						
16 El afecto es parte importante en el comportamiento de los jóvenes.		Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			✓	
17 La afiliación en los jóvenes ha sufrido modificaciones en el comportamiento.		Totalmente de acuerdo de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			✓	
18 El afecto en los jóvenes cambia según el nivel de empatía		Totalmente de acuerdo de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			✓	

19 La pertenencia es una necesidad en el comportamiento de los jóvenes.		Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.									
(nombre de la segunda dimensión) SEGURIDAD											
20 Los jóvenes considerarían estable tener el mismo entorno social.		Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.									
21 La estabilidad en el comportamiento de los jóvenes se da según las situaciones. Circunstancias		Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.									
22 La seguridad emocional de los jóvenes evidencia su comportamiento.		Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.									
23 Los jóvenes son capaces de resolver cualquier situación con eficiencia.		Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.									
(nombre de la tercera dimensión) RESPONSABILIDAD											
24 Los resultados obtenidos son producto del esfuerzo de cada uno.		Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.									
25 Los logros alcanzados son el resultado de la responsabilidad.		Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.									

26 El comportamiento de los jóvenes cambia según los logros obtenidos.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo			✓	
27 El aprendizaje eficiente depende de la responsabilidad tomada en cada situación.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo-totalmente en desacuerdo.			✓	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: **95**.....%

R. ROVERO

Firma del Experto Informante.

DNI. N° **08569411**

Teléfono N° **999751523**


1.8.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					✓
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					✓
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					✓

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95.....% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 08569411

Teléfono N° 999251523

SOLICITO: Validación de Instrumento de Investigación.

Licenciado, Magister o Doctor:

Meredith Milagros Sorapuna Sorapuna

Yo, Jorge Rodolfo Villavicencio Bisso, candidato a licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres, me dirijo respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "La influencia de las herramientas de la comunicación digital en el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años en el colegio particular san José de los hermanos Maristas del distrito de Huacho en el año 2,018"

Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de validación del instrumento.
2. Matriz de consistencia.
3. Operacionalización de las variables.
4. Cuestionarios.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 19 de Setiembre de 2019

Jorge Rodolfo Villavicencio Bisso

Jorge Rodolfo Villavicencio Bisso

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: *Sanspua Sanspua / Mercedes Muloaga*
- 1.2. Grado Académico: *Magister*
- 1.3. Institución donde labora: *USMP*
- 1.4. Especialidad del validador: *Comunicación: Publicidad*
- 1.5. Título de la Investigación: " *Las herramientas de la Com. digital y su influencia en el comportamiento de los jóvenes de la ciudad de Huacho 2018.*"
- 1.6. Autor del Instrumento: *Jorge Velazquez Basso (RESISTA)*
- 1.7. Instrumento: **CUESTIONARIO**
AUTOR INSTRUMENTO RESISTA LIKERT.

1.7.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 1: HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL (variable dependiente)

Ítems	Escala	Respuestas	Menos de 50% Probablemente si pertenece	51-75% Probablemente si pertenece	76-100% Si pertenece	Observaciones
(nombre de la primera dimensión) Facebook						
1. La inmediatez del Facebook permite que los usuarios conozcan información participando activamente		Totalmente de acuerdo Totalmente en desacuerdo			100%	
2. La red social Facebook permite una interacción efectiva entre los usuarios.		Totalmente de acuerdo Totalmente en desacuerdo			100%	
3. La red social Facebook permite estar conectado las 24		Totalmente de acuerdo			100%	

horas del día.							
4. La red social Facebook facilita la informalidad de la comunicación.	de acuerdo ni en desacuerdo totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo.			100%
5. La red social Facebook ha permitido estrechar los lazos familiares con su familia lejana.	de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo.			100%.
(nombre de la segunda dimensión) Twitter							
6. La red social twitter permite una comunicación eficiente.	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo.			100%
7. La red social twitter se actualiza constantemente convirtiéndola en la preferida de la juventud.	Totalmente de acuerdo	de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo.				100%
8. La red social twitter fue diseñada estratégicamente para expresar mucho con la menor cantidad de caracteres.	Totalmente de acuerdo	de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo.				100%.
9. La red social twitter estimula la creatividad en los jóvenes.	Totalmente de acuerdo	de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo.				100%
10. El twitter es tendencia porque es una red social multiplataforma.	Totalmente de acuerdo	de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo.				100%.
(nombre de la tercera dimensión) Instagram							
11. Mediante el uso del Instagram se crean grupos de usuarios fomentando una relación de empatía.	Totalmente de acuerdo	de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo.				100%

12 El Instagram como red social de los personajes públicos difunde valores en sus comunicaciones.	Totalmente en desacuerdo. Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo					100%	
13 El uso de la red social Instagram es segura para expresar un problema personal	Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo					100%	
14 El Instagram permite una calidad de relación aun con usuarios desconocidos.	Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo					100%	
15 sería de ayuda el solicitar consejos a través del Instagram a otros usuarios aun sin conocerlos.	Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo					100%	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%.

1.8.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2: COMPORTAMIENTO (variable dependiente)

Ítems	Escala	Respuestas	Menos de 50% Probablemente no pertenece	51-75% Probablemente si pertenece	76-100% Si pertenece	Observaciones
(nombre de la primera dimensión) AFILIACION						
16 El afecto es parte importante en el comportamiento de los jóvenes.		Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			100%	
17 La afiliación en los jóvenes ha sufrido modificaciones en el comportamiento.		Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			100%.	
18 El afecto en los jóvenes cambia según el nivel de empatía		Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			100%	

19 La pertenencia es una necesidad en el comportamiento de los jóvenes.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.		100%	
(nombre de la segunda dimensión) SEGURIDAD				
20 Los jóvenes consideran estable tener el mismo entorno social.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.		100%	
21 La estabilidad en el comportamiento de los jóvenes se da según las situaciones. Circunstancias	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.		100%	
22 La seguridad emocional de los jóvenes evidencia su comportamiento.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.		100%	
23 Los jóvenes son capaces de resolver cualquier situación con eficiencia.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.		100%	
(nombre de la tercera dimensión) RESPONSABILIDAD				
24 Los resultados obtenidos son producto del esfuerzo de cada uno.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.		100%	
25 Los logros alcanzados son el resultado de la responsabilidad.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.		100%	

26 El comportamiento de los jóvenes cambia según los logros obtenidos.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			100%	
27 El aprendizaje eficiente depende de la responsabilidad tomada en cada situación.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			100%	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 %.

J. Leguía

Firma del Experto Informante.

DNI. N° 07524490

Teléfono N° 999234979

1.8.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lenta 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					100%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100%
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					100%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					100%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					100%
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					100%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					100%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					100%
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					100%

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 07524490

Teléfono N° 999234979

SOLICITO: Validación de Instrumento de Investigación.

Licenciado, Magister o Doctor: Elias Villaverde Enrique.

Yo, Jorge Rodolfo Villavicencio Bisso, candidato a licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres, me dirijo respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "La influencia de las herramientas de la comunicación digital en el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años en el colegio particular san José de los hermanos Maristas del distrito de Huacho en el año 2,018"

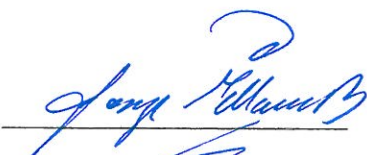
Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de validación del instrumento.
2. Matriz de consistencia.
3. Operacionalización de las variables.
4. Cuestionarios.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 19 de Setiembre de 2019


Jorge Rodolfo Villavicencio Bisso

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Elías Villanueva, Encarnación
- 1.2. Grado Académico: Magister en Relaciones Públicas
- 1.3. Institución donde labora: USAP - F.C.C.T.gp.
- 1.4. Especialidad del validador: RR.PP
- 1.5. Título de la investigación: "..."
- 1.6. Autor del Instrumento:
- 1.7. Instrumento: **CUESTIONARIO**

1.7.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 1: HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL (variable dependiente)

Ítems	Escala	Respuestas	Menos de 50% Probablemente no pertenece	51-75% Probablemente si pertenece	76-100% Si pertenece	Observaciones
(nombre de la primera dimensión) Facebook						
1. La Inmediatez del Facebook permite que los usuarios conozcan información participando activamente		Totalmente de acuerdo de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			X	
2. La red social Facebook permite una interacción efectiva entre los usuarios.		Totalmente de acuerdo de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			X	
3. La red social Facebook permite estar conectado las 24		Totalmente de acuerdo			X	

horas del día.							
4. La red social Facebook facilita la informalidad de la comunicación.	de acuerdo ni en desacuerdo totalmente en desacuerdo					X	
5. La red social Facebook ha permitido estrechar los lazos familiares con su familia lejana.	de acuerdo ni en desacuerdo totalmente en desacuerdo.					X	
(nombre de la segunda dimensión) Twitter							
6. La red social twitter permite una comunicación eficiente.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo totalmente en desacuerdo.					X	
7. La red social twitter se actualiza constantemente convirtiéndola en la preferida de la juventud.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo totalmente en desacuerdo.					X	
8. La red social twitter fue diseñada estratégicamente para expresar mucho con la menor cantidad de caracteres.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo totalmente en desacuerdo.					X	
9. La red social twitter estimula la creatividad en los jóvenes.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo totalmente en desacuerdo.					X	
10. El twitter es tenebricia porque es una red social multiplataforma.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo totalmente en desacuerdo.					X	
(nombre de la tercera dimensión) Instagram							
11. Mediante el uso del Instagram se crean grupos de usuarios fomentando una relación de empatía.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo totalmente en desacuerdo.					X	

	Totalmente en desacuerdo.	Totalmente de acuerdo				
12 El Instagram como red social de los personajes públicos difunde valores en sus comunicaciones.					X	
13 El uso de la red social Instagram es segura para expresar un problema personal					X	
14 El Instagram permite una calidad de relación aun con usuarios desconocidos.					X	
15 sería de ayuda al solicitar consejos a través del Instagram a otros usuarios aun sin conocerlos.					X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN:%.

1.8.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2: COMPORTAMIENTO (variable dependiente)

Items	Escala	Respuestas	Menos de 50% Probablemente no pertenece	51-75% Probablemente si pertenece	76-100% Si pertenece	Observaciones
(nombre de la primera dimensión) AFILIACION						
16 El afecto es parte importante en el comportamiento de los jóvenes.		Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			X	
17 La afiliación en los jóvenes ha sufrido modificaciones en el comportamiento.		Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			X	
18 El afecto en los jóvenes cambia según el nivel de empatía		Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.			X	

19 La pertenencia es una necesidad en el comportamiento de los jóvenes.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo.				X	
(nombre de la segunda dimensión) SEGURIDAD						
20 Los jóvenes consideran estable tener el mismo entorno social.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.				X	
21 La estabilidad en el comportamiento de los jóvenes se da según las situaciones. Circunstancias	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.				X	
22 La seguridad emocional de los jóvenes evidencia su comportamiento.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.				X	
23 Los jóvenes son capaces de resolver cualquier situación con eficiencia.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.				X	
(nombre de la tercera dimensión) RESPONSABILIDAD						
24 Los resultados obtenidos son producto del esfuerzo de cada uno.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.				X	
25 Los logros alcanzados son el resultado de la responsabilidad.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.				X	

26 El comportamiento de los jóvenes cambia según los logros obtenidos.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.		X	
27 El aprendizaje eficiente depende de la responsabilidad tomada en cada situación.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ni en desacuerdo Totalmente en desacuerdo.		X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95 %.



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 0761929

Teléfono N°

1.8.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					✓
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					✓
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					✓

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

() El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 0767017

Teléfono N°

SOLICITO: Validación de Instrumento de Investigación.

Licenciado, Magister o Doctor:.....

Carlos Terrones Lizana

Yo, Jorge Rodolfo Villavicencio Bisso, candidato a licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres, me dirijo respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "Las herramientas de la comunicación digital y su influencia en el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los hermanos Maristas del distrito de Huacho del año 2,018"

Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de validación del instrumento.
2. Matriz de consistencia.
3. Operacionalización de las variables.
4. Cuestionarios.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 19 de Setiembre de 2019



Jorge Rodolfo Villavicencio Bisso

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: *TERRONES LIZANA CARLOS ALFREDO*
- 1.2. Grado Académico: *MAGISTER EN PEDAGOGIA*
- 1.3. Institución donde labora: *USMP*
- 1.4. Especialidad del validador: *PROFESOR DE PEDAGOGIA*
- 1.5. Título de la investigación: "Las herramientas de la comunicación digital y su influencia en el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del colegio particular san José de los hermanos Maristas del distrito de huacho del año 2,018"
- 1.6. Autor del Instrumento: *RENZAS LIKERT*
- 1.7. Instrumento: (tipo de respuestas o tipo de instrumento) cuestionario

1.7.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 1: HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL (variable dependiente)

Items	Escala	Respuestas	Menos de 50% Probablemente no pertenece	51-75% Probablemente si pertenece	76-100% Si pertenece	Observaciones
(nombre de la primera dimensión) Facebook						
1. La inmediatez del Facebook permite que los usuarios conozcan información participando activamente		Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo -en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
2. La red social Facebook permite una interacción efectiva entre los usuarios.		Totalmente de acuerdo-de acuerdo-ni en acuerdo ni en desacuerdo-en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
3. La red social Facebook permite estar conectado las 24 horas del día.		Totalmente de acuerdo-de acuerdo-ni en acuerdo ni en desacuerdo-en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.		✓		
4. La red social Facebook facilita la informalidad de la comunicación.		Totalmente de acuerdo-de acuerdo-ni en acuerdo ni en desacuerdo-en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.		✓		
5. La red social Facebook ha permitido estrechar los lazos familiares con su familia lejana.		Totalmente de acuerdo-de acuerdo-ni en acuerdo ni en desacuerdo-en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.		✓		

(nombre de la segunda dimensión) Twitter	desacuerdo-en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.				
6. La red social twitter permita una comunicación eficiente.	Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
7. La red social twitter se actualiza constantemente convirtiéndola en la preferida de la juventud.	Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
8 La red social twitter fue diseñada estratégicamente para expresar mucho con la menor cantidad de caracteres.	Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
9 La red social twitter estimula la creatividad en los jóvenes.	Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
10 El twitter es tendencia porque es una red social multiplataforma.	Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
(nombre de la tercera dimensión)Instagram					
11 Mediante el uso del Instagram se crean grupos de usuarios fomentando una relación de empatía.	Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
12 El instagram como red social de los personajes públicos difunde valores en sus comunicaciones.	Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
13 El uso de la red social instagram es segura para expresar un problema personal	Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
14 El instagram permite una calidad de relación aun con usuarios desconocidos.	Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
15 sería de ayuda el solicitar consejos a través del instagram a otros usuarios aun sin conocerlos.	Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	

PROMEDIO DE VALORACION:%.

1.8.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2: COMPORTAMIENTO (variable dependiente)

Ítems	Escala	Respuestas	Menos de 50% Probablemente no pertenece	51-75% Probablemente si pertenece	76-100% si pertenece	Observaciones
(nombre de la primera dimensión) AFILIACION						
16 El afecto es parte importante en el comportamiento de los jóvenes.		Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
17 La afiliación en los jóvenes ha sufrido modificaciones en el comportamiento.		Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.		✓		
18 El afecto en los jóvenes cambia según el nivel de empatía (afiliación)		Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
19 La pertenencia es una necesidad en el comportamiento de los jóvenes.		Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
(nombre de la segunda dimensión) SEGURIDAD						
20 Los jóvenes consideran estable tener el mismo entorno social.		Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
21 La estabilidad en el comportamiento de los jóvenes se da según las situaciones. Circunstancias		Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
22 La seguridad emocional de los jóvenes evidencia su comportamiento.		Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	
23 Los jóvenes son capaces de resolver cualquier situación con eficiencia.		Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.			✓	

1.8.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.			✓		
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.			✓		
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				✓	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad			✓		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias			✓		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				✓	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.			✓		
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico			✓		
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.			✓		

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (✓) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Firma del Experto Informante.
 DNI. N° 10254928

	desacuerdo -en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.		
(nombre de la tercera dimensión) RESPONSABILIDAD			
24 Los resultados obtenidos son producto del esfuerzo de cada uno.	Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.	✓	
25 Los logros alcanzados son el resultado de la responsabilidad.	Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.	✓	
26 El comportamiento de los jóvenes cambia según los logros obtenidos.	Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.	✓	
27 El aprendizaje eficiente depende de la responsabilidad tomada en cada situación.	Totalmente de acuerdo - de acuerdo -ni de acuerdo ni en desacuerdo --en desacuerdo- totalmente en desacuerdo.	✓	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 %



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 10254928

Teléfono N° 997446930