Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

Uso de redes sociales en estudiantes de educación secundaria de la Institución Educativa Pública Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026

Tesis

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Autora

Karen Milagros Ruiz Silva

Asesora

Dra. Nila Juana Limachi Qqueso

UNIV. NAC. JOSÉ F. SÁNCHEZ CARRÓN.
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Dra. Nila Juana Limachi Qqueso
DOCENTE DNU 221

Huacho – Perú

2026



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia

UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

METADATOS

DATOS DEL AUTOR		
NOMBRES Y APELLIDOS	**DNI**	**FECHA DE SUSTENTACIÓN**
Karen Milagros Ruiz Silva	74881442	04/09/2026
DATOS DEL ASESOR		
NOMBRES Y APELLIDOS	**DNI**	**CÓDIGO ORCID**
Dra. Nila Juana Limachi Qqueso	23991384	https://orcid.org/0000-0003-4853-3976
DATOS DE LOS MIEMBROS DEL JURADO PREGRADO		
NOMBRES Y APELLIDOS	**DNI**	**CÓDIGO ORCID**
Dra. María Amparo Roman Rossi	40475054	https://orcid.org/0009-0004-6679-3856
M(o). Henry Antonio Morales Gamarra	15735709	https://orcid.org/0000-0002-6853-2244
Dra. Cristina Johanna Toledo Toledo	46073661	https://orcid.org/0000-0002-5591-2539

KAREN MILAGROS RUIZ SILVA

USO DE REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PUBLICA NU...

Pregrado - 2026

Unidad de Investigacion FCSS - 2026

Facultad de Ciencias Sociales

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::1:3615513636

Fecha de entrega
22 jul 2026, 9:05 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
22 jul 2026, 10:52 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
BORRADOR_DE_TESIS_-_RUIZ_SILVA_KAREN.pdf

Tamaño del archivo
1.3 MB

63 páginas

9933 palabras

60.601 caracteres

20% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

20% Fuentes de Internet

7% Publicaciones

15% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres, Elena y Jorge, por siempre apoyarme, guiarme y motivarme a seguir siempre adelante, a mi hermano y mi cuñada por que han sabido escucharme cuando lo he necesitado, a mi querida Nami, y a las personas que me acompañan en mi vida, brindándome su amor.

RUIZ SILVA, Karen Milagros.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios por permitirme poder realizar este proyecto y por vivir rodeada de amor, a mis padres por siempre apoyarme en cada etapa de mi vida, a las personas que siempre están brindándome su confianza, cariño y motivación, a mi asesora, por guiarme en esta investigación y priorizar mi propio juicio en este proyecto, muchas gracias de corazón.

RUIZ SILVA, Karen Milagros.

ÍNDICE

DEDICATORIA 5

AGRADECIMIENTO 6

ÍNDICE 7

RESUMEN 13

ABSTRACT 14

INTRODUCCIÓN 15

Capítulo I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 17

1.1 Descripción de la realidad problemática 17

1.2 Formulación del problema 19

1.2.1 Problema general 19

1.2.2 Problemas específicos 20

1.3 Objetivos de la investigación 20

1.3.1 Objetivo general 20

1.3.2 Objetivos específicos 20

1.4 Justificación de la investigación 20

1.4.1 Justificación teórica 20

1.4.2 Justificación metodológica 21

1.4.3 Justificación práctica 21

1.5 Delimitación del estudio 22

1.5.1 Delimitación espacial 22

1.5.2 Delimitación temporal 22

1.6 Viabilidad del estudio 22

1.6.1 Viabilidad teórica 22

1.6.2 Viabilidad humana 22

1.6.3 Viabilidad financiera 22

Capítulo II MARCO TEÓRICO 23

2.1 Antecedentes de la investigación 23

2.1.1 Investigaciones internacionales 23

2.1.2 Investigaciones nacionales 24

2.2 Bases teóricas 26

2.2.1 Redes sociales 26

2.3 Bases filosóficas 29

2.4 Definición de términos básicos 29

2.5 Hipótesis de la investigación 30

2.5.1 Hipótesis general 30

2.5.2 Hipótesis específicas 31

2.6 Operacionalización de las variables 32

Capítulo III METODOLOGÍA 33

3.1 Diseño metodológico 33

3.1.1 Tipo de investigación 33

3.1.2 Nivel de investigación 33

3.1.3 Diseño de investigación 33

3.1.4 Enfoque de investigación 34

3.2 Población y muestra 34

3.2.1 Población 34

3.2.2 Muestra 34

3.3 Técnicas de recolección de datos 35

3.3.1 Validez del instrumento 35

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información 36

3.5 Matriz de consistencia 37

Capítulo IV RESULTADOS 38

4.1 Análisis de resultados 38

4.1.1 Resultados descriptivos 38

4.1.2 Contrastación de hipótesis 42

Capítulo V DISCUSIÓN 43

5.1 Discusión de resultados 43

Capítulo VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 47

6.1 Conclusiones 47

6.2 Recomendaciones 48

Capítulo VII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 50

7.1 Fuentes documentales 50

7.2 Fuentes bibliográficas 50

7.3 Fuentes electrónicas 55

Capítulo VIII ANEXOS 56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultados de la variable Redes Sociales 38

Tabla 2: Resultados de la Dimensión 1 Facebook 39

Tabla 3: Resultados de la Dimensión 2 Instagram 40

Tabla 4: Resultados de la Dimensión 3 TikTok 41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Representación de la variable Redes Sociales.....38

Figura 2: Representación de la Dimensión 1 Facebook.....39

Figura 3: Representación de la Dimensión 2 Instagram 40

Figura 4: Representación de la Dimensión 3 TikTok 42

RESUMEN

Objetivo: Describir con qué frecuencia hacen uso las redes sociales los estudiantes de la Institución Educativa Publica Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026. **Método:** La metodología de estudio fue de tipo básica, nivel descriptivo, de diseño no experimental, de corte transversal y de enfoque cuantitativo. La población fueron 300 estudiantes, teniendo como muestra 184 estudiantes. Se aplicó un cuestionario de 25 preguntas, siendo la escala de medición tipo escala Likert. **Resultados:** El 47.3% de estudiantes encuestados manifestaron que a veces usan las redes sociales, esto debido a que, dentro de Facebook, Instagram y TikTok, se desenvuelven como usuarios pasivos, sin involucrarse ni participando realizando comentarios o reacciones. **Conclusión:** Los estudiantes encuestados manifestaron que a veces usan sus redes sociales, principalmente porque las emplean para consumir contenido de entretenimiento, sin demostrar participación digital o siendo solo espectadores de los contenidos digitales que ven a diario.

Palabras clave: Redes Sociales: Facebook, Instagram, TikTok.

ABSTRACT

Objective: Describe how frequently students at the Nuestra Señora del Carmen Public Educational Institution – Huaral, 2026 use social networks. **Methods:** The study methodology was basic, descriptive, non-experimental, cross-sectional, and quantitative. The population consisted of 300 students, with a sample of 184. A 25-question questionnaire was administered using a Likert scale. **Results:** 47.3% of students surveyed stated that they sometimes use social media, because within Facebook, Instagram and TikTok, they behave as passive users, without getting involved or participating by making comments or reactions. **Conclusion:** The students surveyed stated that they sometimes use their social networks, mainly because they use them to consume entertainment content, without demonstrating digital participation or being only spectators of the digital content, they see daily.

Keywords: Social Media: Facebook, Instagram, TikTok.

INTRODUCCIÓN

La tecnología avanzada y la comunicación cambiaron significativamente la dinámica en que el mundo interactúa, accede a contenidos y participa en entornos digitales. En este contexto, las redes sociales se han consolidado como espacios virtuales que mejoran las formas de intercambio comunicacional e informacional, el entretenimiento y la construcción de relaciones sociales, especialmente entre las generaciones más jóvenes.

Los adolescentes forman uno de los grupos poblacionales con mayor cantidad de usuarios digitales en las redes sociales, debido a que estas plataformas forman parte de sus actividades diarias y de sus procesos de interacción social.

Entre las redes sociales más empleadas por los adolescentes destacan Facebook, Instagram y TikTok, plataformas que ofrecen características diferenciadas para la interacción y el consumo de contenidos. Facebook permite mantener contacto con familiares, amigos y grupos de interés; Instagram se orienta principalmente a la publicación y visualización de contenido visual; mientras que TikTok se ha posicionado como una de las aplicaciones de mayor crecimiento gracias a sus videos cortos y dinámicos.

En ese sentido, resulta pertinente conocer con qué frecuencia los estudiantes hacen uso de las redes sociales, considerando que esta información puede contribuir a futuras investigaciones y al diseño de estrategias de comunicación y marketing digital orientadas a públicos adolescentes. Por tal motivo, la presente investigación tiene como objetivo describir con qué frecuencia hacen uso de las redes sociales los alumnos adolescentes de la Institución Educativa Publica Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026, analizando específicamente la frecuencia de uso de Facebook, Instagram y TikTok como principales dimensiones de estudio.

En el primer capítulo, se presenta la realidad problemática, la formulación del problema general y los problemas específicos, la formulación del objetivo general y los objetivos

específicos, la justificación teórica, metodológica y práctica, la delimitación espacial y temporal, y la viabilidad de este estudio.

En el segundo capítulo, se presentan las investigaciones que sirven como antecedentes, las bases a nivel teórico y filosófico, los términos básicos, y la operacionalización de las variables y dimensiones de este estudio.

El tercer capítulo, señala la metodología de esta investigación, los sujetos de estudio, el método de recojo de información y la matriz de consistencia.

El cuarto capítulo, presenta el análisis de los resultados, así como datos interpretativos de las tablas y gráficos.

El quinto capítulo, presenta la contrastación de los hallazgos con las investigaciones previas de este estudio.

El sexto capítulo, reporta los hallazgos más resaltantes en base a los resultados, así mismo, también se plantean recomendaciones acordes a la variable y cada dimensión.

El séptimo capítulo, se presenta la relación de autores que sirvieron como base referencial de este estudio.

En el octavo capítulo, se presentan diversos recursos y fuentes que evidencia la realización del presente trabajo.

Capítulo I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Iniciando el panorama internacional, Bhandari & Bimo (2020), como se citó en Virós et al. (2025), nos comentan que, en España, Instagram es una red social que prioriza la interacción digital entre los usuarios, haciendo que el entorno digital sea cada vez más familiar y cómodo para el consumidor. Por otra parte, sobre TikTok, señalan que aquí la interacción tiene una relación con 2 elementos claves, el primero es el algoritmo que distribuye los contenidos en base a los gustos, perfiles y actividad digital de cada usuario, y el segundo es el contenido que genera cada persona dentro de la plataforma.

Hoy en día, las redes sociales que más frecuentamos están apostando gran parte de sus recursos en la interacción que realizan los usuarios, sean con las reacciones que podamos realizar, las conversaciones que lleguemos a iniciar, e incluso con las relaciones que podamos concretar. Actualmente, la socialización es cada vez más fácil y la comunidad adolescente tiene gran facilidad con la interfaz de las redes sociales, así como las funciones de interacción que estas están ofreciendo.

En América Latina, Espinosa (2023), en un estudio en Ecuador, nos indica que, las redes sociales más usadas por niños y jóvenes son Facebook, Instagram y TikTok. Así mismo, también se evidenció que, a nivel de géneros, las mujeres tenían más inclinación de uso por compartir su vida personal e iniciar relaciones personales; mientras que, por otro lado, los hombres más optaban por darle un uso informativo y de entretenimiento.

Podemos entender entonces que, las plataformas de Meta y de TikTok son muy frecuentadas por los jóvenes adolescentes y los fines de conexión son de carácter social, informativo y de entretenimiento, esta afirmación se refuerza con la investigación de Morduchowicz (2022), autora argentina, quien sostiene que, para un gran número de adolescentes, la finalidad principal de la internet es de carácter comunicativo, siendo el chat y las redes sociales los canales que hacen que sea posible; también nos indica que, los adolescentes priorizan estar comunicados con sus amigos cada vez que se conectan a la red.

La socialización es una necesidad humana y, en este caso, también es un efecto a causa de la interacción constante con más estudiantes; gran parte de la vida diaria de un adolescente es invertida en su educación, la necesidad de mantener la relación con sus amistades se ha visto facilitada por la constante evolución de la tecnología y el auge de las plataformas digitales, las cuales hacen cada vez más sencillo comunicarnos entre todos. A diario, en las plataformas sociales más conocidas, los adolescentes interactúan con muchos actores o elementos digitales, algunos de ellos pueden ser contenidos visuales y audiovisuales, información de actualidad acorde a sus gustos y, usuarios o comunidades que también buscan socializar.

En ese sentido, se entiende que los adolescentes tienen una preferencia por Facebook, Instagram y TikTok, y se conectan principalmente para mantener la relación con sus amistades, a medida que comparten su vida social e interactúan con contenidos digitales de carácter social, informativo y de entretenimiento.

Continuando en un contexto nacional, Muñoz (2025), en su investigación realizada en Tarapoto, comparte un resultado que relaciona las redes sociales con niveles de adicción que presentan los adolescentes, el autor nos indican que el 5,5% de

la comunidad estudiantil que llegó a encuestar presentan un nivel de uso alto respecto a las redes sociales, específicamente con el ecosistema digital de Meta y TikTok. Estos datos se pueden reflejar en el comportamiento que manifiestan los estudiantes adolescentes en la web, puesto que, hoy en día todos cuentan con una red social en actividad constante y a diario es nutrida con contenido relacionado a su información personal, dando a entender que el comportamiento del adolescente ya no solo es solo a nivel social, sino también a nivel digital.

Por otra parte, Benavente et al. (2025), en su investigación realizada en Puno, nos presenta otro tipo de problemática, aquí, el autor encontró un vínculo directo que relaciona las redes sociales y el tiempo de conexión que invierten los estudiantes, sus resultados nos indican que, en la comunidad estudiantil que llegó a encuestar, encontró que el 40% de los participantes se conectan de 1 a 2 horas, el 35,7% se conectan de 3 a 4 horas, y el 24,3% se conectan más de 5 horas, en cada caso a nivel diario.

Por todo lo manifestado, este estudio se orienta a describir la frecuencia de uso de redes sociales más populares en alumnos adolescentes de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen. El problema de investigación se centra en que, más allá del tiempo de conexión o de los niveles de adicción, el uso frecuente de redes sociales revela un patrón en el entretenimiento, la actualidad digital y la interacción con usuarios y comunidades digitales.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Con qué frecuencia hacen uso de las redes sociales los estudiantes de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026?

1.2.2 Problemas específicos

¿Con qué frecuencia hacen uso de la red social Facebook los estudiantes de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026?

¿Con qué frecuencia hacen uso de la red social Instagram los estudiantes de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026?

¿Con qué frecuencia hacen uso de la red social TikTok los estudiantes de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Describir con qué frecuencia hacen uso las redes sociales los estudiantes de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026.

1.3.2 Objetivos específicos

Describir con qué frecuencia hacen uso de la red social Facebook los estudiantes de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026.

Describir con qué frecuencia hacen uso de la red social Instagram los estudiantes de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026.

Describir con qué frecuencia hacen uso de la red social TikTok los estudiantes de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación teórica

El sustento teórico tuvo como objetivo describir el tipo de frecuencia de uso que realizan los alumnos adolescentes respecto a las redes sociales, por tanto, el autor base para este estudio es Celaya (2008), quien define a las redes sociales como

espacios digitales donde las personas, mediante sus usuarios digitales, pueden compartir contenido de carácter personal y profesional, así mismo, se explicó qué clase de contenidos de entretenimiento consumen por cada red social, cómo reaccionan a ciertos tipos de actualidad digital en general y cuál es la interacción digital que realizan, sea respecto a los usuarios, los contenidos y las comunidades que existen en cada plataforma.

1.4.2 Justificación metodológica

El sustento científico se basó en la estructura de su diseño, siendo un estudio básico y descriptivo porque se busca medir con precisión la variable redes sociales; además, es de diseño no experimental porque la variable no fue modificada, sino observada en su entorno natural; y, por último, de enfoque cuantitativo, porque con los datos numéricos y estadísticos ha permitido validar las diferentes teorías, los antecedentes y proyectos de investigación utilizados en este estudio, así como también generar conclusiones y recomendaciones de manera óptima y rigurosa.

1.4.3 Justificación práctica

El sustento práctico sirvió como base para la comprensión del uso que le dan los estudiantes adolescentes a las plataformas digitales más frecuentadas en la actualidad; así mismo, dio respuesta al problema general del presente estudio, beneficiando a futuros investigadores que tengan como variable principal a las redes sociales. Los resultados, las conclusiones y recomendaciones han sido planteadas con el fin de proponer directrices a considerar al momento de estructurar un plan de marketing digital que tenga como público principal a la comunidad estudiantil adolescente.

1.5 Delimitación del estudio

1.5.1 Delimitación espacial

Se tuvo como estudio a un total de 350 estudiantes de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen, para tal efecto, se utilizó un muestreo para población finita, obteniendo un total de 184 alumnos, es preciso señalar que, la institución está ubicada en Huaral – Lima.

1.5.2 Delimitación temporal

Se desarrolló el estudio entre abril y julio del 2026.

1.6 Viabilidad del estudio

1.6.1 Viabilidad teórica

Fue factible en el aspecto teórico por la facilidad de acceso a los recursos bibliográficos empleados como referencias.

1.6.2 Viabilidad humana

Fue factible en el aspecto humano por la disposición de los alumnos de secundaria, su disponibilidad durante la aplicación de la encuesta y la interpretación de los hallazgos.

1.6.3 Viabilidad financiera

Fue factible en el aspecto financiero por la facilidad de acceso a los diferentes recursos que se emplearon durante este estudio.

Capítulo II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Díaz et al. (2023), en su estudio *"Impacto de las redes sociales en el rendimiento académico de los adolescentes: Estudio de Instagram y TikTok – España"*, estudio respaldado por la revista Ciencia y Educación, buscó realizar un análisis sobre el problema e impacto académico de las redes sociales en adolescentes. La técnica de investigación utilizada fue de tipo básica y de nivel correlacional. Los resultados demostraron que el uso prolongado de Instagram y TikTok tienen una influencia negativa en las evaluaciones de los alumnos adolescentes. Los autores concluyeron afirmando que la concientización del manejo de estas plataformas digitales es importante durante esa etapa.

Acevedo (2024), en su estudio *"Adolescencia y redes sociales: entre riesgos y oportunidades",* estudio respaldado por la revista Ciencia Latina, investigación realizada en Panamá, tuvo como objetivo descubrir el rol de las redes sociales en la identidad y el nivel de socialización entre adolescentes. La técnica utilizada fue el cuestionario conociendo el tipo de estudio básico, nivel correlacional. Como resultado se afirma que las plataformas digitales ejercen un rol esencial en la rutina de los estudiantes, precisamente durante la capacitación de su expresión individual, su desenvolvimiento social y el progreso de su identidad. La autora concluye en que se debería promover un empleo responsable y seguro de los jóvenes en términos de las redes sociales.

Mendoza et al. (2024), en su estudio *"Influencia Digital de Instagram en los Hábitos de Compra de Estudiantes de Mercadotecnia de la Universidad Autónoma*

del Estado de Hidalgo", investigación realizada en México, tuvo como objetivo analizar los motivos de compra de los jóvenes mediante la plataforma de Instagram. La investigación se basó desde un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, nivel correlacional. El resultado de esta investigación menciona que Instagram fue la plataforma social más valorada a comparación de Facebook y TikTok, también indica que el 42% de los encuestados no son influenciados por los contenidos digitales compartidos por figuras públicas. Como conclusión, los investigadores afirman que Instagram influye en gran porcentaje en el comportamiento de compra de los alumnos.

Rojas et al (2025), en su estudio *"El uso de redes sociales en adolescentes: un estudio de caso en estudiantes de bachillerato de Catamayo, Loja – Ecuador",* estudio respaldado por la revista Ciencia Latina, buscó describir el empleo de las redes sociales. La técnica de investigación utilizada fue de tipo básica y de nivel descriptivo. Los resultados indicaron que Facebook y TikTok son las plataformas más usadas debido al contenido de entretenimiento que se puede encontrar, así mismo, el 73.9% mencionan que las redes sociales influyen en su desempeño académico. Como conclusión, los autores resaltan un uso responsable de las redes sociales en un entorno educativo.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Seminario (2023), en su estudio *"Uso de redes sociales y habilidades sociales en adolescentes del distrito de Breña, Lima",* estudio respaldado por la Universidad Norbert Wiener – Lima, el objetivo fue establecer la conexión entre la utilidad de redes sociales con habilidades sociales de adolescentes que asisten a secundaria. La técnica utilizada fue la escuetas para un estudio básico de nivel correlacional. Como resultado, el 46.3% de los estudiantes evidenciaron un exceso

de uso de las plataformas digitales y el 45.1% mostraron un nivel medio de competencias sociales. La autora concluyó que el empleo de las plataformas digitales y las competencias sociales de los adolescentes están relacionados inversamente.

Quispe (2024), en su estudio "Red social TikTok y el rendimiento académico en los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria José Carlos Mariátegui – Puno", estudio respaldado por la Universidad Nacional del Altiplano, buscó determinar la relación entre TikTok con el desempeño académico de los alumnos del cuarto grado. La técnica utilizada fue un cuestionario para un estudio de tipo básica de nivel correlacional. Los resultados indicaron que no hay una conexión entre TikTok y el desempeño académico de los adolescentes. El autor concluyó afirmando que el uso que el adolescente le da a TikTok es independiente de su rendimiento académico escolar.

Kalinowski & Sandoval (2024), en su estudio *"Aprendizaje por medio de TikTok como complemento de los estudios académicos en universitarios en Lima"*, estudio respaldado por la UPC, tuvo como objetivo establecer la percepción de un aprendizaje relevante que se logra a través del uso de TikTok. La técnica de estudio utilizada fue de tipo básica y de nivel correlacional. Como resultado, TikTok es percibida como una herramienta útil para el aprendizaje. Los autores concluyen en que TikTok presenta un alto potencial para ser empleado como recurso educativo porque genera un impacto positivo en el aprendizaje.

Sáenz (2024), en su estudio *"Redes sociales y comportamiento social en los estudiantes de una institución educativa de Tacna, 2024"*, estudio realizado en la Universidad Privada de Tacna, el objetivo fue determinar el tipo de relación entre

las principales redes sociales más usadas con el desenvolvimiento conductual-social de los adolescentes. La metodología, señala que fue de tipo básica, de nivel correlacional. Como resultado se obtuvo una relación positiva, específicamente en las habilidades interpersonales de los adolescentes, y una relación negativa en la dependencia con estas plataformas y la presión a nivel social. El autor concluye en que el impacto de las plataformas digitales más populares mantiene una relación directa con el nivel de uso que se presenta en los adolescentes.

Castillo (2025), en su estudio *"Uso del Facebook y su relación con el rendimiento académico de los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Aurincota – Huacullani",* estudio respaldado por la Universidad Nacional del Altiplano, investigación realizada en Puno, tuvo como objetivo determinar la conexión entre el uso del Facebook y el rendimiento académico de los alumnos de ciencias sociales. La metodología fue de tipo básica y de nivel correlacional. Los resultados sostienen que el uso de Facebook está relacionado con el rendimiento académico de los estudiantes, evidenciando que el 54.8% de los estudiantes casi siempre usan esta plataforma digital, mientras que el 56.16% de los encuestados demuestran que su nivel de rendimiento está en proceso. Como conclusión, los autores mencionan que Facebook tienen una relación inversa con el rendimiento académico, afirmando que, si la primera variable aumenta, la segunda variable tiende a disminuir.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Redes sociales

Celaya (2008), como se cita en la investigación de Hütt (2012) nos menciona que las redes sociales son áreas digitales donde los cibernautas, mediante sus

usuarios digitales, son capaces de compartir contenido de carácter personal y profesional.

Un estudio de realizado por Mayo Clinic (2025), indica que las plataformas digitales son un elemento fundamental para numerosos adolescentes, de modo que, en una investigación efectuada en el año 2022, el resultado fue que el 35% de los adolescentes emplea Facebook, Instagram y TikTok más de varias veces al día.

2.2.1.1 Facebook

Según Ferré (2014), como se citó en Martínez & Rojas (2015), menciona que, a nivel internacional, uno de los usos que se le dan a Facebook es el ocio juvenil en las redes, este incluye entretenerse y distraerse con los contenidos que encuentra en la plataforma.

Barrientos (2024), asegura que Facebook es una de las plataformas digitales más visitadas; además indica que, luego de cumplir un rol comunicacional, es utilizado con una finalidad informativa, porque los estudiantes acceden a esta red como fuente de información actual e inmediata, y, por último, también refuerza la idea de que los jóvenes la emplean para entretenerse durante sus tiempos libres y de ocio.

Echenique & Motz (2018), indican que, en los grupos de Facebook, prima la posibilidad de participar en comunidades con una finalidad comunicacional, así mismo, también se facilita la interacción social, la creación de contenido, la formación de relaciones sociales y el intercambio de información entre usuarios digitales.

2.2.1.2 Instagram

Arcos et al. (2025), menciona que, en una población adolescente, el 90.3% usan Instagram y, respecto a los géneros, las mujeres son las que más usan esta red social, principalmente para compartir y publicar contenido. Así mismo, los autores también afirman que el 74.9% de los adolescentes encuestados publican contenidos tipos historias, además del contenido visual y videos de carácter entretenido.

Por otra parte, Lozano-Blasco et al. (2023), como se cita en el estudio de Arcos et al. (2025), indican que el consumo de contenidos producidos por influencers está relacionado en gran medida con el interés en la vida diaria que manifiestan los adolescentes por estas figuras públicas, más precisamente si los contenidos son sobre estilos de vida o productos cosméticos.

Respecto a los contenidos digitales, Arcos et al. (2025) también menciona que, con los últimos cambios que ha presentado la plataforma de Instagram, hoy en día el contenido tiene un enfoque de interacción, priorizando las impresiones y participación de los usuarios digitales.

2.2.1.3 TikTok

Rodríguez-Borlado (2020), mediante la plataforma web de aceprensa, nos afirma que una de las plataformas digitales más famosas es TikTok, además de ofrecer entretenimiento, impulso a la creatividad y viralidad inmediata.

Macías (2023), menciona que, TikTok funciona como un entorno digital donde circulan tendencias, temas del momento y contenidos virales relacionados a los intereses y gustos de los adolescentes.

> Digital Innovation 360 (2025), a través de su página web, nos afirma que TikTok facilita y promueve la participación de las comunidades digitales con el uso de comentarios, reacciones, acciones de compartir el contenido audiovisual, entre otros.

2.3 Bases filosóficas

Este estudio toma como referente filosófico al constructivismo social, el cual sostiene que el aprendizaje y el desarrollo humano se construye mediante la interacción social.

Schader (2015), en su investigación sobre el constructivismo y el aprendizaje en la era de las redes sociales, afirma que:

Estas plataformas digitales proporcionan nuevos medios y oportunidades de aprendizaje que son coherentes con los principios fundamentales del constructivismo social y cognitivo, y extienden el proceso de aprendizaje y construcción de significado a comunidades más diversas y a actividades compartidas de acceso universal en las que participan conjunta y simultáneamente tanto pares como expertos. (p. 23)

2.4 Definición de términos básicos

Red social

Según Celaya (2008), como se cita en Palacios et al. (2020), define a una red social como un espacio en internet donde los usuarios digitales pueden compartir cualquier información, sea personal, familiar, laboral o profesional, con el objetivo de interactuar e intercambiar opiniones, gustos y demás.

Facebook

Según Aspani et al. (2012), definen Facebook como una plataforma digital que, a pesar de ser creada en un principio para la comunicación digital entre universitarios de Harvard, hoy en día es la red social más frecuentada, siendo también referente para demás aplicaciones en la actualidad.

Instagram

Calva-Cabrera et al. (2025), definen Instagram como una red social que, además de ser usada como medio para compartir contenido visual y audiovisual, también es usada como una plataforma multiformato, puesto que logró integrar los principales beneficios de varias redes sociales contemporáneas.

TikTok

Según LaFleur (2023), como se cita en Cedeño et al. (2025), definen TikTok como una red social que ofrece la libertad de compartir videos con diferentes temáticas, así mismo, cuenta con un algoritmo que ajusta los contenidos en base a los intereses y los perfiles de los usuarios.

Contenido digital

Según Villegas (2020), como se cita en Pauta (2023), define al contenido digital como toda información que pueda ser compartida en una plataforma digital o red social, manifestándose mediante fotos y videos en la mayoría de los casos. Los contenidos digitales pueden ser distribuidos y compartidos por cualquier usuario, independientemente de la edad o clase económica.

2.5 Hipótesis de la investigación

2.5.1 Hipótesis general

No aplica en esta investigación.

2.5.2 Hipótesis específicas

No aplica

2.6 Operacionalización de las variables

Variable de estudio	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Redes sociales	Dimensión 1: Facebook	Contenido de entretenimiento	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
		Actualidad informativa	
		Interacción con usuarios digitales	
	Dimensión 2: Instagram	Contenido de entretenimiento	8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
		Actualidad con figuras públicas	
		Interacción con el contenido digital	
	Dimensión 3: TikTok	Contenido de entretenimiento	17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
		Actualidad en tendencias	
		Interacción con comunidades digitales	

Capítulo III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

Es básica, puesto que tiene como objetivo analizar y detallar la frecuencia con que los estudiantes adolescentes usan las redes sociales en su vida cotidiana.

Caicedo et al. (2024) sostienen que un estudio de tipo básico tiene como finalidad reforzar la teoría de un estudio sin integrar a práctica alguna. (p. 959)

3.1.2 Nivel de investigación

Descriptivo porque se pretende observar cómo las redes sociales se presentan en un entorno estudiantil de nivel secundario.

Supo (2025) define el nivel descriptivo de una investigación como el registro detallado de las características básicas de una variable de estudio en un entorno práctico, sin adicionar ninguna relación directa con cualquier otro elemento. (p. 9)

3.1.3 Diseño de investigación

No experimental porque se busca describir la frecuencia de empleo de las redes sociales por adolescentes sin participar con la variable de estudio, así mismo, la captura de la información y datos se dará en un único momento durante la investigación.

Hernández, Fernández y Baptista (2010), acerca del modelo no experimental, indican que es un tipo de estudio en el cual no existe intervención alguna con las variables; el objetivo es analizar un fenómeno luego de su manifestación en un contexto espontáneo. (p. 149)

3.1.4 Enfoque de investigación

Es cuantitativo porque buscó medir la frecuencia de empleo de las redes sociales empleando datos numéricos para luego interpretar los hallazgos desde un punto de vista objetivo.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006), citado en Huamán et al. (2022), definen al enfoque de investigación cuantitativo como una recopilación de datos interpretados en datos numéricos y analizados estadísticamente, con la finalidad de contrastar investigaciones relacionadas a la variable de estudio y al objetivo de investigación.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población estuvo conformada por 350 alumnos de secundaria de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen – Huaral.

3.2.2 Muestra

Para calcular la cantidad de alumnos a encuestar, se empleó la siguiente fórmula:

$$n=\frac{N\times Z^2\times p\times q}{e^2(N-1)+Z^2\times p\times q}$$

Donde:

- n = tamaño de la muestra
- N = tamaño de la población
- Z = nivel de confianza
- p = probabilidad de éxito

- q = probabilidad de fracaso
- e = margen de error

Reemplazando los datos.

- N = 350
- Z = 1.96
- p = 0.5
- q = 0.5
- e = 0.05

$$n=\frac{350\times1.96^2\times0.5\times0.5}{0.05^2(350-1)+1.96^2\times0.5\times0.5}$$

n=183.39

La muestra de este estudio incluyó a 184 alumnos de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen, ubicada en Huaral.

3.3 Técnicas de recolección de datos

Se ha elaborado un cuestionario para determinar, con un enfoque cuantitativo, la utilidad de redes sociales por alumnos de secundaria, con la siguiente estructura:

- Cuestionario de redes sociales conformado por 25 preguntas.

Con escala de medición:

1	**2**	**3**	**4**	**5**
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

3.3.1 Validez del instrumento

Juicio de expertos

GRADO	**NOMBRES Y APELLIDOS**	**RESULTADOS**

M(o).	Vega Neira Daniel	Aplicable
M(o).	Héctor Camacho Tarazona	Aplicable
M(o).	Víctor Oviedo Aldave	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.

Cuestionario de Redes Sociales

Ficha técnica de la variable Redes Sociales

FICHA TÉCNICA DE "REDES SOCIALES"

Nombre del instrumento	Redes Sociales
Autor	Karen Milagros Ruiz Silva
Año	2026
Objetivo	Describir con qué frecuencia hacen uso de las redes sociales los estudiantes de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026.
Población	Alumnos de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen - Huaral
Número de ítems	25 preguntas
Aplicación	Inmediata
Tiempo	30 minutos
Escala	Likert

Fuente: Elaboración propia.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Se empleó el software de análisis estadístico SPSS y el software de Excel.

3.5 Matriz de consistencia

“USO DE REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PUBLICA NUESTRA SEÑORA DEL CARMEN – HUARAL 2026”					
PROBLEMA	**OBJETIVO**	**HIPÓTESIS**	**VARIABLE**	**DIMENSIONES E INDICADORES**	**METODOLOGÍA**
Problema general ¿Con qué frecuencia hacen uso de las redes sociales los estudiantes la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026? **Problemas específicos** ¿Con qué frecuencia hacen uso la red social Facebook los estudiantes de educación secundaria Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026? ¿Con qué frecuencia hacen uso la red social Instagram los estudiantes de la educación secundaria Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026? ¿Con qué frecuencia hacen uso la red social TikTok los estudiantes de la educación secundaria Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026?	**Objetivo general** Describir con qué frecuencia hacen uso las redes sociales los estudiantes de la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026. **Objetivos específicos** Describir con qué frecuencia hacen uso la red social Facebook los estudiantes de educación secundaria Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026. Describir la frecuencia hacen uso la red social Instagram los estudiantes de educación secundaria Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026. Describir la frecuencia hacen uso la red social TikTok los estudiantes de educación secundaria Nuestra Señora del Carmen – Huaral, 2026.	-	Redes sociales	**Dimensión 1: Facebook** **Indicadores:** Contenido de entretenimiento Actualidad informativa Interacción con usuarios digitales **Dimensión 2: Instagram** **Indicadores:** Contenido de entretenimiento Actualidad con figuras públicas Interacción con el contenido digital **Dimensión 3: TikTok** **Indicadores:** Contenido de entretenimiento Actualidad en tendencias Interacción con comunidades digitales	**Tipo**: Básica **Nivel**: Descriptivo **Enfoque**: Cuantitativo **Diseño**: No experimental **Población**: 350 estudiantes de educación secundaria. **Muestra**: 184 estudiantes de educación secundaria. **Instrumento**: Cuestionario estructurado para aplicar a estudiantes de 15 a 16 años.

Capítulo IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

4.1.1 Resultados descriptivos

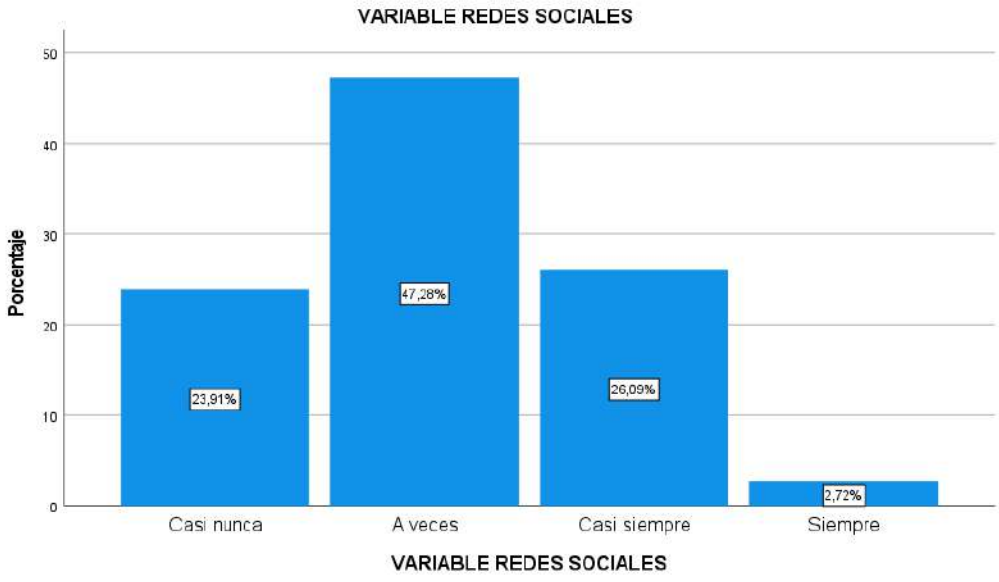
Tabla 1: Resultados de la variable Redes Sociales

VARIABLE REDES SOCIALES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	44	23,9	23,9	23,9
	A veces	87	47,3	47,3	71,2
	Casi siempre	48	26,1	26,1	97,3
	Siempre	5	2,7	2,7	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Fuente: Datos adquiridos a partir del software SPSS.

Figura 1: Representación de la variable Redes Sociales



Fuente: Datos adquiridos a partir del software SPSS.

De todos los encuestados, respecto al uso de las redes sociales, el 47.3% manifiestan que **a veces** usan sus redes sociales, esto debido a que, dentro de

Facebook, Instagram y TikTok, se desenvuelven como usuarios pasivos, sin involucrarse ni participando realizando comentarios o reacciones, el 26.6% manifiestan que **casi siempre** usan sus redes sociales, el 23.91% manifiestan que **casi nunca** usan sus redes sociales y el 2.72% manifiestan que **siempre** usan sus redes sociales.

4.1.1.1 Facebook

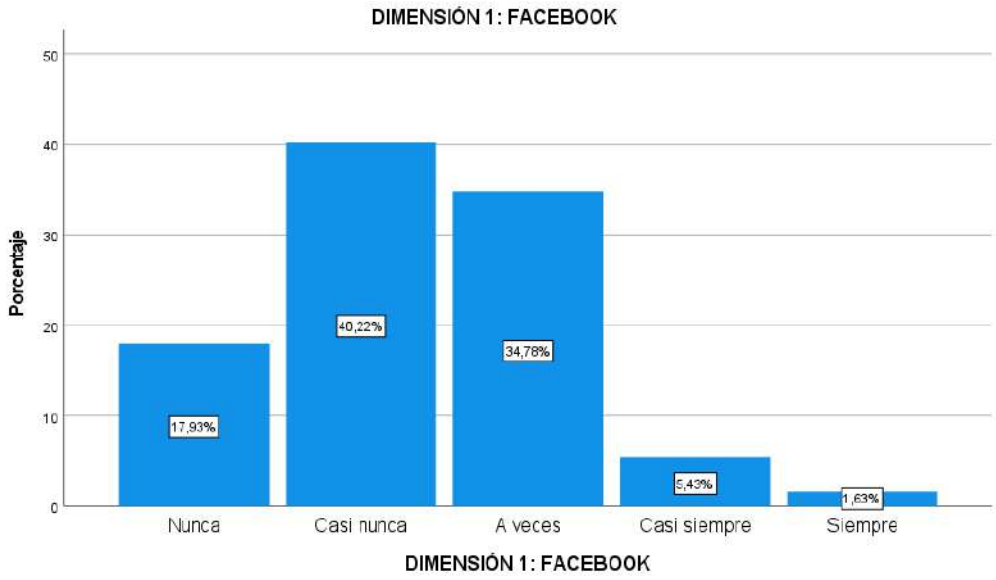
Tabla 2: Resultados de la Dimensión 1 Facebook

DIMENSIÓN 1: FACEBOOK

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	33	17,9	17,9	17,9
	Casi nunca	74	40,2	40,2	58,2
	A veces	64	34,8	34,8	92,9
	Casi siempre	10	5,4	5,4	98,4
	Siempre	3	1,6	1,6	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Fuente: Datos adquiridos a partir del software SPSS.

Figura 2: Representación de la Dimensión 1 Facebook



Fuente: Datos adquiridos a partir del software SPSS.

De todos los encuestados, respecto al uso de Facebook, el 40.22% manifiestan que **casi nunca** usan Facebook debido a que no emplean esta red social para interactuar con otros usuarios digitales, el 34.78% manifiestan que **a veces** usan Facebook, el 17.93% manifiestan que **nunca** usan Facebook, el 5.43% manifiestan que **casi siempre** usan Facebook, el 1,63% manifiestan que **siempre** usan Facebook.

4.1.1.2 Instagram

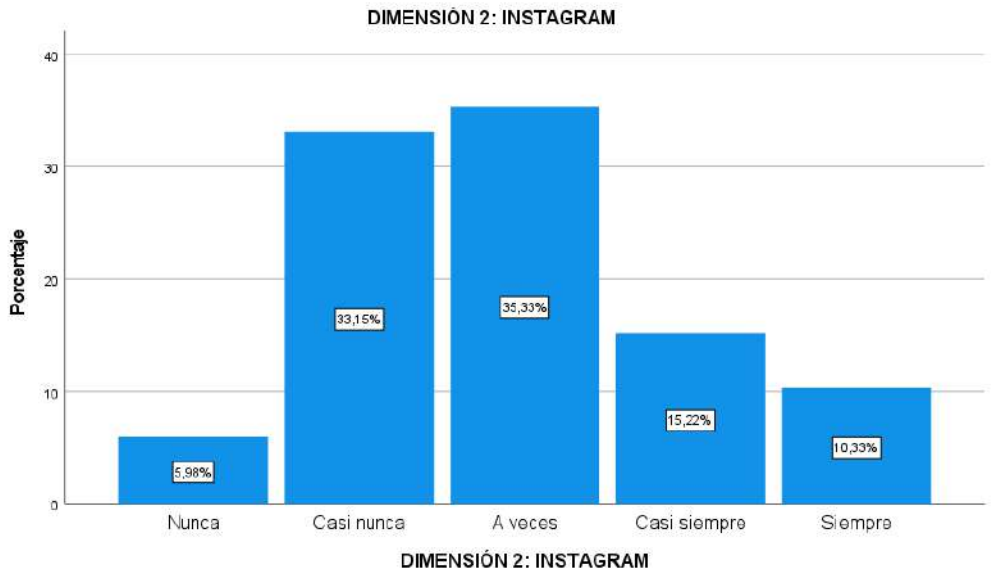
Tabla 3: Resultados de la Dimensión 2 Instagram

DIMENSIÓN 2: INSTAGRAM

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	6,0	6,0	6,0
	Casi nunca	61	33,2	33,2	39,1
	A veces	65	35,3	35,3	74,5
	Casi siempre	28	15,2	15,2	89,7
	Siempre	19	10,3	10,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Fuente: Datos adquiridos a partir del software SPSS.

Figura 3: Representación de la Dimensión 2 Instagram



Fuente: Datos adquiridos a partir del software SPSS.

De todos los encuestados, respecto al uso de Instagram, el 35.33% manifiestan que **a veces** usan Instagram debido a que, según los resultados de esta dimensión, usan esta red social para entretenerse, actualizarse respecto a las figuras públicas de su interés e interactuar con el contenido digital que ven a diario con una frecuencia media, el 33,15% manifiestan que **casi nunca** usan Instagram, el 15,22% manifiestan que **casi siempre** usan Instagram, el 10,33% manifiestan que **siempre** usan Instagram, el 5,98% manifiestan que **nunca** usan Instagram.

4.1.1.3 TikTok

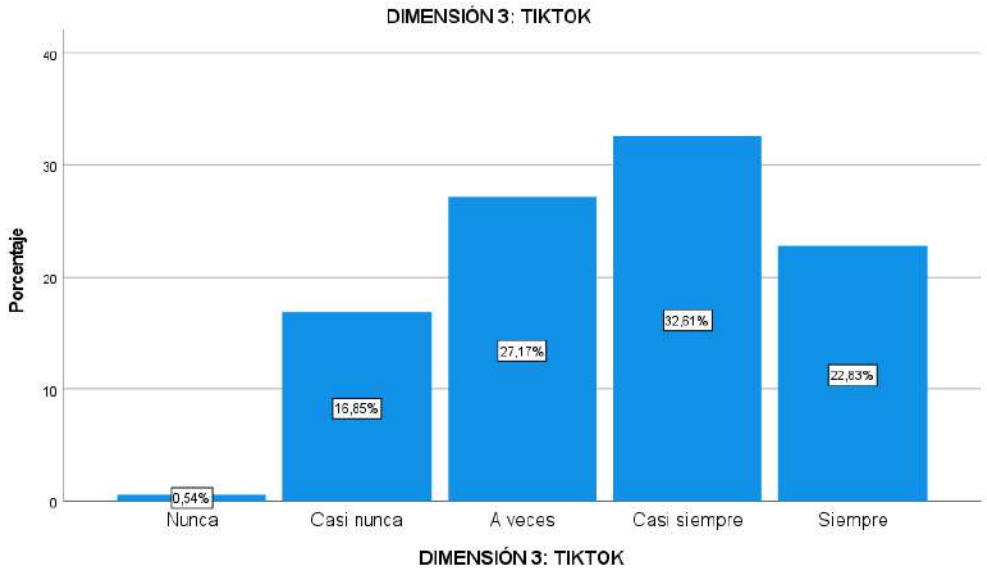
Tabla 4: Resultados de la Dimensión 3 TikTok

DIMENSIÓN 3: TIKTOK

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	Casi nunca	31	16,8	16,8	17,4
	A veces	50	27,2	27,2	44,6
	Casi siempre	60	32,6	32,6	77,2
	Siempre	42	22,8	22,8	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Fuente: Datos adquiridos a partir del software SPSS.

Figura 4: Representación de la Dimensión 3 TikTok



Fuente: Datos adquiridos a partir del software SPSS.

De todos los encuestados, respecto al uso de TikTok, el 32.61% manifiestan que **casi siempre** usan TikTok debido a que usan esta red social para consumir contenido de entretenimiento, seguido de compartir el contenido con sus amistades, el 27.17% manifiestan que **a veces** usan TikTok, el 22.83% manifiestan que **siempre** usan TikTok, el 16,85% manifiestan que **casi nunca** usan TikTok, el 0,54% manifiestan que **nunca** usan TikTok.

4.1.2 Contrastación de hipótesis

El presente estudio no consigna hipótesis por ser carácter descriptivo.

Capítulo V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

Hoy en día, las redes sociales han evolucionado para convertirse en una herramienta de comunicación e interacción ampliamente utilizada por los adolescentes, permitiéndoles compartir información, expresar opiniones y mantener contacto constante con otras personas, lo que ocurre con las plataformas: Facebook, Instagram y TikTok que han generado nuevas formas de participación digital, permitiendo que los estudiantes se relacionen, se entretengan y desarrollen su vida cotidiana. Razón del presente estudio con los siguientes reportes estadísticos.

En referencia al objetivo general sobre la frecuencia de uso de las redes sociales en el colegio Nuestra Señora del Carmen y en concordancia con la tabla 1, el 47.3% de estudiantes encuestados manifestaron que **a veces** usan sus redes sociales, esta nivel de uso medio se debe principalmente a que los estudiantes emplean estas plataformas digitales con la finalidad de entretenerse, sin embargo, su papel no es participativo, sino que se desenvuelven como espectadores, priorizando la visualización de contenidos digitales; esto se puede observar de manera más específica en las figuras 2, 3 y 4, manifestándose que casi nunca usan Facebook, a veces usan Instagram y casi siempre usan TikTok respectivamente. Estos datos van en relación con lo demostrado por Acevedo (2024) en su investigación titulada *"Adolescencia y redes sociales: entre riesgos y oportunidades",* donde el autor demostró que las redes sociales toman un papel determinante en la formación de la personalidad de los adolescentes, precisamente durante la formación de su expresión personal, su desenvolvimiento social y el desarrollo de su identidad, aspectos que se van observando durante su formación académica en la educación básica. Por otra parte, lo contrario demostró Seminario (2023) en su

investigación titulada *"Uso de redes sociales y habilidades sociales en adolescentes de una institución educativa privada del distrito de Breña, Lima, 2023",* donde el autor demostró que el 46.3% tiene un uso excesivo respecto a las plataformas digitales más empleadas.

Con respecto al objetivo específico 1, sobre la frecuencia de uso de Facebook en el colegio Nuestra Señora del Carmen y en concordancia con la tabla 2, el 40.22% de estudiantes encuestados, manifiestan que **casi nunca** usan Facebook, esto a causa de que los estudiantes interactúan esporádicamente con las publicaciones polémicas, comparten a sus amistades contenido entretenido, y buscan reacciones y comentarios, además, los encuestados indicaron que a veces consumen contenido de entretenimiento. Estos resultados van en una relación parcial con lo expuesto por Rojas et al. (2025), en su investigación titulada *"El uso de redes sociales en adolescentes: un estudio de caso en estudiantes de bachillerato de Ecuador",* donde demostraron que Facebook es una de las redes sociales más usadas, principalmente por el contenido de entretenimiento. Así mismo, estos resultados van en relación con lo expuesto por Castillo (2025), quien afirma que, si el uso de Facebook aumenta, el desempeño académico del estudiante adolescente tiende a disminuir; en el caso de esta presente investigación, al casi nunca usar Facebook, el rendimiento de los alumnos puede incrementar.

Con respecto al objetivo específico 2, sobre la frecuencia de uso de Instagram en el colegio Nuestra Señora del Carmen y en concordancia con la tabla 3, el 35.3% de los estudiantes encuestados, manifiestan que **a veces** usan Instagram, esto a causa de que ellos interactúan en un nivel medio con los contenidos de entretenimiento, se actualizan respecto a las figuras públicas de sus intereses e interactúan con los contenidos que ven a diario. Estos datos son contrarios a lo demostrado por Mendoza et al. (2024) en su investigación titulada *"Influencia Digital de Instagram en los Hábitos de Compra de*

Estudiantes de Mercadotecnia de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo”, donde demostró que Instagram es la red social con mayor valoración a comparación de Facebook y TikTok, sin embargo, en los resultados de esta investigación, se presenta que los adolescentes a veces usan Instagram, refiriéndonos específicamente a los contenidos de entretenimiento, información actual sobre influencers, y su nivel de interacción digital. Por otro lado, estos resultados se sostienen en lo expuesto por Díaz et al. (2023), quienes afirman que emplear Instagram influye de manera negativa en el desempeño académico; para esta investigación, los alumnos al usar a veces la red social de Instagram, puede influir en sus calificaciones a un nivel moderado.

Con respecto al objetivo específico 3, sobre la frecuencia de uso de TikTok en el colegio Nuestra Señora del Carmen y en concordancia con la tabla 4, el 32.6% de los estudiantes encuestados, manifiestan que **casi siempre** usan TikTok, esto a causa de que ellos casi siempre visualizan videos cortos, consumen contenido entretenido-educativo, siguen a creadores de contenido acorde a sus gustos, e interactúan, reaccionan y comparten los videos. Estos datos van en relación con lo expuesto por Kalinowski & Sandoval (2024) en su investigación titulada *“Percepciones sobre el aprendizaje significativo a través de la plataforma TikTok y su uso como recurso para complementar los estudios académicos en estudiantes universitarios de Lima”*, donde demostraron que TikTok es una red social útil para el aprendizaje, evidenciando que los adolescentes indicaron que casi siempre usan TikTok por el contenido de entretenimiento y educativo; así mismo, los autores concluyen mencionando que TikTok tiene un alto potencial para ser usado como recurso educativo. Por otra parte, los resultados de este estudio van en relación con los manifestado por Quispe (2025), quien afirma que el uso de TikTok es independiente al rendimiento académico escolar; en el colegio Nuestra Señora del

Carmen, los adolescentes al usar casi siempre la red social de TikTok no influye en ningún sentido en sus calificaciones o rendimiento escolar.

Por otra parte, estos datos también van en relación con lo expuesto por Rojas et al. (2025) quien también refuerza la idea de que, actualmente, TikTok es una de las redes sociales más usadas por el contenido de entretenimiento.

Capítulo VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

En referencia al objetivo general, se infiere que el uso frecuente de las redes sociales es ocasionalmente, equivalente al 47.3% donde los estudiantes encuestados manifestaron que **a veces** usan sus redes sociales, esto debido a que, principalmente las emplean para consumir contenido de entretenimiento, sin demostrar participación o siendo solo espectadores, manifestando además que **casi nunca** usan Facebook porque el adolescente presente un perfil observador, que busca contenido entretenido, educativo e informativo, pero que no interactúa ni participa a nivel digital; **a veces** usan Instagram porque el adolescente presenta un perfil más presente a comparación de Facebook y que tiene una preferencia por los contenidos visuales; y **casi siempre** usan TikTok porque presenta un perfil tipo espectador de confort (porque solo busca ver, pero no participa en su totalidad), que tiene un uso más constante a comparación de las demás redes sociales y que presenta una preferencia mayor por los videos de tipo narrativo-entretenido con sentido más íntimo.

Con respecto al objetivo específico 1, se infiere que la frecuencia de uso de Facebook es **casi nunca**, con una equivalencia al 40.22% donde los estudiantes encuestados manifestaron que no hacen uso frecuente de Facebook, porque casi nunca han logrado interactuar mediante publicaciones polémicas, a su vez, habitualmente no comparten contenidos entretenidos, tampoco buscan reacciones, comentarios ni interactúan con otros usuarios digitales.

Con respecto al objetivo específico 2, se infiere que la frecuencia de uso de Instagram es **a veces**, con una equivalencia al 35.33% donde los estudiantes encuestados manifestaron que realizan un uso medio de Instagram, esto debido a que, a veces

consumen contenido de entretenimiento, se informan de la actualidad de las figuras de su interés e interactúan con el contenido digital que ven a diario, siendo el punto más resaltante la visualización de reels e historias en dicha plataforma.

Con respecto al objetivo específico 3, se infiere que la frecuencia de uso de TikTok es **casi siempre**, con una equivalencia al 32.61% donde los estudiantes encuestados manifestaron que hacen un uso frecuente de TikTok, porque principalmente lo usan para consumir contenido de entretenimiento, videos que buscan generar empatía y conexión, además de reaccionar a videos y compartirlo con sus amistades.

6.2 Recomendaciones

Los docentes tutores de la Institución Educativa en mención deben orientar y explicar la dinámica de uso de las redes sociales como un canal de comunicación rápida para el cumplimiento exclusivo de actividades académicas, además, direccionar el uso que le dan a las redes sociales los adolescentes escolares para crear contenidos entretenidos y educativos con la finalidad de agilizar su aprendizaje.

Los directivos de la Institución Educativa en mención deben gestionar una página institucional como principal canal de información noticiosa, educativa y cultural para la institución educativa y de acceso a los estudiantes con la finalidad de proponer contenidos creativos y compartir con la comunidad educativa de la provincia y generar buenos comentarios.

Los directivos de la Institución Educativa en mención deben implementar a la red social Instagram como instrumento informativo, para adecuar las noticias culturales y educativas en formato de video con la finalidad de que el aprendizaje sea más dinámico y genere la participación del estudiante adolescente y esté enterado de diferentes acontecimientos y que influya de manera positiva en su aprendizaje.

Los directivos de la Institución Educativa en mención deben usar TikTok como una fuente de información académica para los alumnos, implementando un canal de TikTok para la institución educativa donde se suban videos educativos con un estilo entretenido y dinámico para los estudiantes, teniendo cuidado de que el uso no sea excesivo.

Capítulo VII

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

7.1 Fuentes documentales

Kalinowski Castillo, I. M., & Sandoval Fiori, F. G. (2024). Percepciones sobre el aprendizaje significativo a través de la plataforma TikTok y su uso como recurso para complementar los estudios académicos en estudiantes universitarios de Lima. *Repositorio UPC*. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/684247/Sandoval_FF.pdf?sequence=14&isAllowed=y

Sáenz Meza, J. A. (2024). Redes sociales y comportamiento social en los estudiantes de una institución educativa de Tacna 2024. *Repositorio UPT*. Obtenido de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UPTI_d583baa15e5801c6376168091880771a/Description#tabnav

Seminario Parodi, L. L. (2023). Uso de redes sociales y habilidades sociales en adolescentes de una Institución Educativa Privada del distrito de Breña, Lima, 2023. *Repositorio Universidad Norbert Wiener*. Obtenido de https://repositorio.uwiener.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d9e33578-2a64-4920-80c5-630b665d8685/content

7.2 Fuentes bibliográficas

Acevedo Niño, D. A. (2024). Adolescencia y redes sociales: entre riesgos y oportunidades. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*. Obtenido de https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/11045

Aspani, S., Sada, M., & Shabot, R. (2012). Facebook y vida cotidiana. *Alternativas en psicología*, 107-114. Obtenido de https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-339X2012000200009

Barrientos García, S. C. (2024). Influencia de noticias difundidas en Facebook en la formación profesional de estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNTUMBES, 2023. *Repositorio UNT*. Obtenido de https://repositorio.untumbes.edu.pe/items/630c3d21-85fc-456b-9a75-0666c764bd01

Calvo González, S., Arcos Romero, A. I., Rodríguez Fernández, N., & Posada Corrales, J. A. (2025). Consumo y usos de Instagram en adolescentes de Asturias (España): ¿para qué aplican filtros en sus fotografías y cómo impactan en sus interacciones sociales? *Revista Latina de Comunicación Social*. Obtenido de https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/2326/5115

Echenique, P., & Motz, R. (2018). Análisis de interacciones sociales en Facebook. *Repositorio UNLP*. Obtenido de https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/73091/Documento_completo.pdf?sequence=1

Espinosa Cevallos, P. A. (2023). Análisis de las Redes sociales más utilizadas por los niños y jóvenes. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 574-588. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9295447

Guadamud Roldán, M. Y., Cedeño Guerra, M. S., Piloso Toledo, I. E., Saltos Cedeño, B. M., & Indacochea Quimís, C. A. (2025). Uso de TikTok en la Construcción de la Identidad Cultural en Estudiantes de Básica Media. *Estudios y Perspectivas Revista*

Científica y Académica, 3468-3489. Obtenido de https://estudiosyperspectivas.org/index.php/EstudiosyPerspectivas/article/view/1414

Haro Sarango, A. F., Chisag Pallmay, E. R., Ruiz Sarzosa, J. P., & Caicedo Pozo, J. E. (2024). Tipos y clasificación de las investigaciones. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 956-966. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9541046.pdf

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación.* México: McGRAW-HILL. Obtenido de https://luisdoubrontg.school.blog/wp-content/uploads/2024/03/metodologia-hernandez-fernandez-y-baptista.pdf

Huamán Rojas, J. A., Treviños Noa, L. L., & Medina Flores, W. A. (2022). Epistemología de las investigaciones cuantitativas y cualitativas. *Horizonte de la ciencia*, 27-47. Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/5709/570971314003/html/

Hütt Herrera, H. (2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN. *Reflexiones*. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf

León-Alberca, T., Calva-Cabrera, D., Renés-Arellano, P., & Inzunza-Acedo, B. (2025). Instagram como herramienta digital para la comunicación y posicionamiento de marcas de moda: estudio de caso en Ecuador. *Universitas XX1*, 217-243. Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/4761/476181404009/html/

Macías Rodríguez, H. J. (2023). Entre el entretenimiento y la socialización: un acercamiento a la cultura digital adolescente a través de TikTok. *Revista*

Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8951351.pdf

Mamani Maron, B. V., Pacho Poma, G. Y., Mestas Yucra, D., & Benavente Condori, Z. L. (2025). Redes sociales y clima familiar en estudiantes de secundaria de una institución educativa en Asillo. *Revista Tribunal*, 112-125. Obtenido de https://revistatribunal.org/index.php/tribunal/article/view/745

Martín Martín, M. C., Asensio Muñoz, I. I., & Bueno Álvarez, J. A. (2021). Uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria: análisis de perfiles para la intervención educativa. *Repositorio Universidad Complutense de Madrid*. Obtenido de https://docta.ucm.es/entities/publication/6240d197-846d-4c43-971f-d14a524127b0

Martínez Cardenas, Y. X., & Rojas Cardozo, N. (2015). Uso de la red social Facebook en los estudiantes del grado 11-01 de la institución educativa Ricardo Borrero Álvarez del municipio de Neiva-Huila. *Repositorio UNAD*. Obtenido de https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/11889/1020759069.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Morduchowicz, R. (2022). *Los adolescentes y las redes sociales: La construcción de la identidad juvenil en Internet.* (F. d. Argentina, Ed.) Argentina. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=guyoEAAAQBAJ&oi=fnd&pg

Muñoz-Vargas, N. Y. (2025). Adicción a las redes sociales y procastinación académica en estudiantes de educación secundaria. *Peruvian Journal of Health Care and Global Health*, 15-23. Obtenido de https://revista.uch.edu.pe/index.php/hgh/article/view/325

Palacios Molina, D., Ponce Andrade, J., Villamrin Villota, W., & Palma Avellán, A. M. (2020). Las redes sociales y su influencia como estrategia de marketing en las PYMES

de Manabi - Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8310397.pdf

Pauta Cuesta, J. F. (2023). Diseño de un producto gráfico digital que aporte a disminuir los estados de ansiedad y depresión de los jóvenes que utilizan redes sociales. *Repositorio de la Universidad del Azuay*, 11. Obtenido de https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/13500/1/19025.pdf

Quezada Montoya, R. M., Suárez Carrión, C. V., Rojas Castillo, L. A., & Zaragocin Vire, M. C. (2025). El uso de las redes sociales en adolescentes: un estudio de caso de estudiantes de bachillerato de Catamayo, Loja - Ecuador. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*. Obtenido de https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/21163

Rodríguez-Borlado, F. (2020). *TikTok: la nueva red social que triunfa entre los adolescentes*. Obtenido de aceprensa: https://www.aceprensa.com/cultura/redes-sociales/tiktok-la-nueva-red-social-que-triunfa-entre-los-adolescentes/

Schrader, D. (2015). Constructivismo y aprendizaje en la era de las redes sociales: transformando mentalidades y comunidades de aprendizaje. *ResearchGate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/286903658_Constructivism_and_Learning_in_the_Age_of_Social_Media_Changing_Minds_and_Learning_Communities

Supo, J. (2025). Niveles de investigación: Una clasificación emergente fundamentada en el análisis de datos para la investigación científica. *BIOESTADÍSTICO*. Obtenido de https://bioestadistico.com/libro/Supo_2025_Niveles_de_Investigacion.pdf

Virós-Martín, C., Jiménez-Morales, M., & Montaña-Blasco, M. (2025). Adolescentes, TikTok e Instagram: percepciones sobre el impacto de las tecnologías digitales en su

vida social. *Revista de Comunicación*, 519-537. Obtenido de https://revistadecomunicacion.com/index.php/rcom/es/article/view/3774

7.3 Fuentes electrónicas

Digital Innovation 360. (2025). *Digital Innovation 360*. Obtenido de Estrategias de fidelización y comunidad en TikTok: https://www.digitalinnovation360.com/redes-sociales/estrategias-de-fidelizacion-y-comunidad-en-tiktok/

Mayo Clinic. (2025). *Mayo Clinic*. Obtenido de Los adolescentes y el uso de las redes sociales: ¿qué impacto tienen?: https://www.mayoclinic.org/es/healthy-lifestyle/tween-and-teen-health/in-depth/teens-and-social-media-use/art-20474437

Capítulo VIII

ANEXOS

Autorización para aplicación de encuesta en la I.E.P. Nuestra Señora del Carmen – Huaral.



"AÑO DE LA ESPERANZA Y DEL FORTALECIMIENTO DE LA DEMOCRACIA"

Huaral, 30 de abril de 2026

CARTA Nº 032-2026-D.IE. "NSC"- Huaral

Señora
RUIZ SILVA KAREN MILAGROS

ASUNTO : Autorización para la aplicación de encuesta

Me dirijo a usted para saludarla cordialmente y, en atención a su solicitud presentada mediante Expediente Nº 2319, de fecha 29 de abril de 2026, mediante la cual solicita autorización para la aplicación de una encuesta a los estudiantes del nivel secundaria, específicamente a estudiantes de 15 y 16 años de edad, en el marco del desarrollo de su tesis titulada: "Uso de redes sociales en estudiantes de educación secundaria de la Institución Educativa Nuestra Señora del Carmen - Huaral, 2026".

Al respecto, habiéndose evaluado su pedido, se ha considerado pertinente autorizar la aplicación de la encuesta del 14 al 15 de mayo de 2026, la misma que se desarrollará conforme a las normas internas y disposiciones vigentes, en coordinación con el área correspondiente.

Sin otro particular, me despido de usted, expresándole los sentimientos de mi especial consideración y estima.

Atentamente,

FPCH/DIR.IE.NSC
crvc/vlof.

AV. DOS DE MAYO S/N. Huaral

Instrumento para la toma de datos

Encuesta para determinar la frecuencia de uso de las redes sociales

Autora: Ruiz Silva Karen Milagros (2026)

Instrucciones:

Lee atentamente los ítems y responde con sinceridad. Recuerda que el instrumento es anónimo, con la intención de cuidar su identidad.

No dejes ningún ítem sin responder y tampoco respondas dos veces en un mismo ítem.

Calificación

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

Género	Masculino		Femenino	
Grado y sección				
Fecha				

Anticipadamente se le agradece su colaboración.

Nº	Ítems	Calificación				
		5	4	3	2	1
Dimensión 1: Facebook						
Indicador 1: Contenido de entretenimiento						
1	Uso Facebook para ver memes o contenidos divertidos.					
2	Me entretienen los contenidos que encuentro en grupos educativos de Facebook					
3	Leo o comento publicaciones polémicas o llamativas en Facebook.					
Indicador 2: Actualidad informativa						
4	Veo en Facebook noticias virales o información sobre hechos actuales.					
5	Leo opiniones o debates en comentarios sobre temas actuales en Facebook.					
Dimensión 3: Interacción con usuarios digitales						

6	Etiqueto a mis amigos en memes o publicaciones en Facebook.					
7	Interactúo en Facebook buscando recibir reacciones (likes o comentarios).					
Dimensión 2: Instagram						
Indicador 4: Contenido de entretenimiento						
8	Veo reels o historias para entretenerme en Instagram.					
9	Exploro perfiles y sigo influencers por interés y entretenimiento en Instagram.					
10	Guardo y reviso contenido de moda, lifestyle o estética en Instagram.					
Indicador 5: Actualidad con figuras públicas						
11	Me informo sobre la vida diaria de influencers a través en Instagram.					
12	Veo publicaciones sobre cambios físicos, logros o metas de figuras públicas en Instagram.					
13	Me entero de lanzamientos de marcas, productos y colaboraciones de figuras públicas en Instagram.					
Indicador 6: Interacción con el contenido digital						
14	Interactúo rápidamente con contenido (likes, respuestas y reacciones) en Instagram.					
15	Participo en encuestas e historias de Instagram.					
16	Comento y reacciono a reels en Instagram.					
Dimensión 3: TikTok						
Indicador 7: Contenido de entretenimiento						
17	Veo videos cortos de forma continua en Tiktok.					
18	Consumo contenido de humor, tendencias y música en Tiktok.					
19	Veo contenido educativo corto y sigo a creadores e influencers en Tiktok.					
Indicador 8: Actualidad en tendencias						
20	Me informo sobre tendencias virales (retos, bailes y música) en Tiktok.					
21	Veo contenido tipo storytime y POV que se vuelve viral en Tiktok.					
22	Observo transmisiones en vivo y contenido relacionado con tendencias actuales en Tiktok.					
Indicador 9: Interacción con comunidades digitales						
23	Doy “me gusta” y comento en varios videos Tiktok.					

24	Comparto videos de Tiktok con mis amigos.					
25	Participo creando contenido (uso audios en tendencia, hago duetos y respondo comentarios) en Tiktok.					

Fin de la encuesta.

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Quien suscribe:

Da constancia que el instrumento de medición denominado "Redes Sociales en Estudiantes de Educación Secundaria" a ser utilizado para la recolección de datos del trabajo de investigación titulado: "*Uso de Redes Sociales en Estudiantes de Educación Secundaria de la Institución Educativa Pública Nuestra Señora del Carmen – Huaral 2026*"; que tiene por finalidad demostrar el uso de las redes sociales en estudiantes, actores involucrados en esta institución académica, y elaborado por la Tesista Bach. Ruiz Silva, Karen Milagros de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación, se ha realizado la revisión respectiva, de acuerdo a los documentos a la vista.

En tal sentido, el instrumento de medición cumple con los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y apto para ser aplicado en el logro de los objetivos propuestos por la investigación.

Huacho, 22 de mayo del 2026

Universidad Nacional
"José Faustino Sánchez Carrión"

M(o). CAMACHO TARAZONA HÉCTOR ARMANDO
DNI 511

M(o) Héctor Armando Camacho Tarazona
Juez experto

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Quien suscribe:

Da constancia que el instrumento de medición denominado "Redes Sociales en Estudiantes de Educación Secundaria" a ser utilizado para la recolección de datos del trabajo de investigación titulado: "*Uso de Redes Sociales en Estudiantes de Educación Secundaria de la Institución Educativa Pública Nuestra Señora del Carmen – Huaral 2026*"; que tiene por finalidad demostrar el uso de las redes sociales en estudiantes involucrados en esta institución académica, y elaborado por la Tesista Bach. Ruiz Silva, Karen Milagros de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación, se ha realizado la revisión respectiva, de acuerdo a los documentos a la vista.

En tal sentido, el instrumento de medición cumple con los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y apto para ser aplicado en el logro de los objetivos propuestos por la investigación.

Huacho, 01 de junio del 2026

UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
M(o) VÍCTOR G. OVIEDO ALDAVE
DOCENTE DNU 331

M(o) Víctor Gerónimo Oviedo Aldave
Juez experto

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Quien suscribe:

Da constancia que el instrumento de medición denominado "Redes Sociales en Estudiantes de Educación Secundaria" a ser utilizado para la recolección de datos del trabajo de investigación titulado: "*Uso de Redes Sociales en Estudiantes de Educación Secundaria de la Institución Educativa Pública Nuestra Señora del Carmen – Huaral 2026*"; que tiene por finalidad demostrar el uso de las redes sociales en estudiantes involucrados en esta institución académica, y elaborado por la Tesista Bach. Ruiz Silva, Karen Milagros de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación, se ha realizado la revisión respectiva, de acuerdo a los documentos a la vista.

En tal sentido, el instrumento de medición cumple con los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y apto para ser aplicado en el logro de los objetivos propuestos por la investigación.

Huacho, 22 de mayo del 2026

M(o). Daniel Francisco Vega Neira
DOCENTE
E.P. Ciencias de la Comunicación

M(o) Daniel FranciscoVega Neira
Juez experto