



**Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión  
Facultad de Educación  
Escuela Profesional de Educación Secundaria  
Especialidad: Ciencias Sociales y Turismo**

**Redes sociales y construcción de la identidad en estudiantes del nivel  
secundaria de la Institución Educativa Particular “Santísima Virgen de  
las Mercedes” – 2023**

**Tesis**

**Para optar el Título Profesional de Licenciada en Educación Nivel  
Secundaria Especialidad: Ciencias Sociales y Turismo**

**Autoras**

**Maria Mercedes Cespedes Campo**

**Briggith Angelica Ramirez Huerta**

**Asesor**

**Dr. Kelvin Lucio Jara Zamudio**

**Huacho – Perú**

**2024**



**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**  
**LICENCIADA**

*(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)*

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

**Facultad de Educación**  
**Escuela Profesional de Educación Secundaria**  
**Especialidad: Ciencias Sociales y Turismo**

**INFORMACIÓN**

<b>DATOS DEL AUTOR (ES):</b>		
<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>DNI</b>	<b>FECHA DE SUSTENTACIÓN</b>
Maria Mercedes Cespedes Campo	73354818	15 de abril del 2024
Briggith Angelica Ramirez Huerta	76908189	15 de abril del 2024
<b>DATOS DEL ASESOR:</b>		
<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>DNI</b>	<b>CÓDIGO ORCID</b>
Dr. Kelvin Lucio Jara Zamudio	44081226	0000-0002-7877-2110
<b>DATOS DE LOS MIEMROS DE JURADOS – PREGRADO:</b>		
<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>DNI</b>	<b>CÓDIGO ORCID</b>
Dr. Carlos Alberto Gutierrez Bravo	15616035	0000-0003-4568-930X
Dra. Tania Mirtha Condor Peraldo	41544567	0000-0002-0477-4068
Dra. Carmen Guliana Ordoñez Villaorduña	40552763	0000-0001-9136-3218

# REDES SOCIALES Y CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD EN ESTUDIANTES DEL NIVEL SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARTICULAR "SANTÍSIMA VIRGEN DE LAS MERCEDES" - 2023

## INFORME DE ORIGINALIDAD



## FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.uct.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to University of North Carolina, Greensboro</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>1library.co</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>dspace.ucuenca.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>tesis.unap.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>core.ac.uk</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>repositorio.une.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>

## **DEDICATORIA**

Dedicado a mis queridos padres, agradeciendo su amor y paciencia constantes al preocuparse por mi crecimiento profesional. Les doy las gracias por ser los impulsores de mis sueños y por creer en mí.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi gratitud a mi asesor, quienes, con su esfuerzo, dedicación, conocimientos y experiencia, han contribuido con su sabiduría para alcanzar el resultado deseado al finalizar mi trabajo de investigación

## INDICE

<b>RESUMEN</b> .....	10
<b>ABSTRACT</b> .....	11
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	12
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	14
1.2. Formulación del problema .....	16
1.2.1. Problema general .....	16
1.2.2. Problemas específicos .....	16
1.3. Objetivos de la investigación.....	16
1.3.1 Objetivo general .....	16
1.3.2. Objetivos específicos.....	16
1.4. Justificación de la investigación .....	17
1.5. Delimitaciones del estudio.....	18
<b>CAPITULO II. MARCO TEORICO</b> .....	19
2.1. Antecedentes de la investigación.....	19
2.1.1. Investigaciones internacionales .....	19
2.1.2. Investigaciones nacionales.....	21
2.2. Bases teóricas.....	24
2.3. Bases Filosóficas.....	33
2.4. Definición de términos básicos. ....	33
2.5. Hipótesis de investigación.....	34
2.5.1. Hipótesis general.....	34
2.5.2. Hipótesis específicas .....	34
2.6. Operacionalización de las variables .....	35
<b>CAPITULO III. METODOLOGÍA</b> .....	37
3.1. Diseño metodológico .....	37

3.2 Población y Muestra.....	37
3.2.1. Población.....	37
3.2.2. Muestra .....	37
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	38
3.4. Técnicas para el procesamiento de la información.....	39
CAPITULO IV. RESULTADOS.....	40
CAPITULO V. DISCUSIÓN.....	52
CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	54
<b>6.1. Conclusiones</b> .....	54
<b>6.2. Recomendaciones</b> .....	55
CAPITULO VII. REFERENCIAS.....	57
5.1. Fuentes bibliográficas .....	57
Matriz .....	60
ANEXO.....	62

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	40
Tabla 2 .....	41
Tabla 3 .....	42
Tabla 4 .....	43
Tabla 5 .....	45
Tabla 6 .....	46
Tabla 7 .....	47
Tabla 8 .....	49
Tabla 9 .....	50

## INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> .....	41
<i>Figura 2</i> .....	42
<i>Figura 3</i> .....	44
<i>Figura 4</i> .....	45
<i>Figura 5</i> .....	47
<i>Figura 6</i> .....	48
<i>Figura 7</i> .....	50
<i>Figura 8</i> .....	51

## RESUMEN

La tesis titulada “Redes sociales y construcción de la identidad en estudiantes del nivel secundaria de la I.E.P Santísima Virgen de Las Mercedes – 2023” desarrollada con el motivo de determinar la relación de las redes sociales y la construcción de la identidad en educandos del secundaria, su proceso fue mediante el método de nivel correlacional, no experimental de naturaleza cuantitativa, accediendo a la muestra de 20 escolares, quienes resolvieron la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario. Los resultados muestran que el 51% de escolares hace uso de las redes sociales, el 28% hace uso siempre y el 21% no tienen alguna preferencia. El 52% de escolares tiene un nivel medio en identidad, el 26% un nivel alto de identidad y el 22% presenta nivel bajo de identidad. Llegando a la conclusión de una correlación positiva entre Redes sociales y construcción de la identidad en discentes de la I.E.P. “Santísima Virgen de Las Mercedes”. Respaldado por un coeficiente de relación ( $r$ ) igual a 0,650, indicando asociación sólida en ambas variables. Obteniendo el 0,000, lo cual es significativamente menor de 0,05. respaldando la validez de la correlación.

**Palabras clave:** Redes sociales, identidad, personal social.

## ABSTRACT

The thesis titled "Social networks and construction of identity in secondary school students of the Santísima Virgen de Las Mercedes private educational institution - 2023" developed with the purpose of determining the relationship between social networks and the construction of identity in students of the secondary level, its process was through the correlational level method, non-experimental of a quantitative nature, accessing the sample of 20 schoolchildren, who resolved the survey technique and the questionnaire instrument. The results show that 51% of schoolchildren use social networks, 28% always use them and 21% do not have any preference. 52% of schoolchildren have a medium level of identity, 26% have a high level of identity and 22% have a low level of identity. Reaching the conclusion of a positive correlation between the variable Social networks and identity construction in students of the I.E.P. "Holy Virgin of Las Mercedes". Supported by a relationship coefficient ( $r$ ) equal to 0.650, indicating a solid association in both variables. Getting 0.000, which is significantly less than 0.05. supporting the validity of the correlation.

**Keywords:** Social networks, identity, social person

## INTRODUCCIÓN

Las redes sociales han cambiado la forma en que los estudiantes de secundaria construyen y expresan sus identidades en la era digital. En un mundo cada vez más interconectado, estas plataformas juegan un papel fundamental en la vida de los adolescentes, influyendo en su autoimagen, sus relaciones sociales y su autopercepción. Este impacto es evidente en cómo los estudiantes usan las redes sociales para definir quiénes son, interactuar con amigos y participar en la cultura virtual.

En este estudio, exploraremos cómo las redes sociales se han convertido en una parte esencial de las identidades de los estudiantes de secundaria, destacando tanto sus beneficios como sus desafíos, para lo cual, el estudio ha considerado la siguiente estructura:

El primer capítulo aborda el tema de las redes sociales e identidad estudiantil, en el que se plantea el problema, se describe, se demuestra la investigación, se señalan las limitaciones y se establecen los objetivos de la pesquisa.

El segundo capítulo se centra en el marco teórico que sostiene el trabajo de las redes sociales sobre la identidad de los estudiantes.

Incluye información general, el desarrollo de la base teórica científica y definiciones de términos utilizados.

El tercer capítulo trata del marco metodológico, en el que se detallan aspectos como población y muestra, variables, operaciones, métodos y técnicas de investigación, y se describen las herramientas de aplicación, análisis estadístico, interpretación de datos, criterios éticos y criterios de seguridad.

ciencia rigurosa.

En el cuarto capítulo procedemos a analizar e interpretar los resultados, presentándolos en tablas y figuras, y contrastamos las hipótesis.

El quinto capítulo está dedicado a discutir la investigación.

El sexto y último capítulo trata la conclusión y recomendación basadas en el estudio.

## **CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Descripción de la realidad problemática**

La aparición de las redes sociales y la forma en que las personas las utilizan en su día a día han transformado los métodos convencionales de comunicación y relación social. Estas plataformas de interacción en línea se convierten en herramientas para abordar las necesidades culturales actuales.

Las redes sociales han tenido un impacto significativo en la vida de las personas. Han cambiado la forma en que nos comunicamos, nos relacionamos, obtenemos información y compartimos experiencias.

Investigaciones efectuadas en Lima en los años 2012 acerca del empleo de internet revelan que los jóvenes de edades comprendidas entre 11 y 17 años son los que muestran una mayor tendencia a conectarse a la red. En este sentido, un 74% de este grupo lo hace con el propósito de establecer comunicación entre sí, siendo Facebook la plataforma social más predominante. En el mismo tenor, un estudio denominado “Perfil del usuario de redes sociales”, determinó que un 83% de los usuarios de internet estaban afiliados a al menos una red social, y el total de estos tenía presencia en Facebook, lo que subraya el incremento constante en la cantidad de personas que acceden a estas plataformas.

Para este 2023 según Ipsos, en el territorio nacional existen más de 14 millones de individuos que utilizan internet, lo cual equivale al 82 % de la población urbana de Perú. (Andina, 2023). En el caso de los usuarios en Perú, Facebook continúa siendo la plataforma social más popular para acceder a noticias, siendo utilizada por un 66% de la población con este fin. No obstante, durante el último año, TikTok y WhatsApp han experimentado un notable

aumento en su popularidad como aplicaciones para consumir información. Además, se observa que un 53% de los usuarios comparten noticias utilizando diversas vías como redes sociales, aplicaciones de mensajería y correo electrónico. (Trome, 2023).

De acuerdo a los estudios mostrados las redes sociales han tenido un impacto significativo en la forma en que las personas se comunican, comparten información, hacen negocios y se mantienen informadas sobre eventos y noticias. También han influido en la cultura, la política y la sociedad en general, desempeñando un papel importante en la difusión de información, la construcción de comunidades en línea y la promoción de la participación cívica y el activismo. Esta actividad social puede potenciarse como un recurso que permita a los estudiantes y docente a comunicarse y colaborar de forma fácil y rápida, accediendo a una gran cantidad de información y recursos educativos, así como también participar en debates, encuestas y aprendizaje colaborativo.

La institución “Santísima Virgen de las Mercedes” cuenta con estudiantes del nivel secundaria quien, según estudios, es el grupo demográfico más destacado en términos de consumo de redes sociales en línea, es por ello la necesidad de examinar de manera científica el papel de las redes sociales en la formación y transformación de la identidad cultural de los escolares. La identidad cultural es un constructo complejo que abarca la percepción de pertenencia a un grupo cultural específico y la internalización de sus valores, creencias y prácticas. En la era digital actual, las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación omnipresente que influye significativamente en la vida cotidiana de los individuos, incluyendo a los escolares.

Esta investigación se basa en un enfoque interdisciplinario que combina elementos con el fin de analizar las redes sociales en la identidad cultural de los escolares.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es la relación de las redes sociales y la construcción de la identidad en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes”?

### **1.2.2. Problemas específicos**

¿Cuál es la relación de las redes sociales y las actitudes en identidad en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes”?

¿Cuál es la relación de las redes sociales y las valoraciones en identidad en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes”?

¿Cuál es la relación de las redes sociales y las percepciones en identidad en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes”?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar la relación de las redes sociales y la construcción de la identidad en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes”

### **1.3.2. Objetivos específicos**

Conocer la relación de las redes sociales y las actitudes en identidad en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes”

Identificar la relación de las redes sociales y las valoraciones en identidad en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes”

Establecer la relación de las redes sociales y las percepciones en identidad en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes”

#### **1.4. Justificación de la investigación**

##### **Justificación teórica**

Este proyecto de investigación tiene como objetivo explorar las particularidades de la identidad de los discentes con el propósito de tomar decisiones que promuevan el fortalecimiento de su identidad cultural entre los adolescentes. Esto se llevará a cabo mediante el uso de redes sociales y programas diseñados para aumentar la conciencia de los estudiantes sobre la importancia y el valor de su cultura local, regional y nacional. Para lograrlo, se presentarán teorías y conceptos que contribuirán a aclarar las dos variables relevantes en este proceso.

##### **Justificación práctica**

Desde un enfoque pragmático, este estudio brinda información acerca de los impactos del uso de las redes sociales en la formación de la identidad. Esto posibilita la adopción de medidas preventivas en su utilización y facilita la provisión de consejos para guiar a adolescentes, progenitores, educadores y en general, a todos aquellos involucrados

con jóvenes, acerca de cómo reducir los riesgos y desarrollar habilidades para coexistir con esta novedosa plataforma. de interacción.

### **Justificación metodológica**

En el estudio actual, se emplearon múltiples enfoques, métodos y herramientas para recopilar datos relacionados con las variables en desarrollo, con la intención de facilitar su aplicación en investigaciones futuras.

## **1.5. Delimitaciones del estudio**

### **Delimitación Temporal**

Se desarrolló en los últimos meses del 2023.

### **Delimitación Espacial**

Delimitado en instalaciones de I.E.P “Santísima Virgen de las Mercedes” de Supe.

### **Delimitación Social**

La muestra pertenece a educandos de secundaria de la I.E.P “Santísima Virgen de las Mercedes”.

## **1.6. Viabilidad del estudio**

Es factible debido a la conformidad con las regulaciones de Grados y Títulos, su disponibilidad de bibliografía especializada, su compromiso con la protección del medio ambiente, la validación de los instrumentos de aplicación, la experiencia de los asesores por cada área y su autofinanciamiento por parte de los autores.

## **CAPITULO II. MARCO TEORICO**

### **2.1. Antecedentes de la investigación**

#### **2.1.1. Investigaciones internacionales**

Díaz (2020) estudió las “Redes sociales y su impacto en la creación de identidad e imagen corporal en las mujeres universitarias”, toman como objetivo de investigación examinar cómo los contenidos y la estructura de Instagram están influyendo en la formación de la identidad y la autoestima de mujeres universitarias de entre dieciséis (16) y treinta (30) años, que se encuentran en un proceso de desarrollo personal, siendo este cuantitativo y cualitativo es decir carácter mixtos, cuyo instrumento es una encuesta de 26 preguntas, las cuales fueron aplicada a a 519 individuos (mujeres de 16 a 35 años), las cuales son todas como muestra, por interés del investigador. Llegando a la conclusión que la investigación aborda el impacto de Instagram en la identidad y el bienestar de las mujeres universitarias, concluyendo que están altamente expuestas en la plataforma. Aunque la hipótesis inicial resulta viable, su veracidad depende de factores personales y contextuales. Los datos revelan que las jóvenes en etapa de formación son las más afectadas, enfrentando presiones y comparaciones constantes. La interacción frecuente con la plataforma puede llevar a problemas como ansiedad y adicción tecnológica. Se identifican dos identidades distintas: la virtual, reflejada en la plataforma, y la personal, moldeada por experiencias socioculturales. Esto crea tensiones, ya que la identidad virtual suele ser idealizada y susceptible a la validación en línea. Se subraya la necesidad de una educación para un uso saludable de las redes sociales y de fomentar una identidad sólida fuera de la virtualidad. Desafiar los estándares de belleza y empoderar la autenticidad y el amor propio emergen como soluciones

clave para contrarrestar los impactos negativos de las redes sociales en la percepción de la identidad y el bienestar de las mujeres.

Restrepo (2020) en su investigación titulada "Identidad personal en las redes sociales. Estudio con adolescentes de la I.E. "Vida para Todos" en Medellín, cuyo objetivo es "Identificar de que manera los adolescentes construyen y manifiestan su identidad personal en las redes sociales" (pág. 49), el estudio se realizó a una población de 75 estudiantes los cuales contemplaban entre las edades de 15 a 19 años de la I.E. "vida para Todos", del aula de decimo y undécimo grado. Tratando la información dentro de un enfoque mixto, de aspecto cualitativo, para la recolección de datos se aplicó en dos modalidades, la primera consiste en recolección de datos e informaciones, las cuales serán útiles para enfocarse en la investigación, en el segundo tramo de la recolección se aplicó una encuesta utilizando la plataforma de Form de Google, las preguntas entre ellas 21, fueron cerradas, cuyo fin es la respuesta rápida. Llegando a la conclusión que la identidad se extiende más allá del cuerpo, conectando al individuo con otros y con su entorno circundante. En este sentido, el entorno digital, que incluye las redes sociales, se presenta como un elemento integrante esencial. Los jóvenes construyen su identidad en línea mediante la compartición de contenido positivo, lo que refuerza su aceptación grupal. Las redes sociales proveen una vía para la interacción y la expresión, lo cual influye en sus comportamientos y relaciones sociales. A pesar de los beneficios, es crucial adoptar una mirada crítica debido a los posibles intereses y riesgos asociados. La formación de identidad en plataformas digitales está transformando la sociedad y la cultura contemporáneas.

Rubio (2022), en su trabajo de investigación titulado "Las redes sociales y su influencia e identidad de los adolescentes", toma como objetivo "Investigar el papel de las

redes sociales en el proceso de creación de identidad de los adolescentes” (pág. 5), la metodología aplicada en esta investigación es de aspecto cualitativo y cuantitativo, la recaudación de datos se realizó mediante la técnica de entrevista, aplicando un instrumentos de encuesta, son 6 la población es muestra según el interés de la investigadora, los cuales oscilan en las edades de 16 y 18 años. La conclusión de la investigación resalta que las redes sociales desempeñan un papel crucial en la formación de identidad de los adolescentes. Al integrarse en su cotidianidad, estas plataformas permiten conocer personas, expresarse, validar la personalidad y observar modelos de conducta, influyendo en la identidad. Aunque los adolescentes pueden sentirse más libres en el entorno virtual, reconocen sus limitaciones para conocer plenamente a otros. Las redes sociales, en definitiva, se han convertido en una herramienta esencial en los procesos identitarios y de identificación de los jóvenes.

### **2.1.2. Investigaciones nacionales**

Pardo y Espinoza (2020) “las redes sociales virtuales y el impacto en la identidad cultural en el distrito de Huánuco Cercado. Región Huánuco 2020”. El objetivo planteado es Describir cómo las redes sociales virtuales contribuyen al fortalecimiento de la identidad cultural en el distrito de Huánuco Cercado, ubicado en la región de Huánuco en el año 2020. Considerando la metodología con diseño no experimental para una población de 87253 habitantes del distrito de Huánuco Cerdado, la muestra es probabilística por ser aleatoria simple, lo cual arrojó 382, siendo estos varones y mujeres mayores de 18 años, la recolección de información se dio aplicando la encuesta y análisis de contenido, el instrumento aplicado es el cuestionario y ficha conceptual, permitiéndose llegar a la conclusión que la investigación revela que en el distrito de Huánuco cercado, las redes sociales preferidas incluyen Facebook, WhatsApp, YouTube y Google. Estas plataformas

fortalecen la identidad cultural al facilitar la comunicación y el intercambio de gustos, creencias y costumbres. La mayoría se conecta desde sus hogares, utilizando principalmente dispositivos móviles, dedicando más de 7 horas diarias. Aunque todos encuestados usan redes sociales, algunos mantienen una identidad cultural huanuqueña más arraigada que otros, evidenciando distintos niveles de aprecio por su cultura local.

Caceres y Otoyá (2021), toma como investigación a “Construcción de la identidad en la adolescencia a través del uso de redes sociales”, enfocando al objetivo “Conocer las relaciones que pudieran asistir entre la construcción de la identidad y el uso de las redes sociales” (pág. 20), aplicando un diseño no estándar de carácter exploratorio, con un aspecto cualitativo de tipo fenomenológico, la población es la muestra, seleccionándose de a ocho adolescentes de 13 a 17 años de edad del nivel secundaria del colegio privado de Lima, dicha muestra se eligió por ser homogénea con las mismas características en el uso de las redes sociales. Siendo esta intencional por interés de los investigadores. Para la recolección de datos se empleó la técnica principal de recolección de información la entrevista a profundidad: siendo estas semi estructuradas. Se confirma la conexión entre el uso de redes sociales y la construcción de la identidad en adolescentes. Las interacciones sociales son vitales, pero pueden generar ansiedad. Las redes sociales representan un nuevo espacio de interacción, ampliando la identificación y exposición de rasgos individuales. Algunos adolescentes dependen excesivamente de las redes, lo que puede llevar a imitar estereotipos y afectar su identidad. Se observan dos tendencias: algunos valoran las redes para forjar su identidad, mientras que otros las consideran meros medios de comunicación. Estos comportamientos están influenciados tanto por características personales como por relaciones externas. El ciberacoso es común y su impacto en la autoestima e identidad parece relacionarse con factores previos.

Guivin y Quiroz (2022) se investigó cómo “el contenido en la red social Facebook influye en la promoción de la identidad cultural entre los seguidores de la asociación cultural Apu en Cajamarca durante el año 2019”, con el objetivo de determinar su impacto y relevancia en esta comunidad, dicha investigación lo realizaron aplicando un enfoque cualitativo, no experimental, presentada por un corte transversal; para la población de estudio son los 1659 seguidores del Fan Page de APU, los cuales fueron tratados por la selecciones, permitiendo reducir la población a 843 individuos. La selección de la muestra se realizó siguiendo el criterio del interés del investigador, siguiendo la selección de individuos con criterios similares, los cuales permitieron reducir a 80 incondicionales de la página “APU”. La técnica aplicada en esta investigación es la entrevista y encuesta, el instrumento empleado fueron dos instrumentos, un cuestionario de opciones múltiples los cuales están compuestas por 40 preguntas y una guía de interrogantes de 29 ítems, permitiendo llegar a la conclusión de la investigación se centra en cómo el contenido en Facebook influye en la identidad cultural de los seguidores de la asociación cultural APU en Cajamarca. La página de APU funciona como un difusor cultural, promoviendo la formación de identidad local. Los servicios y contenido de la plataforma fortalecen la identidad cultural, especialmente a través de herramientas interactivas y visuales. No obstante, se resalta la importancia de adoptar el formato audiovisual para atraer a nuevas generaciones y prevenir la pérdida cultural. Se sugiere que el respaldo público y privado a los organizadores culturales podría incrementar el impacto y alcance. (pág. 149)

Hoyos (2019), en su investigación “Uso de Facebook en la Identidad Cultural de los estudiantes del 5to años de la I.E. 2077, Comas, 2019”, Estudiar el impacto del contenido de Facebook en la formación de la identidad cultural de los estudiantes de quinto año de

secundaria. la metodología emplea es de tipo básica, con un enfoque cuantitativo, enfocado en causal, con tipo no experimental. Empleando esta investigación a una población de 48 estudiantes de secundaria del aula de 5to año. Los cuales fueron tomadas como muestra por parte del investigador. De técnica encuesta e instrumento el cuestionario validado por tres expertos. Los cuales permitieron llegar a la conclusión En correspondencia con el propósito general y en consonancia con los hallazgos obtenidos, se infiere que el empleo de contenidos en Facebook no aporta al desarrollo de la identidad cultural en la I.E. 2077 de Comas. Esto se atribuye a la limitación de conocimientos en el uso adecuado de la plataforma debido a su nivel socioeconómico bajo. Los jóvenes asumen nuevas formas de expresión y apariencia influenciados por su entorno social virtual en Facebook, descuidando así su identidad cultural. De igual manera, los contenidos audiovisuales carecen de la capacidad de reforzar dicha identidad, y la disposición de los adolescentes a generar contenido informativo relacionado con su cultura es escasa, debido a la carencia de información y estímulo en esta red social. (pág. 53)

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Redes sociales**

#### ***Definición***

Las redes sociales son plataformas en línea que permiten a las personas conectarse, interactuar y compartir contenido con otras personas a través de Internet. Para Requena (1989) Se comprende como una red de conexiones entre un grupo específico de individuos sociales, los cuales interactúan de diversas maneras, ya sea como amigos o como familiares. (p.137).

También se puede describir como un grupo claramente definido de actores, que incluyen individuos, grupos, organizaciones y comunidades, tanto locales como globales, que están interconectados mediante relaciones sociales específicas o conjuntos de relaciones. (Lozares, 1996, pág. 108)

Las redes sociales son “espacios de encuentro entre individuos, grupos y organizaciones, donde pueden intercambiar contenidos, desarrollar aplicaciones y buscar respuesta a sus inquietudes y necesidades” (Tenser, Ferro, & Palacios, 2009, pág. 3) Las redes sociales son plataformas donde las personas se comunican, interactúan y comparten momentos juntos. En este espacio, las personas ofrecen información, afecto, ayuda, recursos o consejos, esperando a cambio respeto, reconocimiento o reciprocidad. (Faust, 2002, pág. 2).

Estas plataformas se basan en la idea de crear perfiles personales o cuentas de usuario que los individuos pueden utilizar para compartir información sobre sí mismos, como fotos, videos, mensajes, intereses y otros tipos de contenido. Las redes sociales facilitan la comunicación y la interacción entre amigos, familiares, colegas y personas con intereses similares, independientemente de su ubicación geográfica.

### ***Dimensiones de redes sociales***

**Preferencia en redes sociales:** El interés de los discentes por las redes sociales ha experimentado cambios notables en los últimos años y puede diferir dependiendo de factores como la edad, la cultura, la ubicación geográfica y las tendencias vigentes.. Sin embargo, a grandes rasgos, se pueden identificar algunas tendencias generales en cuanto a la preferencia de las redes sociales entre los estudiantes. Es importante destacar que las preferencias pueden cambiar rápidamente debido a las tendencias y las actualizaciones de las redes sociales.

Además, la elección de una red social a menudo depende de factores individuales, como los intereses personales y el círculo social de un estudiante. Por lo tanto, la preferencia de las redes sociales entre escolares puede variar ampliamente y seguirá evolucionando con el tiempo.

**Frecuencia de uso:** La frecuencia en el uso de las redes sociales por parte de escolares es un tema de gran relevancia en la actualidad debido a la creciente presencia de plataformas digitales en la vida de los jóvenes. Estas redes sociales, como Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, TikTok y muchas otras, se han transformado de la manera en que los adolescentes se comunican, interactúan y consumen información. La cantidad de tiempo que los escolares pasan en las redes sociales puede variar ampliamente, pero es común que algunos pasen varias horas al día en estas plataformas. Esto puede tener implicaciones en su rendimiento académico y en su salud mental si no se gestiona adecuadamente.

**Actividad educativa con redes sociales:** la actividad educativa con las redes sociales en la sociedad actual es innegable. Las redes sociales se han convertido en una parte fundamental de la vida cotidiana de muchas personas en todo el mundo, y su impacto en la educación es cada vez más significativo. Las redes sociales en el tema educativo permiten el acceso a la información: Las redes sociales permiten a los estudiantes acceder a una cantidad inmensa de información en tiempo real. Pueden seguir a expertos en diversas áreas, participar en grupos temáticos y acceder a recursos educativos, lo que amplía sus horizontes y les permite aprender de manera autodidacta. De la misma manera la interacción y la colaboración entre estudiantes, maestros y expertos de todo el mundo. Esto no solo enriquece el proceso de aprendizaje, sino que también promueve habilidades sociales y de trabajo en equipo, que son esenciales en la vida laboral.

### ***Redes sociales más usadas***

Según Ipsos, en el territorio nacional existen más de 14 millones de individuos que utilizan internet, lo cual equivale al 82 % de la población urbana de Perú. (Andina, 2023).

Entre las redes sociales de mayor uso entre la población tenemos los siguientes:

**Facebook:** Esta plataforma digital es ahora la más popular entre los peruanos, siendo la preferida por alrededor de 29 millones de usuarios. Entre la población masculina, es la red social más utilizada. A principios de 2022, la mitad de las personas conectadas a la principal red de Meta eran hombres. En cuanto al consumo de noticias, Facebook encabeza las opciones entre los peruanos. (Andina, 2023)

**WhatsApp:** Esta plataforma ocupa el segundo lugar en términos de popularidad entre los peruanos, ya que el 85% de la población cuenta con una cuenta en esta aplicación. Este dato claramente demuestra la preferencia de los usuarios por las funciones de chat, llamadas de voz y videollamadas. Además, durante la pandemia, esta plataforma resultó ser especialmente beneficiosa para los emprendedores, ya que les permitió mantener una conexión constante y personalizada con sus clientes a través de un servicio de atención al cliente inmediato. (Andina, 2023)

**YouTube:** Después de Facebook y WhatsApp, esta red social es la más popular en Perú. Durante este año, los usuarios de esta plataforma en Perú constituyeron casi el 79.9% de todos los navegantes de internet en el país. Esta red social es especialmente querida por los internautas para el consumo de videos y desempeña un papel crucial en la retención de la atención de las personas, quienes suelen pasar horas en ella. (Andina, 2023)

**TikTok:** Durante el inicio de la pandemia, la aplicación que experimentó un crecimiento sobresaliente fue TikTok. En Perú, el número de usuarios en esta plataforma se incrementó notablemente, llegando al 51.2 % a principios de este año. Adicionalmente, TikTok ocupa el tercer puesto en cuanto a descargas de aplicaciones en el país y goza de una gran popularidad entre los jóvenes peruanos de edades comprendidas entre 12 y 17 años. También, las marcas han identificado en TikTok un canal innovador para conectarse con su audiencia de manera directa y creativa. Tanto a través de "tiktokers" como mediante la gestión de sus propias cuentas, las marcas encuentran en esta plataforma una oportunidad efectiva para transmitir su mensaje. (Andina, 2023)

**Instagram:** Durante el año 2022, se observó un aumento del 40.7% en el número de usuarios de Instagram en nuestro país. En lo que respecta al consumo de noticias, esta plataforma se posiciona como la segunda más popular después de YouTube. Asimismo, se ha notado un crecimiento constante en la generación de contenido por parte de los usuarios peruanos en esta red social, especialmente por parte de los "influencers". De hecho, el 37% de estos considera a Instagram como una de sus plataformas favoritas para compartir contenido. (Andina, 2023).

### ***Importancia de las redes sociales en el aprendizaje.***

Las redes sociales pueden desempeñar un papel importante en la estrategia de aprendizaje de los adolescentes, pero es esencial abordar esta herramienta con cuidado y consideración debido a sus ventajas y desventajas. A continuación, se detallan algunos aspectos importantes sobre la importancia de las redes sociales en el aprendizaje de los adolescentes:

Acceso a información y recursos educativos: Las redes sociales brindan a los adolescentes acceso a una amplia gama de recursos educativos, como tutoriales en video, blogs educativos, grupos de estudio en línea y comunidades académicas. Esto puede ser beneficioso para aprender sobre una variedad de temas y adquirir nuevos conocimientos.

Colaboración y participación: Las redes sociales permiten la colaboración entre adolescentes de todo el mundo. Los grupos de estudio en línea, los foros y las plataformas de colaboración pueden facilitar el intercambio de ideas, la resolución de problemas y el trabajo en equipo, lo que fomenta el aprendizaje colaborativo.

Comunicación y retroalimentación: A través de las redes sociales, los adolescentes pueden comunicarse con sus compañeros, maestros y expertos en el tema. Esta comunicación puede ayudarlos a aclarar dudas, obtener retroalimentación sobre su trabajo y buscar orientación adicional en sus estudios.

Motivación y participación activa: La gamificación y las redes sociales pueden motivar a los adolescentes a participar activamente en su proceso de aprendizaje. La posibilidad de ganar puntos, medallas o reconocimiento social puede fomentar un mayor compromiso y esfuerzo en el aprendizaje.

Desarrollo de habilidades digitales: Utilizar las redes sociales como parte de la estrategia de aprendizaje puede ayudar a los adolescentes a desarrollar habilidades digitales valiosas, como la alfabetización mediática y la capacidad de discernir información confiable de la no confiable en línea.

A pesar de estos beneficios, es fundamental que los padres, educadores y los propios adolescentes tengan en cuenta algunas consideraciones importantes como la gestión del tiempo para que no caigan en su uso excesivo, de la misma manera monitorear los riesgos y la privacidad.

Las redes sociales pueden ser una herramienta valiosa en la estrategia de aprendizaje de los adolescentes cuando se utilizan de manera responsable y equilibrada. Fomentar un enfoque educativo y constructivo en su uso puede ayudar a maximizar sus beneficios mientras se minimizan los posibles riesgos.

### **2.2.2. Identidad**

#### ***Definición.***

La identidad en el ser humano se refiere a un conjunto de características, valores, tradiciones, creencias, costumbres y expresiones que definen a un grupo o comunidad de personas y les proporciona una sensación de pertenencia y continuidad cultural. La identidad se forma a través de un proceso que abarca lo micro y lo macro en lo social, donde existe una interacción dialéctica entre ambos niveles. Nuestra percepción del yo se moldea en función de nuestra biografía, reflejando así nuestra identidad. (Giddens, 2005, pág. 294). Este proceso atiende a “un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido. Para un individuo determinado o un actor colectivo puede haber una pluralidad de identidades” (Castells, 2008, pág. 28)

La formación de la identidad ocurre mediante la interacción de elementos individuales y colectivos. De la manera en que una persona se ve a sí misma, su percepción de cómo los demás la ven y la definición que su entorno le atribuye, resultan en diversas autorrepresentaciones. Estas autorrepresentaciones actúan como fuentes que moldean los patrones de identificación. (Urbano & Yuni, 2016).

Para construir la identidad cultural se toma en cuenta los diversos escenarios y contextos de vida de las personas. Uno de los lugares más importantes para construir la identidad es la institución educativa, “esto se debe a que, en ella, los niños y niñas pasan la mayor parte de su vida previa a la adultez. Lo cual significa que gran parte de los hitos del desarrollo se producirán durante su asistencia a esta” (Luís, 2019, pág. 25)

La identidad se forma a través de la interacción de elementos individuales y colectivos, incluyendo cómo uno se ve a sí mismo, cómo otros lo perciben y la definición que su entorno le atribuye. Estas autorrepresentaciones influyen en los patrones de identificación. La institución educativa es crucial en la construcción de la identidad cultural, ya que los niños pasan gran parte de su vida previa a la adultez en ella, lo que impacta en su desarrollo.

### ***Dimensiones de identidad***

**Actitudes:** Es una inclinación adquirida, no natural, que aunque inicialmente estable puede modificarse, a responder de forma evaluativa, ya sea positiva o negativa, ante un objeto (individuos, grupos, ideas, situaciones, etc.). (Morales, 1998, pág. 8)

Las actitudes hacia la identidad cultural varían ampliamente entre las personas y las comunidades. Algunas personas pueden sentir un fuerte apego a su cultura de origen y valorarla enormemente, mientras que otras pueden tener actitudes más ambivalentes o incluso negativas hacia su propia identidad cultural. Estas actitudes pueden estar influenciadas por una serie de factores, como la educación, la experiencia personal, la exposición a otras culturas y las presiones sociales.

**Valoraciones:** Se refieren a cómo las personas consideran la importancia de su cultura en sus vidas. Para algunos, la identidad cultural es una parte integral de su sentido de sí mismos, y valoran profundamente las tradiciones, valores y costumbres de su grupo cultural. Estos individuos pueden estar comprometidos en preservar y transmitir su herencia cultural a las generaciones futuras.

**Percepciones:** Se refiere a los valores culturales fundamentales de una sociedad, los cuales se nutren de cómo las personas perciben a sí mismas, a los demás, a las organizaciones, la sociedad, la naturaleza y el universo. (Kotler & Keller, 2006, pág. 16)

Las percepciones de la identidad cultural se refieren a cómo las personas ven su propia cultura en comparación con otras culturas. Estas percepciones pueden variar ampliamente y pueden estar influenciadas por estereotipos, prejuicios y estigmatización.

### ***Relación de las redes sociales en la identidad***

Las redes sociales pueden tener un impacto significativo en la identidad de los estudiantes. El uso de las redes sociales puede influir en la forma en que los educandos se ven a sí mismos y cómo son percibidos por los demás (Mayo, 2022). A continuación, se presentan algunas formas en las que esta red social puede afectar la identidad de educandos:

**Comparación social:** Las redes sociales pueden llevar a los estudiantes a compararse con sus compañeros ya sentirse presionados para encajar en ciertos estándares de belleza, popularidad o éxito. Esto puede afectar su autoestima y percepción de sí mismos.

**Construcción de la identidad:** Los estudiantes a menudo utilizan las redes sociales para expresar y construir su identidad. Pueden compartir información sobre sus intereses, aficiones, logros y opiniones, lo que les permite definirse a sí mismos y conectarse con otros que comparten sus mismos intereses.

**Influencia de los demás:** Las interacciones en las redes sociales pueden tener un impacto en la identidad de los estudiantes. (Planned, 2023). Pueden recibir comentarios, me gusta o críticas que pueden afectar cómo se ven a sí mismos. Además, pueden estar expuestos a diferentes opiniones y perspectivas que pueden influir en su forma de pensar y en cómo se identifican.

### **2.3. Bases Filosóficas**

Desde la perspectiva pragmatista, es importante adaptar la educación a la identidad cultural de los estudiantes. Esto implica reconocer y valorar las diferentes culturas presentes en el aula, así como incorporar enfoques pedagógicos que sean relevantes y significativos para los estudiantes.

El pragmatismo también se relaciona con la teoría de la interacción simbólica, que sostiene que la identidad se construye a través de la interacción social y el uso de símbolos. En el contexto educativo, esto significa que la identidad cultural de los estudiantes se forma y se desarrolla a través de la interacción con otros estudiantes, profesores y el entorno educativo en general.

### **2.4. Definición de términos básicos.**

**Actitudes:** Se define como una inclinación adquirida, no natural, que aunque inicialmente estable puede modificarse, a responder de forma evaluativa, ya sea positiva o negativa, ante un objeto (individuos, grupos, ideas, situaciones, etc.). (Morales, 1998, pág. 8)

**Percepciones:** Se refiere a los valores culturales fundamentales de una sociedad, los cuales se nutren de cómo las personas perciben a sí mismas, a los demás, a las organizaciones, la sociedad, la naturaleza y el universo. (Kotler & Keller, 2006, pág. 16)

**Redes sociales:** Para Requena (1989) Se comprende como una red de conexiones entre un grupo específico de individuos sociales, los cuales interactúan de diversas maneras, ya sea como amigos o como familiares. (p.137).

**Valoraciones:** Se refieren a cómo las personas consideran la importancia de su cultura en sus vidas.

## **2.5. Hipótesis de investigación**

### **2.5.1. Hipótesis general**

Las redes sociales se relacionan positivamente con la construcción de la identidad en discentes del nivel secundaria de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”.

### **2.5.2. Hipótesis específicas**

Las redes sociales se relacionan positivamente con las redes sociales y las actitudes en identidad en discentes de secundaria de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”.

Las redes sociales se relacionan positivamente con las redes sociales y las valoraciones en identidad en discentes de secundaria de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”.

Las redes sociales se relacionan positivamente con las redes sociales y las percepciones en identidad en discentes de secundaria de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”.

## 2.6. Operacionalización de las variables

*Operacionalización: “Redes sociales”*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Preferencia en redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> <li>• Instagram</li> <li>• YouTube</li> <li>• WhastApp</li> <li>• TikTok</li> </ul>	1 - 5	Cuestionario
Frecuencia de uso	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De 1 – 3 horas diarias</li> <li>• De 4 a 6 horas diarias</li> <li>• De 6 a más horas</li> </ul>	6 - 8	
Actividad educativa con las redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reforzamiento con redes sociales.</li> <li>• Trabajos académicos.</li> </ul>	9 - 11	

*Operacionalización: “Identidad”*

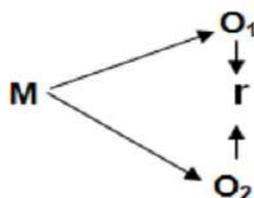
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad cultural</li> <li>• Diversidad y arte</li> <li>• Valores sociales y económicos.</li> </ul>	1 - 10	Cuestionario
Valoraciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad cultural</li> <li>• Culturalidad y expresión artística.</li> <li>• Desarrollo local y comunitario.</li> </ul>	11 - 16	
Percepciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad cultural</li> <li>• Expresión artística</li> <li>• Valores sociales y económicos.</li> </ul>	17 - 23	

## CAPITULO III. METODOLOGÍA

### 3.1. Diseño metodológico

Es parte del enfoque cuantitativo, ya que busca desarrollar teorías a partir de hechos estudiados. Se clasifica como investigación básica, con el fin de adquirir datos de la realidad para ampliar el conocimiento. Adopta un diseño no experimental, observando los fenómenos tal como ocurren en su entorno natural. Se trata de un estudio correlacional que busca medir la relación entre las variables de redes sociales e identidad.

Transversal de diseño:



M = Estudiantes

O1 = Medición de Redes sociales

O2 = Medición de Identidad

### 3.2 Población y Muestra.

#### 3.2.1. Población

El análisis se basa en una cantidad representativa de 203 educandos matriculados en la Institución Educativa. Esta cifra refleja una muestra significativa de la población estudiantil, lo que proporciona una base sólida para realizar inferencias y conclusiones sobre el tema en cuestión.

#### 3.2.2. Muestra

Representada por 20 escolares de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes” La selección de esta cantidad específica de participantes se llevó a cabo mediante un proceso riguroso que garantizó la diversidad y representatividad de la población estudiantil.

### **3.3. Técnicas de recolección de datos.**

Se emplea la técnica de encuesta, y se utiliza un cuestionario para obtener los datos y la información necesaria.

#### **Ficha técnica**

- Denominación** : Cuestionario de Redes sociales
- Objetivo** : Recoger datos sobre la percepción que tienen los educandos sobre el uso de redes sociales.
- Duración** : 20 minutos.
- Descripción** : Consta de 11 ítems distribuidos en 3 dimensiones.
- Calificación** : Se evalúa cada ítem con los valores:
- 1= Nunca
  - 2 = A veces
  - 3 = Siempre

#### **Ficha técnica**

- Denominación** : Cuestionario de Construcción de la identidad
- Objetivo** : Recoger datos sobre la identidad de los escolares
- Duración** : 20 minutos.
- Descripción** : Consta de 23 ítems distribuidos en 3 dimensiones.

**Calificación** : Se evalúa cada ítem con los valores:

1 = Inicio

2 = Proceso

3 = Satisfactorio

### **3.4. Técnicas para el procesamiento de la información.**

Se realizó un estudio estadístico descriptivo que abarcó la generación de distribuciones de frecuencia, tanto en términos absolutos como relativos. Además, se calcularán medidas de tendencia central, como la media, y medidas de dispersión, como el rango y la desviación estándar, para las variables continuas. En contraste, las variables categóricas se presentan mediante proporciones.

## CAPITULO IV. RESULTADOS

### 4.1. Análisis de resultados

#### 4.1.1. Variable: Redes sociales

Tabla 1

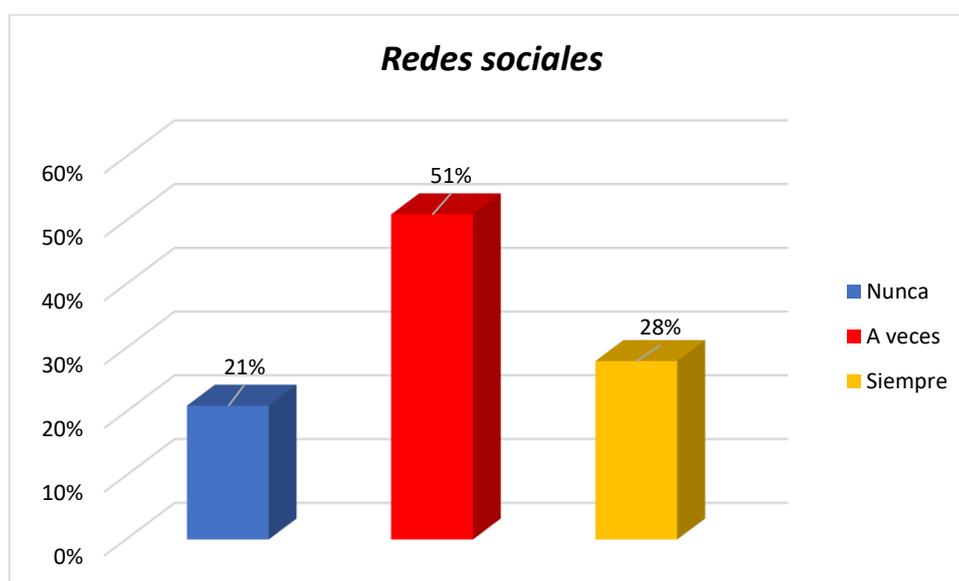
*Categorización de “Redes sociales”*

<b>Dimensiones</b>	<b>Cantidad de ítems</b>	<b>Intervalos</b>	<b>Categorías</b>
Preferencia en redes sociales.	5	5 – 8	Nunca
		8 – 11	A veces
		12 - 15	Siempre
Frecuencia de uso	3	3 – 5	Nunca
		5 – 7	A veces
		7 – 9	Siempre
Actividad educativa con las redes sociales	3	3 – 5	Nunca
		5 – 7	A veces
		7 – 9	Siempre
<b>Redes sociales</b>	<b>11</b>	<b>11 – 18</b>	<b>Nunca</b>
		<b>18 – 25</b>	<b>A veces</b>
		<b>26 – 33</b>	<b>Siempre</b>

Tabla 2

*Nivel alcanzado en las variables “Redes sociales”*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	4	21%
A veces	11	51%
Siempre	5	28%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>



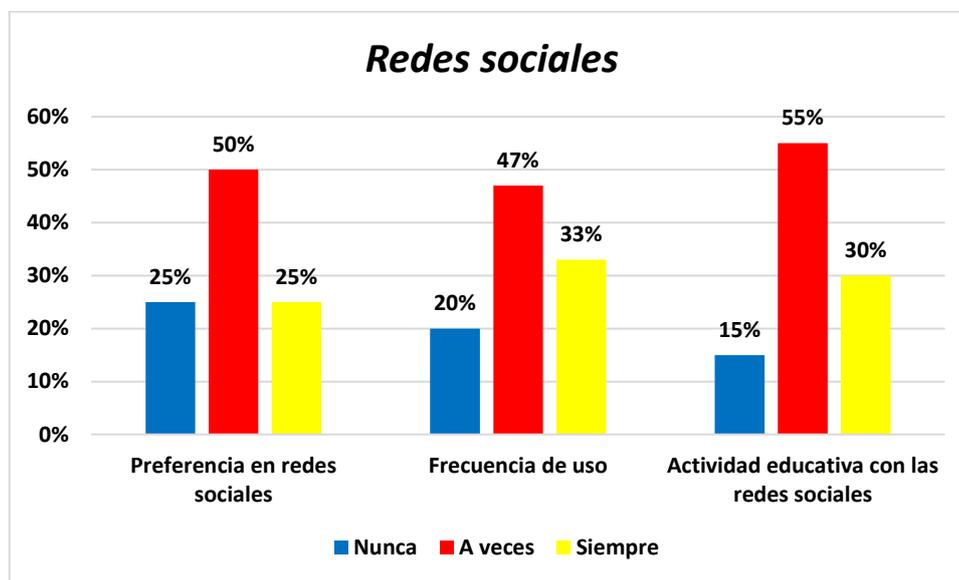
*Figura 1 . “Porcentaje de escolares según nivel de Redes sociales”*

La figura 1 permite conocer que el 51% de educandos de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes” manifiesta que a veces hace uso de las redes sociales, el 28% hace uso siempre y el 21% no tienen alguna preferencia en redes sociales.

Tabla 3

*Frecuencia y porcentaje de las dimensiones “Redes sociales”*

Nivel	Preferencia en redes sociales		Frecuencia de uso		Actividad educativa con las redes sociales	
	f.	%	f.	%	f.	%
Nunca	4	25%	4	20%	3	15%
A veces	12	50%	9	47%	11	55%
Alto	4	25%	7	33%	6	30%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>



*Figura 2 “Porcentaje de estudiantes según dimensiones de Redes sociales”*

La figura 2 permite conocer que el 50% de educandos de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes” manifiesta que a veces tienen preferencias en las redes sociales, el

25% siempre lo prefieren y el 25% no tienen alguna preferencia. El 47% manifiesta que tienen una frecuencia de uso, el 33% manifiesta que siempre y el 20% nunca. El 55% de escolares manifiesta que el 55% tiene actividad educativa con las redes sociales, el 30% a veces y el 15 se coloca en nunca haber tenido actividad educativa con redes sociales.

#### 4.1.2. De la variable: Identidad

Tabla 4

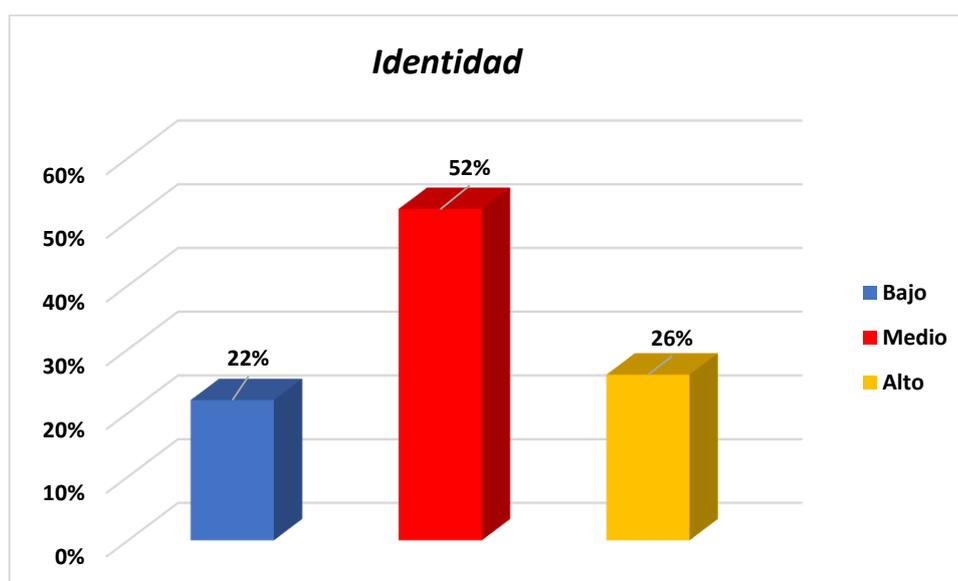
*Categorización de “Identidad”*

<b>Dimensiones</b>	<b>Cantidad de ítems</b>	<b>Intervalos</b>	<b>Categorías</b>
Actitudes	10	10 – 17	Bajo
		17 – 24	Medio
		24 – 30	Alto
Valoraciones	6	6 – 10	Bajo
		10 – 14	Medio
		14 – 18	Alto
Percepciones	7	7 – 12	Bajo
		12 – 17	Medio
		17 – 21	Alto
<b>Identidad</b>	<b>23</b>	<b>23 – 38</b>	<b>Bajo</b>
		<b>38 – 53</b>	<b>Medio</b>
		<b>54 – 69</b>	<b>Alto</b>

Tabla 5

*Nivel alcanzado en las variables “Identidad”*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	4	22%
Medio	10	52%
Alto	6	26%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>



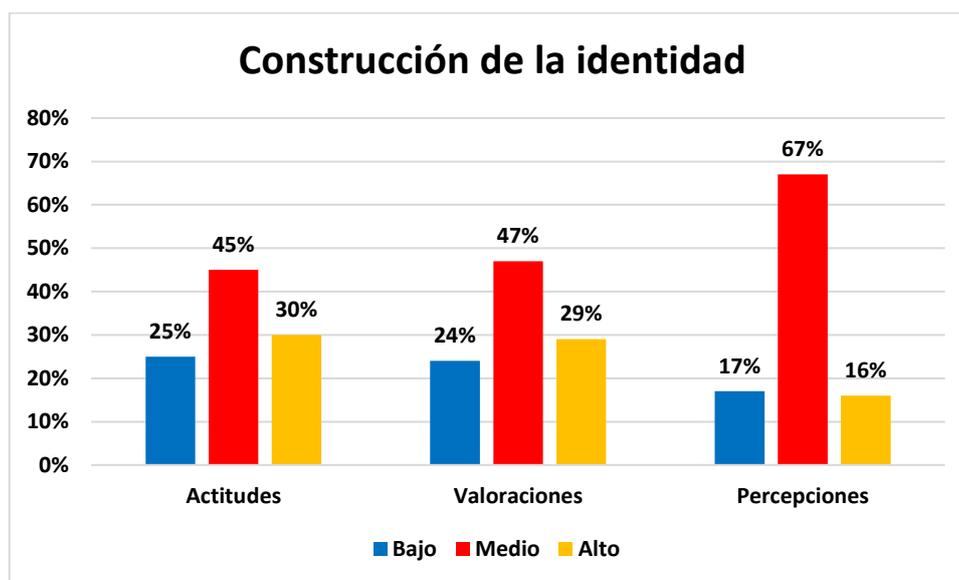
*Figura 3. “Porcentaje de estudiantes según nivel de Identidad”*

La figura 3 permite conocer que el 52% de educandos de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes” tiene un nivel medio en identidad, el 26% un nivel alto de identidad y el 22% presenta nivel bajo de identidad.

Tabla 5

*Frecuencia y porcentaje de dimensiones “Identidad”*

Nivel	Actitudes		Valoraciones		Percepciones	
	f.	%	f.	%	f.	%
Bajo	5	25%	5	24%	4	17%
Medio	9	45%	9	47%	13	67%
Alto	6	30%	6	29%	3	16%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>



*Figura 4. “Distribución porcentual de estudiantes según dimensiones de Identidad”*

La figura 4 permite conocer que el 45% de discentes de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes” tiene un nivel medio en actitudes, el 30% se encuentra en nivel alto y el 25% presenta nivel bajo en actitudes. El 47% tiene un nivel medio en valoraciones, el 29% presenta una valoración alta y el 24% presenta nivel bajo en valoraciones. El 67% tienen

nivel medio en percepciones, el 17% presenta una percepción media y el 16% presenta nivel bajo en percepciones.

#### 4.2.1. Contrastación de hipótesis general

Las redes sociales se relacionan positivamente con la construcción de la identidad en discentes del nivel secundaria de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”.

Tabla 6

*Correlación de las variables “Redes sociales y Construcción de la identidad”*

		<i>Construcción de la</i>	
		<i>Redes sociales</i>	<i>identidad</i>
<i>Redes sociales</i>	Correlación de Pearson	1.	,650
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	20	20
<i>Construcción de la</i> <i>identidad</i>	Correlación de Pearson	,650	1.
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	20	20

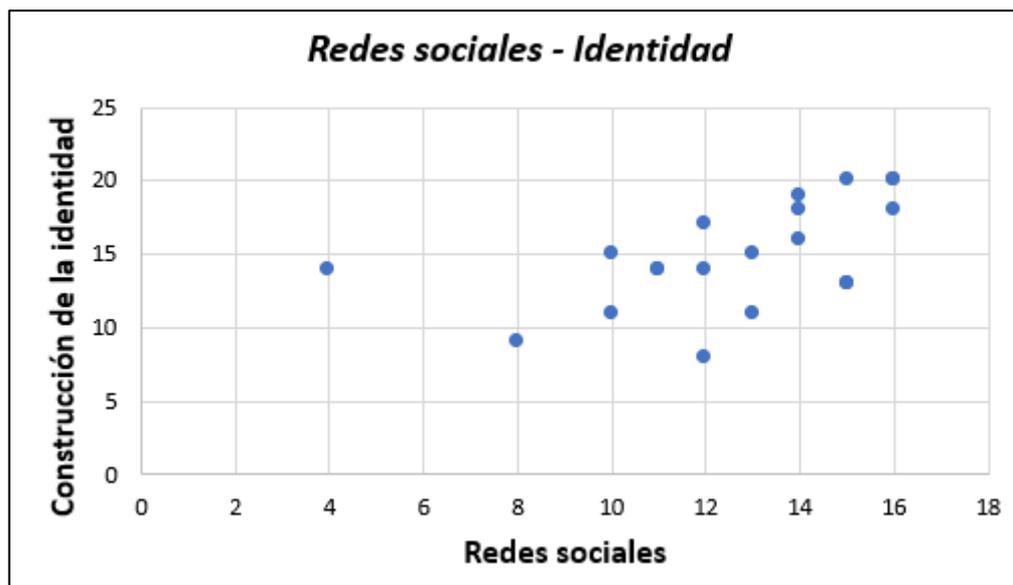


Figura 5 “Dispersión de Redes sociales y Construcción de la identidad”

En la tabla 6, se aprecia una correlación positiva entre la variable Redes sociales y construcción de la identidad en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de Las Mercedes”. Respaldo por un coeficiente de relación ( $r$ ) igual a 0,650, indicando asociación sólida en ambas variables. Obteniendo el 0,000, lo cual es significativamente menor de 0,05. respaldando el valor de correlación.

#### 4.2.2 Contratación de hipótesis específica

##### Hipótesis específica 1

Las redes sociales se relacionan positivamente con las redes sociales y las actitudes en identidad en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes”.

Tabla 7

*Correlación de variables “Redes sociales y la dimensión Actitudes en identidad”*

		<i>Redes sociales</i>	<i>Actitudes en identidad</i>
<i>Redes sociales</i>	Correlación de Pearson	1.	,594
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	20	20
<i>Actitudes en identidad</i>	Correlación de Pearson	,594	1.
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	20	20

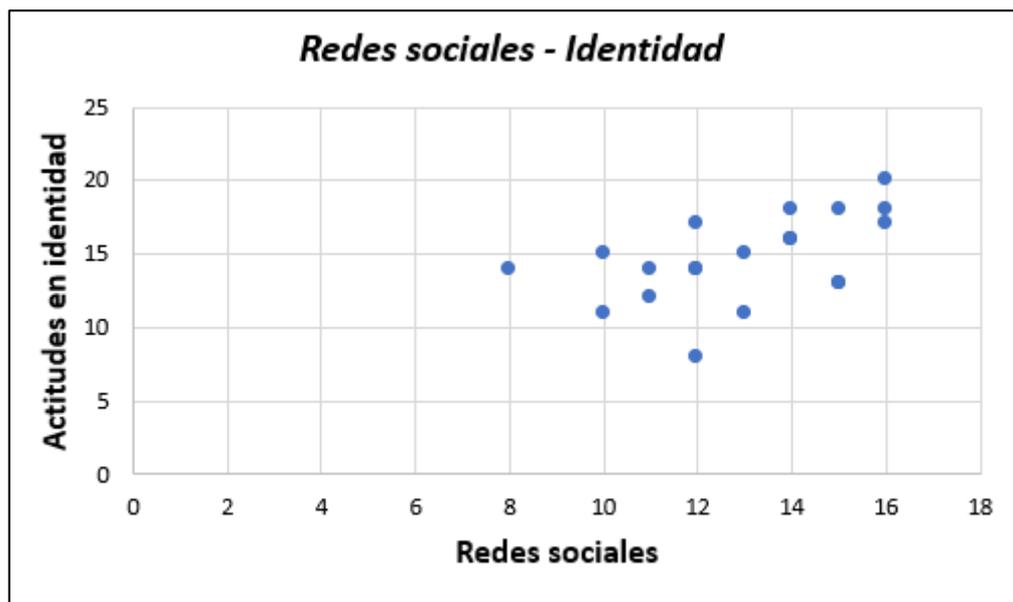


Figura 6 “Dispersión de Redes sociales y la dimensión Actitudes en identidad”

En la tabla 7, se aprecia una correlación positiva entre Actitudes en identidad y la variable Redes sociales en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de Las Mercedes”. Respaldo por un coeficiente de relación ( $r$ ) igual a 0,594, indicando asociación sólida en

ambas variables. Obteniendo el 0,000, lo cual es significativamente menor de 0,05. respaldando el valor de correlación.

### **Hipótesis específica 2**

Las redes sociales se relacionan positivamente con las redes sociales y las valoraciones en identidad en discentes de secundaria de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”.

Tabla 8

*Correlación de variables “Redes sociales y la dimensión Valoraciones en identidad”*

		<i>Valoraciones en</i>	
		<i>Redes sociales</i>	<i>identidad</i>
<i>Redes sociales</i>	Correlación de Pearson	1.	,684
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	20	20
<i>Valoraciones en identidad</i>	Correlación de Pearson	,684	1.
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	20	20

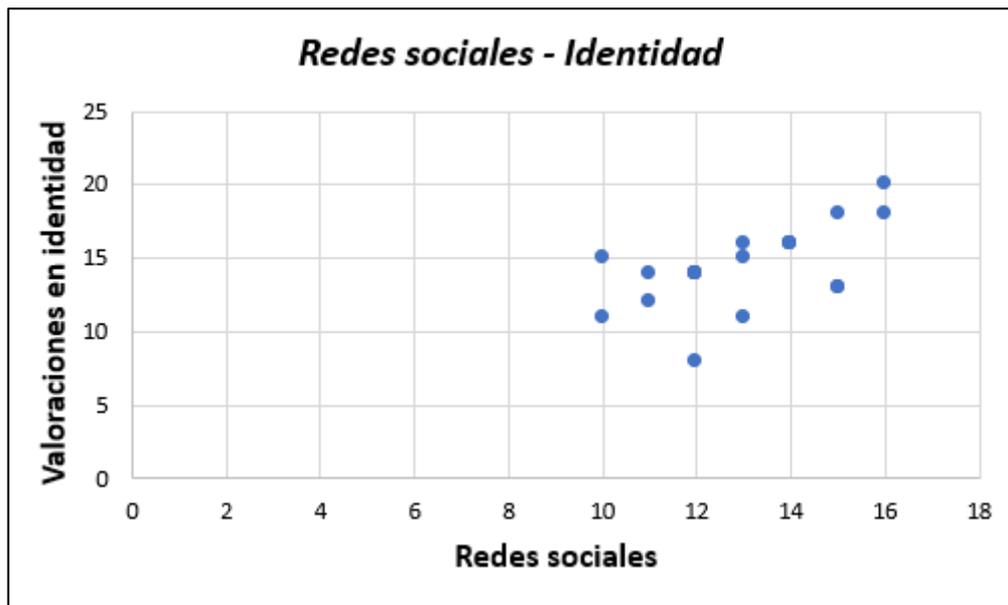


Figura 7 “Redes sociales y Valoraciones en identidad”

En la tabla 8, se aprecia una correlación positiva entre Valoraciones en identidad y la variable Redes sociales en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de Las Mercedes”. Respaldo por un coeficiente de relación ( $r$ ) igual a 0,684, indicando asociación sólida en ambas variables. Obteniendo el 0,000, lo cual es significativamente menor de 0,05. respaldando el valor de correlación.

### Hipótesis específica 3

Las redes sociales se relacionan positivamente con las redes sociales y las percepciones en identidad en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de las Mercedes”.

Tabla 9

Correlación de las variables “Redes sociales y la dimensión Percepciones en identidad”

	Percepciones en	
	Redes sociales	identidad

	Correlación de Pearson	1.	,692
<i>Redes sociales</i>	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	20	20
	Correlación de Pearson	,692	1.
<i>Percepciones en identidad</i>	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	20	20

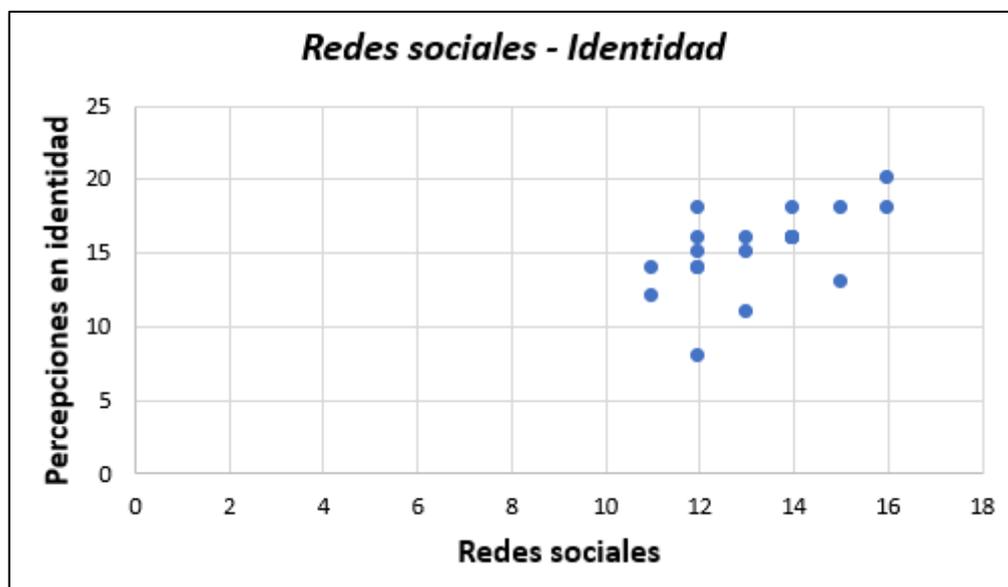


Figura 8 “Dispersión de Redes sociales y la dimensión Percepciones en identidad”

En la tabla 9, se aprecia una correlación positiva entre Percepciones en identidad y la variable Redes sociales en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de Las Mercedes”. Respaldo por un coeficiente de relación ( $r$ ) igual a 0,692, indicando asociación sólida en ambas variables. Obteniendo el 0,000, lo cual es significativamente menor de 0,05. respaldando el valor de correlación.

## CAPITULO V. DISCUSIÓN

La pesquisa se desarrolló con el motivo de “determinar la relación de las redes sociales y la construcción de la identidad en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa particular Santísima Virgen de Las Mercedes – 2023”. Los resultados muestran que el 51% de escolares hace uso de las redes sociales, el 28% hace uso siempre y el 21% no tienen alguna preferencia. El 52% de escolares tiene un nivel medio en identidad, el 26% un nivel alto de identidad y el 22% presenta nivel bajo de identidad. Llegando a la conclusión de una correlación positiva de Redes sociales y construcción de la identidad en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de Las Mercedes”. Respaldado por un coeficiente de relación ( $r$ ) igual a 0,650, indicando asociación sólida en ambas variables. Obteniendo el 0,000, lo cual es significativamente menor de 0,05. respaldando la validez de la correlación.

Los resultados concuerdan con tres estudios que proporcionan una visión interesante sobre la relación entre las redes sociales y la identidad de los estudiantes adolescentes:

En el estudio de Restrepo (2020), se destaca cómo los adolescentes utilizan las redes sociales como un medio para extender su identidad más allá del mundo físico. Estas plataformas les permiten conectarse con otros y expresarse, lo que influye en sus comportamientos y relaciones sociales. Sin embargo, se enfatiza la necesidad de adoptar una mirada crítica debido a los posibles riesgos y la influencia de intereses en línea.

Rubio (2022) resalta la importancia de las redes sociales en la formación de la identidad de los adolescentes. Estas plataformas se han vuelto parte de su vida cotidiana, permitiéndoles interactuar, expresarse y observar modelos de conducta que influyen en la construcción de

su identidad. A pesar de la sensación de libertad en línea, reconocen las limitaciones para conocer completamente a otros.

Caceres & Otoyá (2021) confirman la conexión entre el uso de redes sociales y la construcción de la identidad en adolescentes. Destacan que, si bien estas plataformas amplían la identificación y exposición de rasgos individuales, algunos adolescentes pueden depender en exceso de ellas, lo que puede llevar a la imitación de estereotipos y afectar su identidad. Además, se menciona el impacto negativo del ciberacoso en la autoestima e identidad de los adolescentes.

Los estudios subrayan la relevancia de las redes sociales en la vida de los adolescentes y cómo estas plataformas influyen en la forma en que construyen y manifiestan su identidad personal. También señalan la necesidad de abordar de manera crítica los posibles riesgos asociados con el uso de redes sociales en la formación de la identidad de los jóvenes.

## CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1. Conclusiones

- a) Existe una correlación positiva entre Redes sociales y construcción de la identidad en discentes de la I.E.P. “Santísima Virgen de Las Mercedes”. Respaldo por un coeficiente de relación ( $r$ ) igual a 0,650, indicando asociación sólida en ambas variables. Obteniendo el 0,000, lo cual es significativamente menor de 0,05. respaldando la validez de la correlación.
- b) Existe una correlación positiva entre Actitudes en identidad y la variable Redes sociales en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de Las Mercedes”. Respaldo por un coeficiente de relación ( $r$ ) igual a 0,594, indicando asociación sólida en ambas variables. Obteniendo el 0,000, lo cual es significativamente menor de 0,05. respaldando la validez de la correlación.
- c) Existe una correlación positiva entre Valoraciones en identidad y la variable Redes sociales en discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de Las Mercedes”. Respaldo por un coeficiente de relación ( $r$ ) igual a 0,684, indicando asociación sólida en ambas variables. Obteniendo el 0,000, lo cual es significativamente menor de 0,05. respaldando la validez de la correlación.
- d) Existe una correlación positiva entre Percepciones en identidad y la variable Redes sociales en e discentes de secundaria de la I.E.P. “Santísima Virgen de Las Mercedes”. Respaldo por un coeficiente de relación ( $r$ ) igual a 0,692, indicando

asociación sólida en ambas variables. Obteniendo el 0,000, lo cual es significativamente menor de 0,05 respaldando la validez de la correlación.

## **6.2. Recomendaciones**

Las recomendaciones que realiza el presente estudio ayudarán a los docentes a crear un entorno educativo más enriquecedor y preparar a los estudiantes para enfrentar los desafíos del siglo XXI.

- Fomentar la inclusión y diversidad: Los docentes pueden crear un ambiente inclusivo en el aula, que respeta y celebre la diversidad de los estudiantes en términos de habilidades, antecedentes culturales y necesidades educativas. Esto implica adaptar las estrategias de enseñanza para atender a diferentes estilos de aprendizaje y necesidades individuales, promoviendo así un entorno de igualdad de oportunidades.
  
- Integrar la tecnología de manera efectiva: En la era digital, es esencial que los docentes incorporen la tecnología de manera efectiva en sus clases. Esto no solo implica utilizar herramientas tecnológicas, sino también enseñar a los estudiantes habilidades digitales y promover un uso responsable de la tecnología. La tecnología puede enriquecer la enseñanza y el aprendizaje, pero debe ser utilizada de manera equilibrada y con propósito educativo.
  
- Fomentar el pensamiento crítico y habilidades socioemocionales: Los docentes pueden enfocarse en el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico y competencias socioemocionales, como la empatía, la resolución de conflictos y la toma de decisiones informadas. Estas habilidades son fundamentales para el éxito en

la vida y pueden enseñarse a través de proyectos interdisciplinarios, discusiones en el aula y actividades que promueven la reflexión y colaboración.

## CAPITULO VII. REFERENCIAS

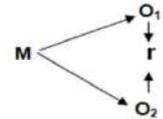
### 5.1. Fuentes bibliográficas

- Andina. (17 de Mayo de 2023). *Día del Internet: sepa cuáles son las plataformas digitales más usadas en Perú*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-dia-del-internet-sepa-cuales-son-las-plataformas-digitales-mas-usadas-peru-893353.aspx>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. . México: Grupo Editorial Patria.
- Caceres, E., & Otoya, K. (2021). *Construcción de la identidad en la adolescencia a través del uso de redes sociales*. Lima-Perú: Universidad Femenina del Sagrado Corazon.
- Castells, M. (2008). *Taller de Teología* . Madrid: Alianza Editorial.
- Diaz, M. (2020). *Las Redes Sociales y su impacto en la creación de identidad e imagen corporal en las mujeres universitarias*. Bogoáa-Colombia: Pontificie Universidad Javeriana.
- Faust, K. (2002). *Las redes sociales en las ciencias Sociales y del comportamiento*. México: UNAM.
- Giddens, A. (2005). *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial .
- Guivin, M., & Quiroz, C. (2022). *Contenido de la Red Social Facebook Promoción de la Identidad Cultural en los seguidores de la Asociaon Cultural Apu, Cajamarca 2019*. Cajamarca-Perú: Universidad Privada del Norte.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw -Hill.
- Hoyos, P. (2019). *Uso del contenido de Facebook en a Identidad Cultural de los estudiantes del 5º año de la I.E. 2077, Comas, 2019*. Lima-Perú: Universidad Cesar Vallejo.

- INTEP. (2018). *Investigación no experimental*. Colombia: Instituto de Educación Técnica Profesional de Roldanillo, Valle - INTEP.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Prentice Hall.
- Lozares, C. (1996). *La teoría de las Redes sociales*. Obtenido de <http://alejandrogg.com.mx/temario3/Carlos-redes%20sociales.pdf>
- Luís, R. (2019). *Construcción de la identidad cultural en niños y niñas de educación inicial*. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Mayo, C. (22 de Febrero de 2022). *La salud de adolescentes y preadolescentes*. Obtenido de <https://www.mayoclinic.org/es/healthy-lifestyle/tween-and-teen-health/in-depth/teens-and-social-media-use/art-20474437>
- MINEDU. (2009). *Curriculo Nacional de Educación Básica Regular*. Lima, Perú: Ministerio de Educación del Perú.
- MINEDU. (2016). *Currículo Nacional*. Lima, Perú.
- Morales, P. (1998). *Medición de Actitudes en psicología y educación. Construcción de escalas y problemas metodológicos*. San Sebastian : Tarttalo S.A.
- Pardo, A., & Espinoza, M. (2020). *Las redes sociales virtuales y el impacto en la identidad cultural en el distrito de Huachuco cercado. region Huanuco. 2020*. Huanuco-Perú: Universidad Nacional Hermilio Valdizan.
- Planned, P. (Julio de 2023). *Bullying en las Redes Sociales*. Obtenido de <https://www.plannedparenthood.org/es/temas-de-salud/para-adolescentes/bullying-seguridad-y-privacidad/bullying/bullying-en-las-redes-sociales>
- Requena, F. (1989). El concepto de red social. *Revista Española de investigación sociológica*, 137 - 152.

- Restrepo, C. (2020). *La identidad personal en las redes sociales. estudio con adolescentes de la I.E. "Vida para Todos" en Medellin.* Medellin, Colombia.: Instituto Tecnológico Metropolitano.
- Rubio, L. (2022). *Las redes sociales y su influencia en la identidad de los adolescentes.* Sevilla-España: Universidad de Sevilla.
- Sánchez, H., & Reyes, C. (2009). *Metodología y diseños en la investigación científica.* Lima, Perú: Visión Universitaria.
- Tenser, S., Ferro, O., & Palacios, N. (2009). *Redes Sociales: personas, sociedad y empresas.* RSVA.
- Trome. (15 de Junio de 2023). *¿TikTok ya desplazó a Facebook en el consumo peruano? Cuáles son las redes sociales más usadas para ver noticias y otros.* Obtenido de <https://trome.com/tecnologia/cuales-son-las-redes-sociales-o-app-mas-usadas-en-peru-para-consumir-noticias-facebook-whatsapp-tiktok-twitter-o-youtube-segun-instituto-reuters-cual-es-la-aplicacion-que-esta-creciendo-mas-entre-los-peruanos-digital-news-repo>
- Urbano, C., & Yuni, J. (2016). Cap. XI: Los adolescentes en la sociedad y la cultura. Cap. XII: Patologías de la época y adolescencia. En *Psicología y cultura de los adoelscentes* . Brujas.

## Matriz

“PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA”
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿Cuál es la relación de las redes sociales y la construcción de la identidad en discentes de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar la relación de las redes sociales y la construcción de la identidad en discentes de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”.</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>Las redes sociales se relacionan positivamente con la construcción de la identidad en discentes de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”.</p>	<p><b>Variable 1.</b></p> <p>Redes sociales</p>	<p>- Preferencia en redes sociales.</p> <p>- Frecuencia de uso</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook</li> <li>Instagram</li> <li>YouTube</li> <li>WhastApp</li> <li>TikTok</li> </ul>	<p><b>Enfoque</b> Cuantitativo</p> <p><b>Diseño</b></p> <p>No experimental</p>  <p>M= Muestra de estudiantes</p> <p>O1: Redes sociales.</p> <p>O2: Identidad cultural</p> <p>r : Relación</p> <p><b>Nivel:</b> Correlacional.</p>
<p><b>Problemas específicos</b></p> <p>¿Cuál es la relación de las redes sociales y las actitudes en identidad en discentes de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”?.?</p> <p>¿Cuál es la relación de las redes sociales y las valoraciones en discentes en educandos de la I.EP.</p>	<p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Establecer la relación de las redes sociales y las actitudes en identidad en discentes del nivel secundaria de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”.</p> <p>Establecer la relación de las redes sociales y las valoraciones en identidad</p>	<p><b>Hipótesis específica</b></p> <p>Las redes sociales se relacionan positivamente con las redes sociales y las actitudes en identidad en discentes de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”.</p> <p>Las redes sociales se relacionan positivamente</p>	<p><b>Variable 2</b></p> <p>Construcción de la identidad</p>	<p>- Actividad educativa con las redes sociales.</p> <p>- Actitudes</p> <p>- Valoraciones</p> <p>- Percepciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>De 1 – 3 horas diarias</li> <li>De 4 a 6 horas diarias</li> <li>De 6 a más horas</li> <li>Reforzamiento con redes sociales.</li> <li>Trabajos académicos.</li> </ul>	<p><b>Población</b></p> <p>Considerado por 203 escolares</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>Considerado por 20 escolares.</p>

<p>“Santísima Virgen de las Mercedes”?</p> <p>¿Cuál es la relación de las redes sociales y las percepciones en identidad en discentes de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”?</p>	<p>en discentes de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”.</p> <p>Establecer la relación de las redes sociales y las percepciones en identidad en discentes de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”.</p>	<p>con las redes sociales y las valoraciones en identidad en discentes de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”.</p> <p>Las redes sociales se relacionan positivamente con las redes sociales y las percepciones en identidad en discentes de la I.EP. “Santísima Virgen de las Mercedes”.</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad cultural</li> <li>• Diversidad y arte</li> <li>• Valores sociales y económicos.</li>   <li>• Identidad cultural</li> <li>• Culturalidad y expresión artística.</li> <li>• Desarrollo local y comunitario.</li>   <li>• Identidad cultural</li> <li>• Expresión artística</li> <li>Valores sociales y económicos.</li> </ul>	
---	--	--	--	--	--	--

## ANEXO

### INSTRUMENTO: CUESTIONARIO DE REDES SOCIALES

Cada ítem tiene la siguiente escala:

1 = Nunca

2 = A veces

3 = Siempre

N°	Preferencia uso de redes sociales	1	2	3
01	Facebook			
02	Instagram			
03	YouTube			
04	Whatsapp			
05	TikTok			
	<b>Frecuencia en uso de redes sociales</b>			
06	Utilizo las redes sociales de 1 a 3 horas diarias.			
07	Utilizo las redes sociales de 4 a 6 horas diarias.			
08	Utilizo las redes sociales más de 6 horas diarias.			
	<b>Actividad educativa con las redes sociales</b>			
09	Utilizo redes sociales para revisar lo que he aprendido en la clase.			
10	Utilizar redes sociales eleva mi nivel académico			
11	Los docentes utilizan las redes sociales para los trabajos académicos.			

## INSTRUMENTO: IDENTIDAD

Cada ítem tiene la siguiente escala:

1 = Nada

2 = Poco

3 = Mucho

	<b>Actitudes</b>	1	2	3
01	Nuestra historia es motivo para sentirse orgulloso			
02	Me siento orgulloso de mi localidad, provincia y región			
03	Siento la necesidad de profundizar el conocimiento del quechua y aymara.			
04	Considero que es un orgullo entonar la música de mi localidad.			
05	La diferencia de razas en el Perú promueve la unión de todos los peruanos			
06	En mi Región hay talento artístico para desarrollar la pintura artística			
07	La industria de mi Región es eficiente			
08	El tipo físico del peruano es agradable			
09	Las danzas típicas de mi localidad son motivo de orgullo			
10	Siento un gran orgullo por el trabajo intelectual realizado por las personas de mi localidad.			
	<b>Valoraciones</b>			
11	Creo firmemente que la historia peruana es la más fascinante del mundo.			
12	La geografía de mi región la hace excepcionalmente hermosa en comparación con cualquier otro lugar.			
13	Hubiera sido más beneficioso conservar el quechua y el aymara como idiomas oficiales en lugar del castellano.			
14	Los símbolos patrios de nuestra región poseen una belleza inigualable en el mundo.			
15	Es positivo que en mi región se promueva más la difusión de nuestras danzas.			
16	Prefiero utilizar productos regionales o nacionales ya que siento un mayor reconocimiento por ellos que por los productos importados.			

	<b>Percepciones</b>			
17	Reconozco que nuestra historia podría haber sido aún mejor.			
18	Me enorgullece la geografía de mi región.			
19	Estoy convencido de que mi región tiene el potencial para desarrollar una industria altamente competitiva.			
20	Es evidente para mí que en mi región se pueden realizar trabajos intelectuales de gran envergadura.			
21	Considero que los trabajadores de mi región poseen un gran nivel de creatividad.			
22	Los escolares deberían dedicarle gran parte de su tiempo a la lectura de nuestra historia.			
23	Los escolares deberían dedicarle gran parte de su tiempo a la danza y canciones típicas de la región.			